

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

نموذج مطابقة

عرض تكوين

ل.م.د

ليسانس أكاديمي

2023-2022

المؤسسة	الكلية/ المعهد	القسم
جامعة جيلالي ليابس-سيدي بلعباس	كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	العلوم التجارية

الميدان	الفرع	التخصص
علوم إقتصادية والتسيير وعلوم تجارية	علوم تجارية	تسويق

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

CANEVAS DE MISE EN CONFORMITÉ

OFFRE DE FORMATION
L.M.D.

LICENCE ACADÉMIQUE

2022-2023

Etablissement	Faculté / Institut	Département
Université de Djilali Liabes-Sidi Bel Abbes	Faculté des sciences économiques, commerciales et de Gestion	Sciences Commerciales

Domaine	Filière	Spécialité
Sciences Economique, de Gestion et Sciences Commerciales	Sciences Commerciales	Marketing

الفهرس

04	I- بطاقة تعريف اليسانس
05	1 - تحديد مكان التكوين
05	2 - المشاركون الآخرون
06	3 - إطار وأهداف التكوين
06	أ - التنظيم العام للتكوين: مكانة المشروع
07	ب- أهداف التكوين
07	ج- المؤهلات و الكفاءات المستهدفة
08	د- القدرات الجهوية والوطنية لقابلية التشغيل
08	هـ- الجسور نحو تخصصات أخرى
08	و- مؤشرات النجاعة لمتابعة التكوين
09	4-الإمكانات البشرية المتوفرة
09	أ - قدرات التأطير
09	ب - التأطير الداخلي المسخر للتكوين في التخصص
11	ج - التأطير الخارجي المسخر للتكوين في التخصص
12	د - الحوصلة الإجمالية للموارد البشرية المسخرة للتكوين
12	5- الإمكانات المادية المتوفرة للتكوين في التخصص
12	أ- المخابر البيداغوجية والتجهيزات
13	ب- ميادين التريض والتكوين في المؤسسات
13	ج- مخابر البحث لدعم التكوين المقترح
14	د- مشاريع البحث الداعمة للتكوين المقترح
14	م- التوثيق المتوفر في المؤسسة الجامعية والمتعلقة بعرض التكوين المقترح
14	و- فضاءات الأعمال الشخصية وتكنولوجيات الإعلام والاتصال المتوفرة بالمعهد أو الكلية
15	هـ- دعائم التعليم
16	II - بطاقة التنظيم السداسي
17	- السداسي الأول
18	- السداسي الثاني
19	- السداسي الثالث
20	- السداسي الرابع
21	- السداسي الخامس
22	- السداسي السادس
23	- الحوصلة إجمالية للتكوين
24	III - البرنامج المفصل لكل مادة في السداسيات
116	IV - العقود/الاتفاقيات
129	V - سيرة ذاتية ملخصة لكل شخص من الفرقة البيداغوجية المعنية بالتكوين في التخصص
142	VI - رأي وتأشيرة الهيئات الإدارية والعلمية
143	VII - رأي تأشيرة الندوة الجهوية
143	VIII - رأي وتأشيرة اللجنة البيداغوجية الوطنية للميدان

I- بطاقة تعريف اليسانس

1- تحديد مكان التكوين:

المؤسسة : جامعة جيلالي ليايس-سيدي بلعباس
كلية: كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم تجارية

- رقم قرار تأهيل الليسانس: القرار رقم 685 المؤرخ في 5 أوت 2015
- القرار المرجعي للتكوين: القرار رقم 808 المؤرخ في 07 جويلية 2022 المحدد لبرنامج التعليم لنيل شهادة الليسانس تخصص تسويق.

2- المشاركون الآخرون :

-المؤسسات الجامعية الأخرى.

////////////////////

المؤسسات الشريكة الأخرى

- مؤسسة نفطال NAFTAL
- الصندوق الوطني للتأمين على البطالة CNAC

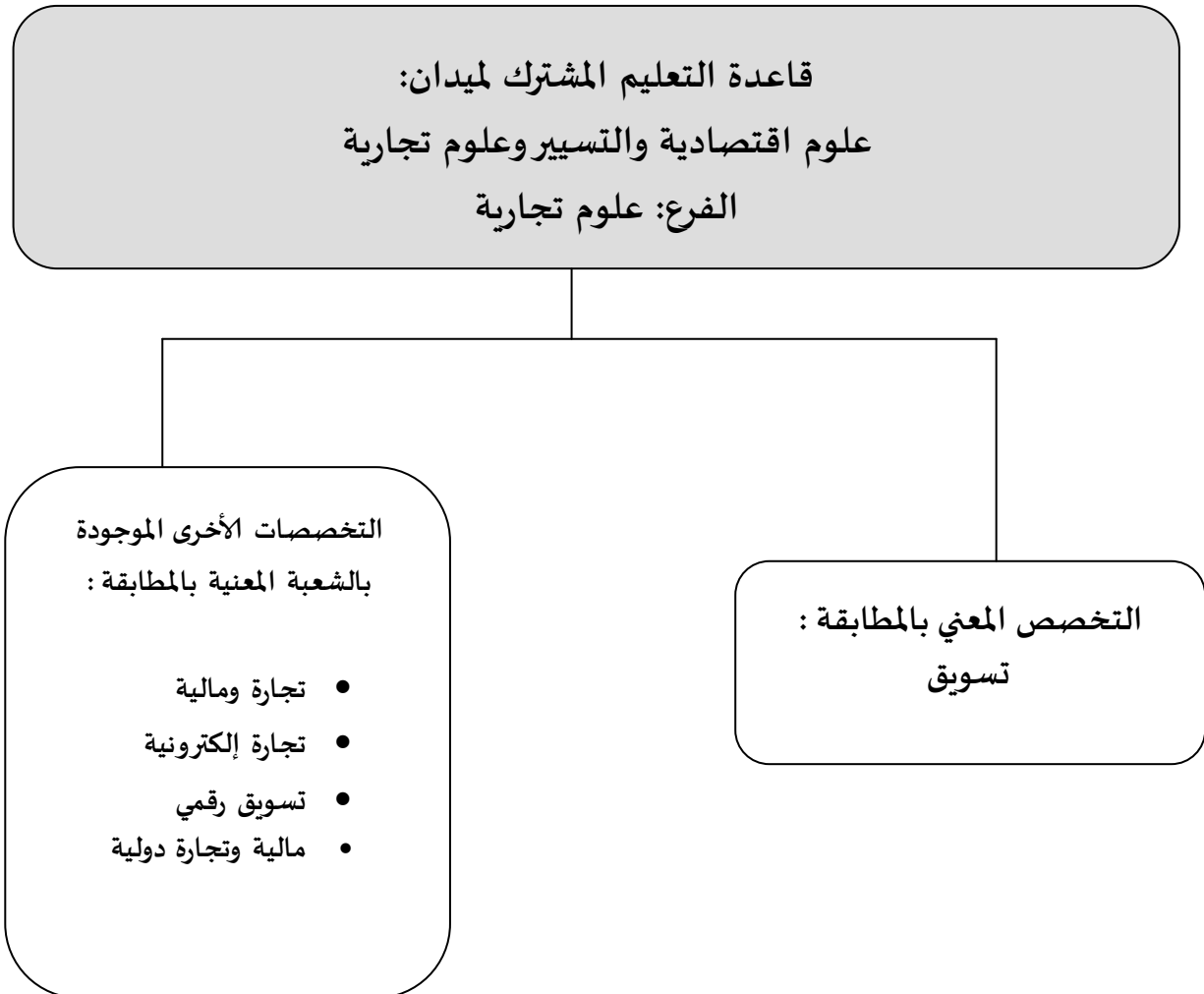
- الشركاء الدوليون الأجانب .

////////////////////

3- إطار وأهداف التكوين:

أ - التنظيم العام للتكوين: مكانة المشروع (حقل إجباري)

في حالة اقتراح عدة تكوينات في اليسانس أو وجود تكوينات متكفل بها من قبل المؤسسة (سواء من نفس فرقة التكوين أو فرق تكوين أخرى) يرجى تحديد مكانة هذا المشروع مقارنة بالشعب الأخرى وفق الشكل التالي:



ب- أهداف التكوين

سيسمح هذا التخصص بالتكوين والتدريب في مجال التسويق داخل المؤسسات الصناعية والخدماتية على حد سواء من خلال:

- تطوير المهارات القاعدية في التسويق بالإضافة إلى المهارات التقاطعية مع كل تخصص من تخصصات العلوم التجارية
- الحصول على المعارف الأساسية في مجالات التسويق مثل: بحوث التسويق، تقنيات الاتصال، سلوك المستهلك، التسويق الدولي...
- تكوين وتدريب طلبة قادرين على المشاركة في تطوير منتج أو مجموعة من العروض ، انطلاقاً من مرحلة التصميم إلى مابعد طرحه في السوق؛
- تعميق المعرفة وتوسيع المهارات في القطاعات المعنية ؛
- التدريب المهني في تطبيق المعرفة في المهن المستهدفة ؛
- يهدف التدريب العام ، على وجه الخصوص ، إلى تسهيل إتقان واستخدام التعبير الكتابي والشفهي للغة حديثة واحدة على الأقل - خاصة اللغة الإنجليزية - وأدوات الكمبيوتر وزيادة الأعمال بالإضافة إلى تحسين المعرفة بالأعمال.
- الحصول على تدريب متعمق في مجالات التسويق والتوزيع والمبيعات والمفاوضات التجارية والاتصالات وتقنيات ترويج المبيعات وإدارة قوة المبيعات وما إلى ذلك.

