

Parte A. DATOS PERSONALES		Fecha del CVA	06/05/2015
Nombre y apellidos	Djamel Rahmani		
DNI/NIE/pasaporte	Y0645772S	Edad	31
Núm. identificación del investigador	Researcher ID		
	Código Orcid		

A.1. Situación profesional actual

Organismo	Universidad de Santiago de Compostela		
Dpto./Centro	Facultad de Ciencias Económicas- Departamento de Fundamentos del Análisis Económico		
Dirección	Facultad de Ciencias Económicas, Avda. das Ciencias, s/n,15782 Santiago de Compostela, Spain		
Teléfono	+34981563100 (ext :11707)	correo electrónico	djamel.rahmani.rahmani@usc.es
Categoría profesional	Investigador en Formación	Fecha inicio	2011/2012
Espec. cód. UNESCO			
Palabras clave			

A.2. Formación académica

Licenciatura/Grado/Doctorado	Universidad	Año
Ingeniero de Tecnología de los Alimentos	Universidad de Mouloud Mammeri Tizi-ouzou (UMMTO), Argelia	2008
Máster en Marketing	Instituto Agronómico Mediterráneo de Zaragoza (IAMZ) y Universidad de Santiago de Compostela	2011

A.3. Indicadores generales de calidad de la producción científica

Parte B. RESUMEN LIBRE DEL CURRÍCULUM

Domino los elementos teóricos del marketing, y las herramientas y metodologías más actuales aplicadas en esta disciplina considerando las características y peculiaridades de cualquier sector y su entorno institucional y político.

Tengo aptitudes para integrar los distintos componentes de un programa de marketing, y valorar las ventajas e inconvenientes de las diferentes estrategias y métodos, de acuerdo a los objetivos económicos y las diferentes coyunturas institucionales y de mercado, para aumentar los beneficios y la competitividad de las empresas y satisfacer las necesidades de los clientes.

Tengo capacidad para diseñar, implementar y evaluar programas de marketing, y asesorar a empresas o instituciones públicas en proyectos de investigación de mercados y en la formulación de estrategias de marketing, con especial incidencia en las estrategias internacionales.

Tengo experiencia en la planificación y el desarrollo de un trabajo de investigación en el campo del marketing, cuyos resultados puedan ser potencialmente publicables.

Domino la información científica y técnica sobre el tema en el que se realiza la investigación, manejo las técnicas y metodologías relevantes a dicha investigación, y tengo capacidad para valorar objetivamente la significación de los resultados y conclusiones de la investigación.

Tengo habilidades para comunicar los razonamientos y conclusiones de los trabajos realizados, para preparar documentos de síntesis y exposición, y experiencia en la preparación y presentación de comunicaciones orales y en la defensa pública de las mismas.

Tengo aptitudes y actitudes para el trabajo en equipo multidisciplinar e intercultural.

Parte C. MÉRITOS MÁS RELEVANTES

C.1. Publicaciones

Garbouj, M., Gracia, A., Laabid, K., López B., Rahmani, D., Virué S. 2010. Disposición a pagar por zumos naturales: aplicación de un experimento de elección. *Revista IAMZ*, 2010.

Rahmani, D., Loureiro, M., 2011. Etiquetado, nutrición y obesidad: Análisis del comportamiento de los consumidores". *Revista IAMZ*, 2011.

C.2. Contratos

Contrato predoctoral de la Xunta de Galicia, 2013, 2014,2015.

C.3. Congresos

Loureiro, M., Rahmani, D., 2013. Calorie labeling and fast food choices in surveys and actual markets: some new behavioral results. Agricultural and Applied Economics Association, Annual Meeting, August 4-6, 2013, Washington, D.C.

Rahmani, D., Loureiro, M., 2014. Why don't you want to drive a hybrid car? VI Congress of the Spanish-Portuguese Association of Resource and Environmental Economics (AERNA) Girona, September 04 - 06, 2014.

Rahmani, D., Loureiro, M., 2014. Why don't you want to drive a hybrid car? III Encontro de Mocidade Investigadora (EDI – USC), Santiago de Compostela, 25 – 26 Abril 2015.

Rahmani, D., Loureiro, M., 2015. Why don't you want to drive a hybrid car? 21st Annual Conference of the European Association of Environmental and Resource Economists (EARE). Helsinki. Poster.

Rahmani, D., Loureiro, M., 2015. Loss aversion and reference point in choice experiments: car choices. 21st Annual Conference of the European Association of Environmental and Resource Economists (EARE). Helsinki.

C.4. Patentes

C.5. Trabajos no publicados

Loureiro, M., Rahmani, D., 2013. Fast food choices and nutritional information: Are survey results good predictors of market behavior?

Rahmani, D., Loureiro, M., 2014. Heterogeneity in Spanish preferences for hybrid car: Latent class model

Loureiro, M., Rahmani, D., 2013. Calorie labeling and fast food choices in surveys and actual markets: some new behavioral results. Agricultural and Applied Economics Association, Annual Meeting, August 4-6, 2013, Washington, D.C.

Rahmani, D., Loureiro, M., 2014. Loss aversion and reference point in choice experiments: car choices.

C.6. Becas

Beca del CIHEAM. Centro Internacional de Altos Estudios Agronómicos Mediterráneos, 2009, 2010, 2011.

Becas predoctorales de la Xunta de Galicia, 2013, 2014,2015.

C.7. Cursos

Curso sobre Eficiencia Energética en Edificación. Universidad de Santiago de Compostela. 2014.

Curso sobre Análisis Estadística con RCommander. Escuela de Doctorado Internacional (EDI) de la USC. 2014.

Curso de Inglés. Escuela Oficial de Idiomas. Santiago de Compostela. Curso 2014-2015.
Impartidas clases de microeconomía I. Universidad de Santiago de Compostela. Cursos 2013-2014 y 2014-2015.