

Principales publications :

Chaouch, N., (2008), L'effet du choix du partenaire et des attributs de la relation sur la performance de la coopération interentreprises, *Journal of Global Management Research*, Vol 4, N°1.

Chaouch, N. et Zghal, M., (2012), Contrôle formel versus informel : Interaction et effet sur la performance de la relation de coopération, *Revue Tunisienne de Marketing*, Vol 2, N°2 & 3.

Naoel Chaouch, (2016), Factors determining users' and non-users's choice of Islamic banks in Tunisia, *International Journal of Islamic Marketing and Branding*, Vol 1, N°4.

Naoel Chaouch, (2017), An exploratory Study of Tunisian Customers' Awareness and Perception of Islamic banks, *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, Vol 3, Issue 2.

Belaïd, M. et Zine-Danguir, S. (2015) « Les stratégies permettant de gérer la sensation de foule : une étude exploratoire qualitative ». *La revue des sciences de gestion*, Vol. 5-6. N°275-276. P.183-191

Khrouf, L., Frikha, A., (2016), "Web-surfers' conative reactions to the web site's dominant hue: mental imagery's role", *Internet Research*, 26 (5), pp. 1249-1268.

Frikha, A., Khrouf, L., (2013), « Scaling mental imagery: An application to commercial websites », *International Journal of Consumer Studies*, 37(4), pp 401-413.

Ziadi, N. (2018), « Tunisian customers' motivation to choose between Islamic and conventional banks », *International Journal Islamic Marketing and branding*. Vol3.N04.

CHAKER DALY Najeh, Zghal Mustapha., (2006), "Les stratégies des grandes surfaces en Tunisie et la qualité de service perçue par le consommateur », *Revue des Sciences de gestion* n° 222, P 121 – 130.

Mejri, N., Hajem, S., CHAKER DALY, N., FEDHILA, H., DZIRI, C., (2005), « Analyse socio-économique de la perte d'autonomie chez les personnes âgées de 65 ans vivant à domicile en Tunisie ». *Journal of Global Management Research* Volume 1 N°1, P5-16.

Ouvrages :

Frikha, A. (2019), « La mesure en marketing : opérationnalisation des construits latents », Editions ITSE.