ج- المؤهلات والكفاءات المستهدفة

- تنمية قدرة الطالب على ابتكار نماذج مثالية للمزيج التسويقي.
- إتقان تصميم الخطط التسويقية المناسبة للبيئة وأذواق المستهلكين.
- القدرة على تحليل سلوك المستهلك ووضع سياسات اتصال فعالة.
- تنمية مهارات الطالب في التسويق من خلال المرونة في التكيف مع التغيرات التي حدثت
- المساهمة في تدريب المعلمين الباحثين في مجال التسويق.

د- القدرات الجهوية والوطنية لقابلية التشغيل

-مديريات ومصالح وأقسام التسويق للمؤسسات التجارية والمالية.

-مكاتب الاستشارات في دراسات التسويق.

-مؤسسات الاتصالات.

- مدراء الأعمال.

هـ- الجسور نحو تخصصات أخرى

-تسويق الخدمات

-التسويق السياحي والفندقي

-تسويق

و- مؤشرات النجاح لمتابعة التكوين (حقل إجباري)

- معدل النجاح في التكوين خلال المدة المقررة.
- فاعلية المراقبة المستمرة في إشراك واستيعاب الطلبة في البرامج التدريبية.
- فاعلية أدوات الرقابة والرقابة التدريسية (اللجان العلمية والبيداغوجية).
- نسبة الأنشطة العملية، والتدريب الداخلي، والخرجات الميدانية إلى الحجم الساعي العام للتكوين.
- الانعكاسات والآثار المترتبة على مشاريع التخرج في الحياة الاجتماعية والاقتصادية المحلية والإقليمية.

4- الإمكانيات البشرية المتوفرة:

أ- قدرات التأطير: 30 طالب

ب- التأطير الداخلي المسخر للتكوين في التخصص

الاسم واللقب	شهادة الإختصاص (ماجستير - دكتوراه)	الرتبة	طبيعة التدخل (محاضرة، أعمال موجهة، تأطير)
قراع أمال	علوم اقتصادية/تسويق	أستاذ	محاضرة، أعمال موجهة، تأطير
حمدون أسماء	علوم تجارية/تسويق دولي	أستاذ محاضراً	محاضرة، أعمال موجهة، تأطير
شايدة هجيرة	علوم تجارية/تسويق	أستاذ محاضراً	محاضرة، أعمال موجهة، تأطير
فتات فوزي	علوم قانونية	أستاذ	محاضرة، أعمال موجهة
الزين عبد المجيد	رياضيات تطبيقية	أستاذ محاضرب	محاضرة، أعمال موجهة
عتو محمد	علوم اقتصادية/تسويق	أستاذ محاضراً	محاضرة، أعمال موجهة، تأطير
بن يخلف خديجة	انجليزية	أستاذ محاضراً	محاضرة، أعمال موجهة
داني الكبير نصيرة	علوم اقتصادية/اقتصاد التنمية	أستاذ محاضراً	تأطير
بن ساعد فاطنة	علوم اقتصادية/تسويق	أستاذ محاضراً	محاضرة، أعمال موجهة، تأطير

زرقون الهاشي	علوم اقتصادية	أستاذ محاضر ب	تأطير
داتو عيماد سعيد	المنظمة تدقيق واتخاذ القرار	أستاذ	تأطير
بن سعيد لخضر	علوم اقتصادية	أستاذ	تأطير
الهواري جمال	علوم اقتصادية	أستاذ	تأطير

* محاضرة، تطبيق، أعمال موجهة، تأطير التريصات، تأطير المذكرات، أخرى (توضح).

مصادقة الكلية أو المعهد

مصادقة القسم

ج- التأطير الخارجي

الاسم واللقب	الشهادة	مؤسسة الارتباط	طبيعة التدخل*

* محاضرة، أعمال تطبيقية، أعمال موجهة، تأطير التريصات، تأطير المذكرات، أخرى (توضح).

مصادقة الكلية أو المعهد

مصادقة القسم

د- الحوصلة الإجمالية للموارد البشرية المسخرة للتكوين

الرتبة	العدد الداخلي	العدد الخارجي	المجموع
أستاذ التعليم العالي	06	0	06
أستاذ محاضر أ	06	0	06
أستاذ محاضر ب	02	0	02
أستاذ مساعد أ	00	0	0
أستاذ مساعد ب	0	0	0
أخرى *	0	0	0
المجموع	14	0	14

* أخرى: مستخدمو الدعم والتقنيين

5-الإمكانات المادية المتوفرة:

أ- المخابر البيداغوجية والتجهيزات:

عنوان المخبر 1 : مخبر إدارة الابتكار والتسويق

قدرات الاستيعاب 30 طالب

الرقم	اسم التجهيز	العدد	الملاحظات
01	جهاز كمبيوتر مكتبي	15	/
02	شاشة الكترونية	05	/
03	كمبيوتر محمول	10	/
04	طابعات	10	/
05	آلة نسخ وتصوير	02	/

ب- ميادين التبرص والتكوين في المؤسسات:

مكان التبرص	عدد الطلبة	مدة التبرص
مؤسسة نفضال	20	04 أسابيع
الصندوق الوطني للتأمين على البطالة CNAC	10	04 أسابيع

ج- مخابر البحث لدعم التكوين المقترح:

رئيس مخبر إدارة الابتكار والتسويق أ.د. صحراوي بن شيحة
رقم اعتماد المخبر: 2013/242 بتاريخ 2013/04/03
التاريخ :
رأي مدير المخبر : موافق

د- مشاريع البحث الداعمة للتكوين المقترح:

عنوان مشروع البحث	رمز المشروع	تاريخ بداية المشروع	تاريخ نهاية المشروع
Les nouveaux enjeux de la relation client à l'ère de la digitalisation	F01L01UN22012230005	01/01/2023	01/01/2027

م- التوثيق المتوفر في المؤسسة الجامعية والمتعلقة بعرض التكوين المقترح (حقل إجباري)

تتوفر الكلية على مكتبة غنية ومتنوعة في المراجع حيث تضم عدد كبير من الكتب والمطبوعات المتعلقة بمواضيع التسويق المختلفة وذلك باللغات الثلاث العربية والفرنسية والانجليزية بالإضافة إلى العديد من المجالات المتخصصة الوطنية و الدولية، وكذلك مطبوعات الدروس لأساتذة الكلية والخاصة بالمقاييس المدرسة، ناهيك عن العدد الهائل لمذكرات التخرج في مراحل الليسانس و الماجستير وأطروحات الدكتوراه وذلك أن هذا التخصص تم فتحه على مستوى الكلية منذ 2002، زيادة على مجلدات تحوي مداخلات الأساتذة في العديد من الملتقيات والأيام الدراسية التي نظمتها الكلية. هذا بالإضافة إلى الدعائم الرقمية لأعمال الطلبة المنجزة حديثا ومطبوعات الأساتذة المتواجدة على مستوى المكتبة أو على منصة الدروس الرقمية.

