

## Mouloud Tensaout

Maître de conférences GESTION

UFR de Droit, Sciences Economiques et de Gestion  
Avenue Olivier Messiaen, 72085 Le Mans Cedex

Mouloud.tensaout@univ-lemans.fr



### THEMES DE RECHERCHE

---

- Modélisation Marketing
- Modèles structurels appliqués aux sciences de gestion
- Modèle de mesures en sciences humaines et sociales

### PUBLICATIONS

---

- 1- **Tensaout** (2017), Mapping the Cooperative Landscape: Spatializing an Intangible Social Capital Variable, *World Values Research*, **2017**, (avec A. Witte), article accepté, à paraître, Psycho.
- 2- **Tensaout** (2017), Clusterisation et IDE, une analyse Multi-niveaux, *Brussels Economic Review*, AERES, rang C (Avioutskii & Roth ), **2017**, article accepté, à paraître
- 3- **Tensaout** (2016), Clan en Ukraine, : analyse d'un mode de gouvernance hybride dans une économie en transition AERES, rang A, *Management international*, **2016**, 20, 3, 134-148. AERES, rang A (avec Avioutskii V.).
- 4- **Tensaout** (2016), Does Politics Matter? Partisan FDI in Central and Eastern Europe, *Multinational Business Review*, **2016**, 24, 4, 375-398. AERES, rang C
- 5- **Tensaout** (2016), Are Formative Indicators superfluous? An extension of Aguirre-Urreta, Ronkko, and Marakas Analysis, *Measurement interdisciplinary Research and Perspectives*, 14, 3, 101-105, **2016**. AERES, psycho (avec Guyon H.)
- 6- **Tensaout** (2015), Formative Measurement Models: a Response to Bainter et Bollen (2014) & Howell(2014), *Measurement interdisciplinary Research and Perspectives*, 12, 4, 53-58, **2015**. AERES, psycho (avec Guyon H.)
- 7- **Tensaout** (2014), Proposition d'un modèle de représentation et de mesure de la performance global, *Comptabilité Contrôle Audit*, **2014**, 20, 3, 73-99. AERES, rang A (avec Maurel C.)
- 8- **Tensaout** (2012), Empirical Generalizations in marketing: A review of applications of meta-analysis, *World economics and International economics relations*, volume 20, 10/2, 8-33. ( *Special Issue*)

### *Revues nationales*

- 9- **Tensaout M. (2000)**, Estimation et spécification des modèles de parts de marché : la modélisation ECM et la théorie de la cointégration"; *Recherche et applications en marketing*, 15,2, 59-79, CLASSEMENT AERES : RANG A, FNEGE : RANG 2.
- 10- **Tensaout M.** et Riard E-H (1999), Contribution méthodologique à l'étude des relations d'implication entre variables : application à l'analyse des déterminants de la force de vente"; *Recherche et applications en marketing*, 14,2,1-13. CLASSEMENT AERES : RANG A, FNEGE : RANG 2. (avec Riard E-H)
- 11- **M. Tensaout (1996)**, Construction d'un schéma d'implication entre variables issues d'une analyse de correspondances multiples. Développements. Application"; *Mathématiques et sciences humaines*. 135,19-31. CLASSEMENT AERES : RANG C

### ***Congrès et colloques à communication***

1. **Avioustkii , Roth & Tensaout (2015)**, Les IDE chinois dans une Europe en crise reflètent-ils une logique opportuniste ? , Congrès AFMI, ATLAS, Hanoi,.
2. **Hervé Guyon & Mouloud Tensaout (2014)**, Les modèles de mesure formatifs sont-ils nécessairement instables ? Une discussion basée sur des simulations Monte Carlo. 21èmes Journées Internationales de Psychologie Différentielle, Juin, Paris.
3. **Tensaout M. (2013)**, M. Evaluation des performances des investissements Marketing, Actes du Congrès de l'AFM, mai, La Rochelle.
4. **Tensaout M. (2013)**, **Spécification d'un modèle MES avec des variables latentes endogènes**, Congrès de la Société Française de Statistique, mai, Toulouse.
5. **Tensaout M. (2012)**, Identification du VAR structurel : l'apport des graphes causaux, Congrès de la Société Française de Statistique, Bruxelles.
6. **Guyon H.,Tensaout M. (2011)**, Sur l'ambiguïté d'interprétation des modèles de mesure formatifs avec Path-PLS, Congrès AFM, Bruxelles
7. **Tensaout M. (2011)**, Estimation des modèles de mesure formatifs avec Path-PLS et l'interprétation confondante, Congrès de la Société Française de Statistique, Tunisie
8. **Tensaout M. (2010)** « La spécification des modèles d'équations structurelles en marketing : l'approche par les graphes causaux » Actes du Congrès de l'AFM, 5-7 Mai, Anjou-Maine.
9. **Tensaout M. (2007)**, « Généralisations empiriques en marketing : une revue critique », Actes du Congrès de l'AFM, 10-12 Mai, Nantes.
10. **Tensaout M. (2006)** « Spécifications des modèles de mesure en marketing », Actes du congrès de l'AFM, 10-12 Mai, Nantes.
11. **Tensaout M. (2004)**, Spécification des indicateurs de mesure des variables latentes: Une nouvelle approche », Colloque international : Traversée des frontières entre méthodes de recherche qualitatives et quantitatives, ISEOR, 18-20 mars, Lyon.
12. Guillotin Y ; **Tensaout M. (2003)** «Le rendement de la scolarité dans les fonctions de gains, le cas de la France : biais de publication et/ou baisse des rendements ? XXème journées de Micro-économie Appliquée 5-6 juin, Montpellier
13. **Riard E-H, Peyre, V., Tensaout M.** (mai 2002), *La violence en milieu scolaire selon les collégiens de la région Champagne-Ardenne*, 8<sup>ème</sup> colloque de l'Association des Criminologues de Langue Française (AICLF), *Délinquance et milieux de vie*, Université de Liège
14. Riard E-H, Peyre, V., **Tensaout M.** (mai 2001), *Expérience et représentation de la violence chez les élèves du premier cycle de l'enseignement secondaire* Actes du Congrès International pour la recherche en criminologie juvénile ; *Greifswald (Allemagne)*.
15. **Tensaout M.** (Avril 1991). "Les modèles d'entreprises". Congrès organisé avec le parrainage du Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique. Président du comité scientifique de sélection : Le professeur PRAS (Université Paris IX).

## **RESPONSABILITES PEDAGOGIQUES ET ADMINISTRATIVES**

---

- Directeur de la licence professionnelle Marketing des services
- Responsable pédagogique de la licence Management des organisations
- Directeur adjoint du Master Economie et Gestion des Ressources Humaines
- Membre de la commission VAE, VCFU, CCE
- Directeur adjoint du Gains et responsable d'ARGUMANS (2004-2015)

## **ENSEIGNEMENTS**

---

- Marketing opérationnel
- Marketing quantitatif
- Statistiques
- Modèles d'Equations Structurelles
- Econométrie