و- فضاءات الأعمال الشخصية وتكنولوجيات الإعلام والاتصال المتوفرة بالمعهد أو الكلية

الرقم	عنوان التجهيزات	العدد
01	المدرجات	01
02	قاعات الأعمال الموجهة	09
03	قاعات الاعلام الآلي	01
04	شاشات العرض	04
05	المكتبة	01

هـ- دعائم التعليم

حدد الأرضيات الرقمية لنشر الدروس

نوع الأرضية الرقمية (مودل.....)*	المؤسسة	رابط الأرضية الرقمية
منصة مودل L'espace e-learning UDL	جامعة الجيلالي اليابس	http://learn.univ-sba.dz/

* ذكر المنصات الأخرى المستخدمة

II - بطاقة التنظيم للسداسيات

ملحق القرار رقم 808 المؤرخ في 07 جويلية 2022

يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة ليسانس

ميدان "علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية"، شعبة "علوم تجارية" تخصص "تسويق"

السداسي الأول:

نوع التقييم		نمط التعليم		أخرى*	الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			المعامل	الأرصدة	عنوان المواد	وحدات التعليم
امتحان	مراقبة مستمرة	فوري	غير فوري			أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس				
60%	40%		X	30سا82	30سا67	-	30سا1	00سا3	3	6	المحاسبة المالية 1	وحدة تعليم أساسية الرمز: وت أس 1.1 الأرصدة: 18 المعامل: 9
60%	40%		X	30سا82	30سا67	-	30سا1	00سا3	3	6	اقتصاد جزئي 1	
60%	40%		X	30سا82	30سا67	-	30سا1	00سا3	3	6	مدخل للاقتصاد	
60%	40%		X	00سا65	30سا67	-	30سا1	00سا3	3	5	إحصاء 1	وحدة تعليم منهجية الرمز: وت م 1.1 الأرصدة: 9 المعامل: 5
60%	40%		X	00سا55	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	4	رياضيات 1	
100%	-		X	30سا2	30سا22	-	-	30سا1	1	1	مدخل لعلم اجتماع المنظمات	وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت أس 1.1 الأرصدة: 2 المعامل: 2
100%	-		X	30سا2	30سا22	-	-	30سا1	1	1	مدخل للقانون	
-	100%	X	X	30سا2	30سا22	-	30سا1	-	1	1	لغة أجنبية 1	وحدة تعليم أفقية الرمز: وت اف 1.1 الأرصدة: 1 المعامل: 1
				00سا375	30سا382	-	00سا9	30سا16	17	30	مجموع السداسي الأول	

* عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

السداسي الثاني:

نوع التقييم		نمط التعليم		أخرى*	الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			المعامل	الأرصدة	عنوان المواد	وحدات التعليم
امتحان	مراقبة مستمرة	نظري	عملي			أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس				
60%	40%		X	30سا82	30سا67	-	30سا1	00سا3	3	6	المحاسبة المالية 2	وحدة تعليم أساسية الرمز: وت أس 2.1 الأرصدة: 18 المعامل: 9
60%	40%		X	00سا55	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	4	اقتصاد جزئي 2	
60%	40%		X	00سا55	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	4	اقتصاد المؤسسة	
60%	40%		X	00سا55	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	4	تاريخ الفكر الاقتصادي	
60%	40%		X	00سا65	30سا67	-	30سا1	00سا3	3	5	إحصاء 2	وحدة تعليم منهجية الرمز: وت م 2.1 الأرصدة: 9 المعامل: 5
60%	40%		X	00سا55	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	4	رياضيات 2	
-	100%		X	30سا2	30سا22	30سا1	-	-	1	1	إعلام آلي 1	وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت اس 2.1 الأرصدة: 2 المعامل: 2
100%	-		X	30سا2	30سا22	-	-	30سا1	1	1	قانون تجاري	
-	100%	X	x	30سا2	30سا22	-	30سا1	-	1	1	لغة أجنبية 2	وحدة تعليم أفقية الرمز: وت أف 2.1 الأرصدة: 1 المعامل: 1
				00سا375	30سا382	30سا1	30سا10	30سا13	17	30	مجموع السداسي الثاني	

*عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

السداسي الثالث:

نوع التقييم		نمط التعليم		أخرى *	الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			المعامل	الأرصدة	عنوان المواد	وحدات التعليم
امتحان	مراقبة مستمرة	ن	حضور			أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس				
60%	40%		X	30سا82	30سا67	-	30سا1	00سا3	3	6	محاسبة التسيير	وحدة تعليم أساسية للمرمز: وت أس 1.2 لالأرصدة: 18 للمعامل: 9
60%	40%		X	00سا55	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	4	أساسيات التسويق 1	
60%	40%		X	00سا55	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	4	اقتصاد كلي 1	
60%	40%		X	00سا55	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	4	مدخل لإدارة الأعمال	
60%	40%		X	00سا55	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	4	إحصاء 3	وحدة تعليم منهجية للمرمز: وت م 1.2 لالأرصدة: 9 للمعامل: 5
60%	40%		X	00سا55	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	4	رياضيات مالية	
100%	-		X	00سا10	30سا22	-	-	30سا1	1	1	اقتصاد نقدي	
60%	40%		X	00سا5	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	2	منهجية	وحدة تعليم استكشافية للمرمز: وت أس 1.2 لالأرصدة: 2 للمعامل: 2
-	100%	X	x	30سا2	30سا22	30سا1	-	-	1	1	إعلام آلي 2	وحدة تعليم أفقية للمرمز: وت أف 1.2 لالأرصدة: 1 للمعامل: 1
				00سا375	30سا382	30سا1	30سا10	30سا13	17	30	مجموع السداسي الثالث	

* عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

السادسي الرابع:

نوع التقييم		نمط التعليم		أخرى *	الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			المعامل	الأرصدة	عنوان المواد	وحدات التعليم
امتحان	مراقبة مستمرة	م	ف			أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس				
60%	40%		X	30سا82	30سا67	-	30سا1	00سا3	3	6	مالية وتجارة دولية	وحدة تعليم أساسية الرمز: وت أس 2.2 الأرصدة: 18 المعامل: 9
60%	40%		X	00سا55	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	4	أساسيات التسويق 2	
60%	40%		X	00سا55	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	4	اقتصاد كلي 2	
60%	40%		X	00سا55	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	4	تسيير المؤسسة	
60%	40%		X	00سا65	30سا67	-	30سا1	00سا3	3	5	إحصاء 4	وحدة تعليم منهجية الرمز: وت م 2.2 الأرصدة: 9 المعامل: 5
60%	40%		X	00سا55	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	4	أساسيات بحوث العمليات	
-	100%		X	30سا2	30سا22	-	30سا1	-	1	1	ريادة الأعمال (Entreprenariat)	وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت أس 2.2 الأرصدة: 2 المعامل: 2
100%	-		X	30سا2	30سا22	-	-	30سا1	1	1	أخلاقيات الأعمال	
-	100%	X	X	30سا2	30سا22	-	30سا1	-	1	1	لغة أجنبية 3	وحدة تعليم أفقية الرمز: وت أف 2.2 الأرصدة: 1 المعامل: 1
				00سا375	30سا382	-	00سا12	30سا13	17	30	مجموع السداسي الرابع	

* عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

السادسي الخامس:

نوع التقييم		نمط التعليم		أخرى *	الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			المعامل	الأرصدة	عنوان المواد	وحدات التعليم
						أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس				
60 %	40 %	-	x	82 سا 30	67 سا 30	-	1 سا 30	3 سا 00	3	6	سلوك المستهلك	وحدة تعليم أساسية الرمز: وت أس 2.1 الأرصدة: 18 المعامل: 9
60 %	40 %	-	x	55 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30	1 سا 30	2	4	بحوث التسويق 1	
60 %	40 %	-	x	55 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30	1 سا 30	2	4	الاتصالات التسويقية المتكاملة	
60 %	40 %	-	x	55 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30	1 سا 30	2	4	تسويق الخدمات	
60 %	40 %	-	x	65 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30	1 سا 30	2	5	التسويق الرقمي	وحدة تعليم منهجية الرمز: وت م 2.1 الأرصدة: 9 المعامل: 4
60 %	40 %	-	x	55 سا 00	45 سا 00	1 سا 30	-	1 سا 30	2	4	تحليل البيانات التسويقية	
60 %	40 %	-	x	5 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30	1 سا 30	2	2	قانون المنافسة و حماية المستهلك	وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت اس 2.1 الأرصدة: 2 المعامل: 2
	100%	x	x	2 سا 30	22 سا 30	-	1 سا 30	-	1	1	لغة أجنبية متخصصة 1	وحدة تعليم أفقية الرمز: وت أف 2.1 الأرصدة: 1 المعامل: 1
				375 سا 00	360 سا 00	1 سا 30	10 سا 30	12 سا 00	16	30	مجموع السداسي الخامس	

* عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

الساداسي السادس:

نوع التقييم		نمط التعليم		أخرى *	الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			المعامل	الأرصدة	عنوان المواد	وحدات التعليم
إمتحان	مراقبة مستمرة	عن بعد	حضورى			أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس				
60 %	40 %	-	x	30 سا 82	30 سا 67	-	30 سا 1	30 سا 00	3	6	التسويق العملياتي	وحدة تعليم أساسية الرمز: وت أس 2.1 الأرصدة: 18 المعامل: 9
60 %	40 %	-	x	00 سا 55	00 سا 45	-	30 سا 1	30 سا 1	2	4	بحوث التسويق 2	
60 %	40 %	-	x	00 سا 55	00 سا 45	-	30 سا 1	30 سا 1	2	4	التسويق الاستراتيجي	
60 %	40 %	-	x	00 سا 55	00 سا 45	-	30 سا 1	30 سا 1	2	4	التسويق الدولي	
60 %	40 %	-	x	00 سا 65	00 سا 45	-	30 سا 1	30 سا 1	2	5	التفاوض التجاري	وحدة تعليم منهجية الرمز: وت م 2.1 الأرصدة: 9 المعامل: 4
-	100%	-	x	00 سا 90	-	-	-	-	2	4	مشروع التخرج ليسانس	
60 %	40 %	-	x	00 سا 5	00 سا 45	30 سا 1	-	30 سا 1	2	2	برمجيات احصائية 1	وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت اس 2.1 الأرصدة: 2 المعامل: 2
-	100%	x	x	30 سا 2	30 سا 22	-	30 سا 1	-	1	1	لغة أجنبية متخصصة 2	وحدة تعليم أفقية الرمز: وت أف 2.1 الأرصدة: 1 المعامل: 1
				00 سا 410	00 سا 315	30 سا 1	00 سا 9	30 سا 10	16	30	مجموع السداسي السادس	

* عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

- حوصلة إجمالية للتكوين (ينبغي ذكر الحجم الساعي الإجمالي موزع بين المحاضرات والأعمال الموجهة، لكل السداسيات الستة بالنسبة لكل أنماط الوحدات التعليمية)

ح س / و ت	الأساسية	المنهجية	الاستكشافية	الأفقية	المجموع
محاضرة	30سا652	00سا360	30سا157	00سا00	00سا1170
أعمال موجهة	30سا517	00سا225	30سا67	30سا112	30سا922
أعمال تطبيقية	00سا00	30سا22	00سا45	30سا22	00سا90
عمل شخصي	00سا00	00سا00	00سا00	00سا00	00سا00
عمل آخر (حدد)	00سا1545	00سا755	00سا30	00سا15	00سا2345
المجموع	00سا2715	30سا1362	00سا300	00سا150	30سا4527
الأرصدة	108	54	12	6	180
% الأرصدة لكل وحدة تعليم	%60	%30	%6,67	%3,33	%100

III- البرنامج المفصل لكل مادة في السداسيات

السداسي: الأول

وحدة التعليم : أساسية

المادة : المحاسبة المالية 1

الرصيد: 6

المعامل: 3

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

تمكين الطالب من المعارف الأولية القاعدية للمحاسبة المالية التي تسمح بالتعمق في علومها في المستويات التعليمية اللاحقة.

- القدرة على فهم الميزانية وجدول النتائج فهما مبدئيا وعاما وليس معمقا.
- اكتساب المعارف المتعلقة بمنهجية العمل المحاسبي في شكله البسيط.
- التمييز بين ممتلكات (الأصول) المؤسسة والتزاماتها (الخصوم).
- التمييز بين الأعباء والمنتجات وتصنيفها حسب الطبيعة.
- القدرة على التسجيل المحاسبي لعمليات اقتناء والتنازل عن التثبيات والمخزونات.

المعارف المسبقة المطلوبة :

لا يشترط التمكن من مكتسبات أي مادة تعليمية مسبقة

محتوى المادة:

- مدخل عام لعلم المحاسبة
 - مفاهيم أساسية في المحاسبة المالية: التدفقات، الحساب، المستندات، الدورة المحاسبية، الفروض والمبادئ المحاسبية
 - الدفاتر المحاسبية والكشوف المالية
 - محاسبة عملية تأسيس المؤسسة
 - دراسة حسابات الصنف الأول: نتيجة السنة، الترحيل من جديد، الاحتياطات
 - محاسبة الرسم على القيمة المضافة
 - محاسبة التثبيات المعنوية والعينية: الاقتناء، الاهتلاك، التنازل والتجريد
 - محاسبة المخزونات: الشراء، الإنتاج، البيع.
- طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- بعداش عبد الكريم، المحاسبة العامة 1، الصفحات الزرقاء، الجزائر، 2019.
- لعياشي نور الدين، المحاسبة المالية وفق النظام المحاسبي المالي، دار بهاء الدين للنشر والتوزيع، الجزائر، 2018.
- محمد بوتين المحاسبة المالية ومعايير المحاسبة الدولية، الصفحات الزرقاء، الجزائر، 2015.
- لخضر علاوي، نظام المحاسبة المالية: سير الحسابات وتطبيقاتها، الصفحات الزرقاء، الجزائر، 2014.
- عبد الرحمن عطية، المحاسبة العامة وفق النظام المحاسبي المالي (المخطط المحاسبي الجديد)، دار جيطلي للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- Sahraoui Ali, Comptabilité financière ; Cours et exercices corrigés, Berti Edition, Alger, 2011

السداسي: الأول

وحدة التعليم : أساسية

المادة : اقتصاد جزئي 1

الرصيد: 6

المعامل: 3

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

التحكم في المفاهيم الاقتصادية الأساسية، وكذلك الإطار النظري لسلوك المستهلك والمنتج، والقدرة على استخدام الأدوات الكمية لقياس السلوكيات العقلانية للمستهلك والمنتج وتحليلها علمياً؛ القدرة على اتخاذ قراراته الصحيحة، من خلال المنطق الاقتصادي لكل مشكلة اقتصادية تدخل في إطار تصرفات المستهلك والمنتج؛ القدرة على فهم السلوكيات الاستهلاكية والإنتاجية الفردية وكذا الربط ما بين السلوكيات الفعلية والنظرية؛ تعلم ثقافة اقتصادية علمية وتنمية عقلانية السلوك الاقتصادي لديهم، القائم على كيفية التحقيق الأمثل للأهداف الفردية.

المعارف المسبقة المطلوبة

- الإلمام ببعض المفاهيم والمبادئ الاقتصادية؛
- الإلمام بالمبادئ الأساسية في الرياضيات خاصة الاشتقاق الرياضي

محتوى المادة:

- مقدمة في الاقتصاد الجزئي
 - تحليل سلوك المستهلك (المنفعة الكمية)
 - تحليل سلوك المستهلك (المنفعة الترتيبية)
 - الطلب والعرض وتوازن السوق
 - المرونة
 - التنظيم الحكومي للسوق
 - تحليل سلوك المنتج (الإنتاج)
 - تحليل سلوك المنتج (التكاليف والإيرادات)
- طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- جوادي علي (2020)، الاقتصاد الجزئي تحليل نظري وتطبيقي، الجزء الأول، دار النشر الجديد، الجزائر.
- عمار عماري (2015)، الاقتصاد الجزئي -ملخص الدروس وتطبيقات محلولة-، دار الجزائرية، الجزائر.
- عمر صخري (2019)، الاقتصاد، دار بهاء الدين للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، قسنطينة، الجزائر.
- فردريك تلون ترجمة وردية واشد (2008)، مدخل إلى الاقتصاد الجزئي، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان.
- كساب علي (2013)، النظرية الاقتصادية، التحليل الجزئي، الطبعة الرابعة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر.
- معاذ الشرفاوي الجزائري (2020)، الاقتصاد الجزئي، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سورية.
- ◉ Armand Colin (2018), la microéconomie en pratique, DUNOD, France.
 - ◉ BIEN Franck et MERITET Sophie, (2019), Microéconomie : Comportements des agents et concurrence parfaite, Pearson, France.
 - ◉ Christopher T.S. Ragan (2019) , Ragan Microeconomics, Pearson, Canada.
 - ◉ Hal R. Varian (2006), Introduction à la microéconomie, traduction de la 7^e édition américaine par Bernard THIRY, 6^e édition, De Boeck, Bruxelles, Belgique.
 - ◉ Martin Kolmar ; Magnus Hoffmann (2018), Workbook for Principles of Microeconomics,
 - ◉ Michael PARKIN, Robin BADE, Patrick GONZALES (2010), Introduction à la microéconomie moderne, Edition du renouveau Pédagogique Inc, 4^e édition.
 - ◉ R Frank and E Cartwright (2016), Microeconomics and Behaviour (2nd ed), McGraw-Hill, Springer Texts in Business and Economics, ISBN 978-3-319-62661-1 .
 - ◉ VARIAN Hal, (2015), Introduction à la Microéconomie, De Boeck, 8^e edition, France.

السداسي: الاول

وحدة التعليم : اساسية

المادة : مدخل للاقتصاد

الرصيد: 6

المعامل: 3

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تمكين الطالب من استيعاب مدخل لعلم الاقتصاد والتدرب على مواضيعه الأساسية ومصطلحات المسائل الاقتصادية الهامة.

- التعرف على علم الاقتصاد وموضوعاته ومصطلحات المسائل الاقتصادية، وعلاقته بالاقتصاد السياسي وبمختلف العلوم الأخرى.

- تحديد مفهوم المشكلة الاقتصادية وطرق معالجتها.

- التعرف على عناصر الإنتاج وعلى أهم الأنشطة الاقتصادية.

- التعرف على الأعوان الاقتصاديين وعلى المؤسسة الاقتصادية.

- التعرف على السوق والنقود.

- تمكين الطالب للتعرف على مشكل التضخم والبطالة والسياسات الاقتصادية لمواجهةهما.

المعارف المسبقة المطلوبة

يحتاج الطالب إلى التفكير والاستنباط العقلاني الرشيد لفهم هذه المادة.

محتوى المادة:

- طبيعة علم الاقتصاد وعلاقته بالاقتصاد السياسي وبالعلوم الأخرى.
- المشكلة الاقتصادية: مفهوم الحاجة، الموارد ووسائل الإشباع، كيفية علاج المشكلة الاقتصادية من قبل الرأسمالية والاشتراكية وفي الإسلام.
- عناصر الإنتاج: العمل، الطبيعة، رأس المال، التنظيم.
- الأعوان الاقتصاديون أو الوحدات الاقتصادية التي توفر النشاط الاقتصادي.
- النشاط الاقتصادي والعمليات الاقتصادية: الإنتاج، الاستثمار، التبادل، الاستهلاك. الادخار
- المؤسسات الاقتصادية: مفاهيمها وتعريفاتها، تصنيفاتها وخصائصها.
- السوق: مفهومه، المتدخلين فيه، أنواعه، كيفية تحديد الأسعار في مختلف أنواع الأسواق.
- النظام الاقتصادي والسياسات الاقتصادية

- النقود: لمحة تاريخية عن نشأة النقود، مفهوم وأنواع النقود، الوظائف التقليدية والحديثة للنقود، النقود في النشاط الاقتصادي والمالي.
 - المشكلات الاقتصادية الكبرى: التضخم (أسبابه والسياسات الاقتصادية لمواجهة)، البطالة (أنواعها وأسبابها والسياسات الاقتصادية لمواجهة).
 - المؤسسات الاقتصادية الدولية والتكتلات الاقتصادية الجهوية: صندوق النقد الدولي، البنك العالمي، المنظمة العالمية للتجارة، الاتحاد الأوروبي، نافتا (NAFTA)، آسيان (ASEAN)، مجلس التعاون الخليجي، الاتحاد المغاربي.
- طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)
- المراجع:

1. بسام حجار (2010)، علم الاقتصاد والتحليل الاقتصادي، دار المنهل اللبناني، بيروت.
2. الطيب داودي (2010)، مدخل لعلم الاقتصاد في الفكر الرأسمالي- الاشتراكي، والإسلامي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن.
3. حمدي سري ابراهيم دعبس (1996)، الموارد الاقتصادية، ماهيتها، أنواعها، اقتصادياتها، دار المعارف، الإسكندرية، مصر.
4. معين أمين السيد (1999)، مدخل الاقتصاد، دار المسيرة ، عمان.
5. ظاهر فاضل البياتي (2009)، مدخل الاقتصاد، دار وائل للنشر، عمان.
6. دويدار محمد (2000)، مبادئ الاقتصاد السياسي، دار الحداثة، بيروت.
7. ضياء مجيد الموسوي (1990)، النظرية الاقتصادية: التحليل الاقتصادي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
8. طارق عبد الفتاح الشريعي (2006)، مبادئ علم الاقتصاد، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية.
9. أحمد محمود مندور (2004)، مقدمة في الاقتصاد، جامعة الإسكندرية.
10. Jacques Généreux (2017), Introduction à l'économie, nouvelle édition, points économie, French edition.
- Stephen Dobson and Susan Palfreman (1999), Introduction to economics, Oxford University Publisher.

السداسي: الأول

وحدة التعليم : منهجية

المادة : إحصاء 1

الرصيد: 5

المعامل: 3

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

يهدف هذا المادة إلى وصف مجموعة من البيانات وتنظيمها وتصنيفها وتلخيصها وعرضها بطريقة واضحة في صورة جداول أو أشكال بيانية وحساب المقاييس الإحصائية المختلفة لوصف متغير ما (أو أكثر) في مجتمع ما.

المعارف المسبقة المطلوبة

يحتاج الطالب فقط إلى معرفة أهم العمليات والقواعد الرياضية التي تم التطرق إليها في مرحلة التعليم المتوسط والثانوي.

محتوى المادة:

- نظرة عامة حول علم الإحصاء: ما المقصود بعلم الإحصاء؟ لماذا ندرس الإحصاء؟ تطبيقات الإحصاء في الاقتصاد وإدارة الأعمال. أنواع البيانات وتصنيف المتغيرات، مصادر البيانات ومفاهيم حول العينات وطرق الحصول عليها.
- العرض الجدولي للبيانات: العرض الجدولي للمتغيرات الكمية المستمرة- العرض الجدولي للمتغيرات الكمية المتقطعة. العرض الجدولي للمتغيرات النوعية. التكرار المطلق. التكرار النسبي. التكرارات المجمعة الصاعدة والنازلة
- العرض البياني للبيانات: العرض البياني للمتغيرات الكمية المستمرة - العرض البياني للمتغيرات الكمية المتقطعة. العرض البياني للمتغيرات النوعية.
- مقاييس النزعة المركزية: المتوسط الحسابي، المتوسط الهندسي، المتوسط التوافقي والمتوسط التربيعي. الوسيط وأشبه الوسيط (المئينات، العشيريات والربيعيات)، المنوال. مقارنة بين مقاييس النزعة المركزية.
- مقاييس التشتت: مقاييس التشتت المطلقة (المدى العام، المدى الربيعي، الانحراف المتوسط، التباين والانحراف المعياري). مقاييس التشتت النسبي (معامل الاختلاف، البيانات المعيارية)
- مقاييس الشكل: حساب العزوم، مقاييس الإلتواء (بيرسون، فيشر،)، مقاييس التفرطح (بيرسون، فيشر،)

- مقاييس التمرکز: منحى لورنز-Lorenz Curve - مؤشر جيني - Gini Index
- الأرقام القياسية: الأرقام القياسية البسيطة، الأرقام القياسية المجمعة، الأرقام القياسية المرجحة،
- الارتباط والانحدار: توزيعات المتغيرات ثنائية التغير (جداول التوافق والتكرارات المشتركة، الهامشية والشرطية). الارتباط بين متغيرين كيفيين (إحصاء كاي مربع، ومعامل الارتباط الخطي). الارتباط بين متغيرين مستمرين (سحابة النقاط ومعامل الارتباط الخطي، الانحدار الخطي البسيط).
- طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- عبد الرزاق عزوز (2010)، الكامل في الإحصاء الجزء الأول، ديوان الوطني للمطبوعات، الجزائر.
- عبد الرزاق عزوز (2011)، الكامل في الإحصاء الجزء الثاني، ديوان الوطني للمطبوعات، الجزائر.
- تيلوت سامية، مبادئ في الإحصاء، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2009
- جلاطو جيلالي، الإحصاء مع تمارين ومسائل محلولة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001
- محمد راتول، الإحصاء الوصفي، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2006
- Goldfarb, B., & Pardoux, C. (2011). *Introduction à la méthode statistique, 6^e édition. Dunod.*
- Hamdani Hocine (2005), *Statistique descriptive, OPU, Alger.*
- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., Camm, J. D., Williams, T. A., & Cochran, J. J. (2015). *Statistiques pour l'économie et la gestion. De Boeck Supérieur.*

السداسي: الأول

وحدة التعليم : منهجية

المادة : رياضيات 1

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تمكين الطالب من الرياضيات وتوظيفها في مختلف المجالات الإدارية والمالية والاقتصادية وغيرها من المقاييس ذات الصلة بالتخصص.

المعارف المسبقة المطلوبة

مفاهيم أولية في الجبر والتحليل

محتوى المادة:

- التحليل التوافقي
- مفاهيم عامة حول المتتاليات العددية
- الدوال الآسية والدوال اللوغاريتمية
- المشتقات
- الدوال الأصلية وحساب التكامل

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- مسعودان هادية و حناشي فارح (2021)، الرياضيات العامة للاقتصاديين. ط1 . نوران للنشر والتوزيع. تبسة- الجزائر.
- حسن ياسين طعمة (2010)، الرياضيات للاقتصاد والعلوم الادارية والمالية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- Jacques Dixmier (2001), *Cours de mathématiques du premier cycle 1^{re} année – Avec exercices corrigés, Deuxième édition, Dunod, Paris, France.*
- Jacques Vélú (2020), *Mathématiques Générales - Cours et exercices corrigés, Dunod, Paris, France.*

السداسي: الأول

وحدة التعليم : استكشافية

المادة : مدخل لعلم اجتماع المنظمات

الرصيد: 1

المعامل: 1

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

إكساب الطالب معارف من منظور شمولي وتنمية تفكيره ليتسنى له فهم وتحليل الظواهر التنظيمية، بالإضافة إلى تهيئة الطالب ليكون مستعداً لفهم ما سيتلقاه لاحقاً من معارف جديدة في مجال تخصصه.

المعارف المسبقة المطلوبة

مفاهيم مكتسبة من خلال مادة الفلسفة العامة خلال المرحلة الثانوية.

محتوى المادة:

- علم الاجتماع النشأة والتطور
- رواد علم الاجتماع /ابن خلدون، اوغست كونت
- الظاهرة الاجتماعية وعلاقة علم الاجتماع بالعلوم الأخرى
- علم اجتماع المنظمات
- المقاربة السوسيولوجية لثقافة وهوية المنظمة
- نظريات التنظيم: النظريات الكلاسيكية
- نظريات التنظيم: النظرية السلوكية
- نظريات التنظيم: النظريات الحديثة
- القيادة الإدارية في تنظيمات العمل
- الهوية المهنية وديناميكيات جماعات العمل

طريقة التقييم: امتحان نهائي

المراجع:

- بلقاسم سلاطينية وإسماعيل قيرة : التنظيم الحديث للمؤسسة ،التصور والمفهوم ،دار الفجر، مصر 2008.
- شحاته، صيام(2009)، النظرية الاجتماعية من المرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحداثة، ط1، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- حسن عبد الحميد أحمد رشوان (2003)، علم الاجتماع وميادينه، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
- سمير إبراهيم حسن، تمهيد في علم الاجتماع، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- ناصر قاسمي، سوسيولوجيا المنظمات، ديوان المطبوعات الجامعي الجزائر 2014

السداسي: الأول

وحدة التعليم : استكشافية

المادة : مدخل للقانون

الرصيد: 1

المعامل: 1

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تزويد الطالب بالقدر الضروري من المعارف القانونية الواضحة المعالم من خلال ما تقدمه دروس القانون.
تجعل منه طالبا يحسن التصرف من خلال الممارسة الواعية.

المعارف المسبقة المطلوبة

جعل الطالب المتعلم يدرك المبادئ و المفاهيم القانونية الأساسية كمبادئ أولية تتمثل في مجموعة المصطلحات المتداولة في المجال القانوني و التي لها علاقة بكل العلوم الأخرى، خاصة الاقتصاد التسيير والتجارة.

محتوى المادة:

- مفهوم القانون
- القاعدة القانونية تعريفها عناصرها خصائصها وتقسيماتها
- تقسيمات القانون
- مصادر القانون
- تطبيق القانون من حيث الأشخاص
- تطبيق القانون من حيث المكان و الزمان
- الحق وأنواعه (حقوق غير مالية، حقوق مالية، حقوق ذهنية)
- أشخاص الحق (الشخص الطبيعي والشخص المعنوي) ومحلله
- وسائل إثبات الحق و أسباب انقضائه
- المسؤولية (الجزائية ، المدنية و التأديبية)
- التنظيم القضائي في الجزائر

طريقة التقييم: امتحان نهائي

المراجع:

- الحسين بن شيخ آث ملوية ،مدخل الى دراسة القانون، دارر هومة ، 2017
- محمد سعيد جعفرور ،مدخل الى العلوم القانونية، الوجيز في نظرية القانون ،الجزء الأول، الطبعة 20 ، 2014
- محمد الصغير باعلي ، المدخل للعلوم القانونية ،دارالعلوم 2006
- علي أحمد صالح ،المدخل لدراسة العلوم القانونية ،دار بلقيس ،الطبعة الأولى ، 2016

السداسي: الأول

وحدة التعليم : أفقية

المادة : لغة اجنبية 1

الرصيد: 1

المعامل: 1

نمط التعليم: عن بعد + حضوري

أهداف التعليم

إثراء الرصيد اللغوي للطلاب من خلال المصطلحات و القواعد اللغوية خاصة.

المعارف المسبقة المطلوبة:

التمكن من أساسيات اللغة الانجليزية

محتوى المادة:

- Socializing (Greetings, Introductions and goodbyes)
- Numbers, time, and time expressions
- Forms of money
- Work and jobs
- Talking about leisure and hobbies at the workplace

طريقة التقييم: التقييم المستمر

المراجع:

- Evan Frando & Sean Mahoney (2011). English for accounting, Oxford University Press.
- Ian Mackenzie (2002). Financial English. Christopher Wenger Publishing.
- Simon Sweeney (2002). Test your Professional English- Management. Pearson Education Limited. Second Edition.

السداسي: الثاني

وحدة التعليم : أساسية

المادة : المحاسبة المالية 2

الرصيد: 6

المعامل: 3

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

يهدف هذا المادة تمكين الطالب من التسجيل المحاسبي لجل العمليات الجارية للمؤسسة وأهم أعمال نهاية الدورة المحاسبية في شكلها البسيط، على أن يتم التعمق في هذه الأخيرة في مقياس المحاسبة المالية المعمقة.

المعارف المسبقة المطلوبة

تمكن الطالب من مكتسبات مادة المحاسبة المالية 1.

محتوى المادة:

- محاسبة مردودات المشتريات والمبيعات.
- محاسبة التسبيقات على المخزونات.
- محاسبة التخفيضات التجارية والمالية.
- محاسبة الأغلفة.
- المحاسبة الأوراق التجارية.
- أعمال نهاية الدورة المحاسبية.

طريقة التقييم: تقيم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- بعداش عبد الكريم (2020): المحاسبة العامة 2، الصفحات الزرقاء، الجزائر.
- لعياشي نور الدين (2018): المحاسبة المالية وفق النظام المحاسبي المالي، دار بهاء الدين للنشر والتوزيع، الجزائر.
- محمد بوتين (2015): المحاسبة المالية ومعايير المحاسبة الدولية، الصفحات الزرقاء، الجزائر.
- لخضر علاوي (2014): نظام المحاسبة المالية: سير الحسابات وتطبيقها 2، الصفحات الزرقاء، الجزائر.
- عبد الرحمن عطية (2011): المحاسبة العامة وفق النظام المحاسبي المالي (المخطط المحاسبي الجديد)، دار جيطلي للنشر والتوزيع، الجزائر.

- Sahraoui Ali (2011), " Comptabilité financière ; Cours et exercices corrigés ", Berti Edition, Alger.
- Conseil National de Comptabilité (2014), Manuel de comptabilité financière : conforme à la loi 07-11 du 25 novembre 2007 portant système comptable financier, ENAG éditions, Alger.

السداسي: الثاني

وحدة التعليم : أساسية

المادة : اقتصاد جزئي 2

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

- التحكم في المفاهيم الاقتصادية الأساسية، وكذلك الإطار النظري لسلوك المنتج في مختلف الأسواق، والقدرة على استخدام الأدوات الكمية لقياس السلوكيات العقلانية للمنتج وتحليلها علمياً؛
- القدرة على اتخاذ قراراته الصحيحة، من خلال المنطق الاقتصادي لكل مشكلة اقتصادية تدخل في إطار تصرفات المنتج؛
- القدرة على فهم السلوكيات الإنتاجية الفردية وكذا الربط ما بين السلوكيات الفعلية والنظرية؛
- تعلم ثقافة اقتصادية علمية وتنمية عقلانية السلوك الاقتصادي لديهم، القائم على كيفية تحقيق الأمثلية.

المعارف المسبقة المطلوبة

- الإلمام بالمبادئ الأساسية في الرياضيات خاصة الاشتقاق الرياضي
- الإلمام التام والجيد بمادة اقتصاد جزئي 1

تحتوي المادة على المحاور التالية:

- تحليل سلوك المنتج في حالة سوق المنافسة التامة والكاملة
- تحليل سلوك المنتج في حالة سوق الاحتكار التام
- تحليل سلوك المنتج في حالة سوق المنافسة الاحتكارية
- تحليل سلوك المنتج في حالة سوق الاحتكار الثنائي
- تحليل سلوك المنتج في حالة سوق احتكار القلة

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- عمار عماري (2015)، الاقتصاد الجزئي - ملخص الدروس وتطبيقات محلولة- ، دار الجزائرية، الجزائر.
- عمر صخري (2019)، الاقتصاد، دار بهاء الدين للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، قسنطينة، الجزائر.

- ◉ فردريك تلون ترجمة وردية واشد (2008)، مدخل إلى الاقتصاد الجزئي، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان.
- ◉ كساب علي (2013)، النظرية الاقتصادية، التحليل الجزئي، الطبعة الرابعة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر.
- ◉ معاذ الشرفاوي الجزائري (2020)، الاقتصاد الجزئي، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سورية.
- Armand Colin (2018), la microéconomie en pratique, DUNOD, France.
- BIEN Franck et MERITET Sophie, (2019), Microéconomie : Comportements des agents et concurrence parfaite, Pearson, France.
- Christopher T.S. Ragan (2019) , Ragan Microeconomics, Pearson, Canada.
- Hal R. Varian (2006), Introduction à la microéconomie, traduction de la 7^e édition américaine par Bernard THIRY, 6^e édition, De Boeck, Bruxelles, Belgique.
- Martin Kolmar ; Magnus Hoffmann (2018), Workbook for Principles of Microeconomics.
- Michael PARKIN, Robin BADE, Patrick GONZALES (2010), Introduction à la microéconomie moderne, Edition du renouveau Pédagogique Inc, 4^{ème} édition.

السداسي: الثاني

وحدة التعليم : أساسية

المادة : اقتصاد المؤسسة

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تمكين الطالب من استيعاب أهمية الإدارة الاقتصادية للمؤسسة بما يسمح لها بالبقاء والنمو، بالإضافة الى التحكم في المفاهيم الأساسية للمؤسسة، التعرف على التوجهات الحديثة في اقتصاد المؤسسة وكذا تطور المؤسسة في الجزائر

المعارف المسبقة المطلوبة يحتاج الطالب إلى التفكير والاستنباط العقلاني الرشيد لفهم هذه المادة، بالإضافة إلى مكتسبات من المواد التالية: مدخل للاقتصاد، مدخل لعلم اجتماع المنظمات.

محتوى المادة:

- مفهوم المؤسسة
- نشأة وتطور المؤسسة
- المؤسسة والمحيط الداخلي
- المؤسسة والمحيط الخارجي
- تصنيفات المؤسسة
- هياكل وتنظيم المؤسسة
- وظائف المؤسسة ومواردها
- أدوات التحليل الاقتصادي للمؤسسة.
- دورة حياة وأنماط نمو المؤسسة
- ثقافة وأخلاقيات المؤسسة.
- التوجهات الحديثة في اقتصاد المؤسسة.

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- عبد الرزاق بن حبيب (2020): اقتصاد وتسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- ناصر دادي عدون (1998)، اقتصاد المؤسسة، طبعة 2، دار المحمدية العامة، الجزائر.
- غول فرحات (2011)، الوجيز في اقتصاد المؤسسة، دار الخلدونية، الجزائر.
- صمويل عبود (1994)، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية.
- خليفي عيسى (2004)، اقتصاد المؤسسة، دار المودة للنشر والتوزيع.
- صالح حميمدات (2018)، محاضرات في اقتصاد المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، الجزائر.
- M Darbelet (1996) : Économie d'Entreprise : BTS, enseignement supérieur, Editions Foucher . Paris.
- Rudolf Brennemann et Sabine Sépari (2001), Economie d'Entreprise, Editions Dunod, Paris.
- N. Mankiw, Mark Taylor and Andrew Ashwin (2019), Business Economics, 3rd Edition, Cengage Learning EMEA Publisher.

السداسي: الثاني

وحدة التعليم : أساسية

المادة : تاريخ الفكر الاقتصادي

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تمكين الطالب من الإلمام بمختلف المدارس الفكرية من حيث نظرياتهم وتوجهاتهم الفكرية بشأن أهم المسائل الاقتصادية.

المعارف المسبقة المطلوبة

يحتاج الطالب إلى التفكير والاستنباط العقلاني الرشيد لفهم هذه المادة، بالإضافة إلى مكتسبات من المواد التالية: مدخل للاقتصاد، مدخل لعلم اجتماع المنظمات.

محتوى المادة:

- الفكر الاقتصادي في الحضارات الشرقية القديمة.
- الفكر الاقتصادي في المجتمعات الغربية القديمة والعصور الوسطى في أوروبا.
- الفكر الاقتصادي الماركنتيلي (التجارىون).
- الفكر الاقتصادي في العصر الإسلامى.
- الفكر الاقتصادي الطبعى.
- الفكر الاقتصادي الكلاسيكى.
- الفكر الاقتصادي الليبرالى الرأسمالى ومراحله.
- الفكر الاقتصادي الاشتراكى الفرنسى والفكر الماركسى.
- الفكر الاقتصادي للمدرسة التاريخية فى ألمانيا.
- الفكر الاقتصادي الحدى النيوكلاسيكى.
- الفكر الاقتصادي الكينزى والنظريات الاقتصادية المعاصرة (ما بعد كينز).

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائى ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحى للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- عبد علي كاظم المعموري (2012)، تاريخ الأفكار الاقتصادية، دار حامد، عمان.
- مدحت القريشي (2008)، تطور الفكر الاقتصادي، دار وائل، عمان.
- راي كانترييري (2011)، موجز تاريخ علم الاقتصاد، المركز القومي للترجمة، القاهرة.
- فتح الله ولعلو (1981)، الاقتصاد السياسي، ج1، دار الحداثة، بيروت، 1981.
- جون كينيث جالبريات (2000)، تاريخ الفكر الاقتصادي: الماضي صورة الحاضر، عالم المعرفة، الكويت.
- راشد البرواري (1985)، النظام الاشتراكي، الطبعة الأولى، دار النهضة، بيروت.
- أحمد فريد مصطفى (2000)، سهير محمد السيد حسن، تطور الفكر والوقائع الاقتصادية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر.
- إسماعيل محمد علي (2011)، تطور الفكر الاقتصادي، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة.
- فؤاد عبد اله العمر (2003)، مقدمة في تاريخ الاقتصاد الإسلامي وتطوره، الطبعة الأولى، البنك الإسلامي للتنمية، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب.
- محمد سامر القصار (2009)، الأزمة المالية العالمية: دلائل اقتصادية على سطوع المنظومة الإسلامية من بين أنقاض الرأسمالية، دار الفكر، دمشق.
- Alain Samuelson (1993), Les grands courants de la pensée économique, O.P.U, Alger.
- Lionel Robbins (2000), A history of economic thought: The LSE lectures, Princeton University Press.

السداسي: الثاني

وحدة التعليم : منهجية

المادة : احصاء 2

الرصيد: 5

المعامل: 3

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

يهدف هذا المادة إلى التعرف على نظرية الاحتمالات واستخداماتها في مجال الاقتصاد والتسيير، وعلى كيفية تطبيقها على البيانات الحقيقية

المعارف المسبقة المطلوبة

المفاهيم الأساسية في الاحتمالات والإحصاءات، مشتقات الدوال وحساب التفاضل والتكامل، خصائص الدالة اللوغاريتمية والأسية تمكن الطالب من مكتسبات مادة الرياضيات والإحصاء 1.

محتوى المادة:

- نظرية المجموعات: تعريف المجموعة، أنواع المجموعات، العمليات على المجموعات، قوانين نظرية المجموعات.
- التجربة والحدث: التجربة العشوائية، فراغ العينة، الحدث.
- التحليل التوافقي: طرق الترتيب، طرق التبادل، طرق التوافق
- الاحتمالات:

أولاً: نظرية الاحتمال (مفهوم الاحتمال وطريقة حسابه، التعريف الرياضي للاحتمال)

ثانياً: خواص الاحتمال.

ثالثاً: الأحداث المستقلة والاحتمالات الشرطية (الأحداث المستقلة، تعريف الاحتمال الشرطي، قانون

الضرب للاحتتمالات الشرطية، نظرية الاحتمال الكلي، احتمال الأحداث المستقلة، نظرية بايز).

- المتغيرات العشوائية المتقطعة وتوزيعها الاحتمالي:

أولاً: المتغير العشوائي وأنواعه (تعريف المتغير العشوائي، أنواع المتغير العشوائي)

ثانياً: التوزيع الاحتمالي للمتغيرة المتقطعة

ثالثاً: شروط دالة الكثافة للمتغيرة المتقطعة

رابعاً: التمثيل البياني لدالة الكثافة الاحتمالية ل م ع المتقطعة

خامساً: دالة التوزيع $F(x)$ للمتغيرة العشوائية المتقطعة.

سادسا: بعض التوزيعات الاحتمالية المتقطعة: (التوزيع المنتظم، توزيع برنولي، التوزيع الثنائي، فكرة عامة عن بقية التوزيعات)

- المتغيرات العشوائية المستمرة وتوزيعها الاحتمالي:

أولا: التوزيع الاحتمالي للمتغيرة المستمرة

ثانيا: خصائص دالة الكثافة الاحتمالية للمتغيرة العشوائية المستمرة

ثالثا: دالة التوزيع $F(x)$ للمتغيرة العشوائية المستمرة

رابعا: قاعدة لايبنيث $R\grave{e}gle\ de\ LEIBNITZ$

خامسا: بعض التوزيعات الاحتمالية المستمرة: (التوزيع المنتظم، فكرة عامة حول التوزيع الطبيعي أو توزيع لابلاس قوس، فكرة عامة عن بقية التوزيعات).

- التوقع الرياضي والتباين:

أولا: التوقع الرياضي: تعريف التوقع، توقع دالة، خصائص التوقع الرياضي

ثانيا: التباين والانحراف المعياري (تعريف التباين، خصائص التباين، المتغيرة المعيارية)

- العزوم والدالة المتجددة للعزوم

أولا: العزوم

ثانيا: الدالة المتجددة للعزوم

- نظرية شيبشيف ونظرية الأعداد الكبيرة

أولا: متراجحة شيبشيف.

ثانيا: نظرية الأعداد الكبيرة.

طريقة التقييم: تقيم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع: (كتب ومطبوعات، مواقع/انترنت، إلخ)

- جبار عبد ماضي (2011)، مقدمة في نظرية الاحتمالات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن.

- أنيس إسماعيل كنجو (2000)، الإحصاء والاحتمال، الطبعة الأولى، مكتبة العبيكان، الرياض.

- السعدي رجال (2008)، نظرية الاحتمالات مبادئ الحساب الاحتمالي دروس وتمارين، ديوان المطبوعات الجامعية.

- لرقام جميلة (2000)، دروس في الاحتمالات، دار الحديث للكتاب.

- العرفاوي نور الدين (2017)، نظرية الاحتمالات المتغيرات العشوائية الحقيقية المتقطعة ذات البعد

الواحد دروس وتمارين محلولة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

- العماري على عبد السلام والعجيلي علي حسين (2000)، الإحصاء والاحتمالات: النظرية والتطبيق، منشورات ELGA، فاليتا.

- Sheldon Ross (2019), « A first course in probability », Boston, MA: Pearson.
- Hurlin Christophe (2015), Statistique et Probabilités en économie-gestion, Dunod.
- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., Camm, J. D., Williams, T. A., & Cochran, J. J (2015), «Statistiques pour L'économie et la Gestion », De Boeck, Bruxelles.
- Lecoutre, J. P. (2002). Statistique et probabilités. Dunod.
- Posière Jean-Pierre (2005), Mathématiques appliquées à la gestion, Gualino, Paris.
- Jean-François Delmas (2010), Introduction au calcul des probabilités et à la statistique, Les presses de l'ENSTA, Paris.

السداسي: الثاني

وحدة التعليم : منهجية

المادة : رياضيات 2

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

زيادة المعارف واكتساب مهارات جديدة في التحليل و الجبر الخطي ، كتمكين الطالب من استيعاب مفهوم المعادلة التفاضلية والمشتقات الجزئية لاستعمالها في الاقتصاد الجزئي، التعامل مع المصفوفات من أجل توظيفها في مجالات ذات صلة مع تخصص العلوم الاقتصادية كرياضيات المؤسسة وبحوث العمليات وتحليل المعطيات... الخ ، توظيف المفاهيم الأساسية حول المصفوفات في حل جمل معادلات خطية كي تستعمل لاحقا في نظرية اتخاذ القرار.

المعارف المسبقة المطلوبة

- يحتاج الطالب إلى مفاهيم أولية في الجبر والتحليل.
- تكون لدى الطالب مكتسبات في مادة : رياضيات 1.

محتوى المادة:

- المعادلات التفاضلية.
- الدوال ذات متغيرين.
- مفاهيم عامة حول المصفوفات والعمليات عليها.
- المحددات وطرق حساب مقلوب مصفوفة.
- حل جملة المعادلات الخطية.

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- هادية مسعودان وحناشي فارح (2021)، الرياضيات العامة للاقتصاديين ط1، نوران للنشر والتوزيع، تبسة الجزائر.
- حسن ياسين طعمة (2010)، الرياضيات للاقتصاد والعلوم الادارية والمالية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- Denis Serre (2001), Les Matrices Théorie et pratique, Dunod, Paris, France.

- Skander Belhaj (2011), Mathématiques pour l'économie et la gestion, 1re Édition, Vuibert.

السداسي: الثاني

وحدة التعليم: استكشافية

المادة : اعلام الي 1

الرصيد: 1

المعامل: 1

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

الهدف العام من مقياس الإعلام آلي 1 هو تمكين الطالب من التعامل مع برنامج Excel وتعميق فهمه فيما يخص هذا البرنامج بما يخدم الميدان وتمكينه من إنشاء جداول بيانات، القوائم و الرسومات البيانية وكذا القيام بحسابات متقدمة وتحليل النتائج المتوصل إليها بالإضافة إلى برنامجي WORD و برنامج POWER POINT

المعارف المسبقة المطلوبة

- مبادئ أولية في التعامل مع جهاز الحاسوب وتشغيله.
- مبادئ أولية في الرياضيات والإحصاء الوصفي.

محتوى المادة:

- مدخل عام للإعلام الآلي، الحاسوب وبرنامج إكسل.
- إنشاء جداول جديدة وكيفية تشغيل البرنامج.
- الصيغ الحسابية ب EXCEL.
- الدوال الرياضية ب EXCEL.
- الدوال الإحصائية ب EXCEL.
- الدوال النصية ب EXCEL.
- الدوال المنطقية ب EXCEL.
- دالة البحث.
- تشغيل التطبيق Word.
- نظام التشغيل Powerpoint.

طريقة التقييم: تقييم مستمر

المراجع:

1. Stéphane hamard (2007), Mathématiques financière avec VBA Excel, ENI édition.
2. Patrice Rey (2021), Matrices et calculs matriciels avec EXCEL 2016 et VBA, Books on demand GMBH edition.
3. Douglas Ford Cobb ; Judy Mynhier (1985), EXCEL in business, Illustrée edition.
4. Véronique Waarion (2010), WORD, EXCEL, POWER POINT, PEARSON10.

السداسي: الثاني

وحدة التعليم : استكشافية

المادة : قانون تجاري

الرصيد: 1

المعامل: 1

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تزويد الطالب بالقدر الضروري من المعارف القانونية الواضحة المعالم والمتعلقة بمختلف المصطلحات القانونية الخاصة بالتجارة و التي لها علاقة بالاقتصاد خاصة انجاز المشاريع من خلال اختيار شكل الشركة المناسب .

المعارف المسبقة المطلوبة

اكتساب معارف حول المبادئ الأساسية حول القانون التجاري و النمو بالنمو الفكري إلى الممارسة الواعية.

محتوى المادة:

- مفهوم القانون التجاري.
- مصادر القانون التجاري.
- التمييز بين الأعمال المدنية والأعمال التجارية.
- تصنيف الأعمال التجارية في التشريع الجزائري.
- التاجر.
- الشركات التجارية المفهوم وأركان تأسيسها والجزاء المترتب عند الإخلال بها.
- أسباب انتهاء الشركات وأثار الانتهاء.
- شركات الأشخاص.
- شركات الأموال.
- المحل التجاري.
- تصنيف الأوراق التجارية في التشريع الجزائري.
- أنواع العقود التجارية.
- طريقة التقييم: امتحان نهائي.

المراجع:

- عباس حلمي "القانون التجاري والعقود والأوراق التجارية ديوان المطبوعات الجامعية الطبعة الثانية 1997
- عمار عمورة شرح القانون التجاري الجزائري دار المعرفة سنة 2000 الجزائر
- بلعيساوي محمد الطاهر الشركات التجارية النظرية العامة وشركات الأشخاص الجزء الأول دار العلوم 2011
- نادية فوضيل أحكام الشركة طبقا للقانون التجاري الجزائري دار هومة 1999 الجزائر
- أحمد محرز: القانون التجاري الجزائري الجزء الثالث السندات التجارية دار النهضة العربية دون ذكر تاريخ النشر
- سميحة القليوبي: الشركات التجارية دار النهضة بيروت لبنان 2001
- زراوي صالح فرحة: الكامل في القانون التجاري الجزائري. دار النشر توزيع ابن خلدون وهران. 2003
- دليل تأسيس الشركات التجارية في القانون التجاري الجزائري. دار هومه 2014

السداسي: الثاني

وحدة التعليم : أفقية

المادة : لغة اجنبية 2

الرصيد: 1

المعامل: 1

نمط التعليم: عن بعد + حضوري

أهداف التعليم

إثراء الرصيد اللغوي للطالب من خلال المصطلحات العامة و القواعد اللغوية إضافة إلى مصطلحات التخصص.

المعارف المسبقة المطلوبة

اكتساب والتمكن من محتوى اللغة انجليزية 1

يحتوي المادة على المحاور التالية:

- Introduction to Economics (Début du Semestre 2)
- Introduction to Commerce and Trade
- Introduction to Finance
- Introduction to Management
- Introduction to Accounting
- Introduction to Marketing

طريقة التقييم : التقييم المستمر

المراجع:

- Bill Mascull (2006). Business Vocabulary in Use - Elementary. Cambridge University Press.
- Business English pods
- Handouts with texts and exercises to do.

السداسي : الثالث
وحدة التعليم : أساسية
المادة : محاسبة التسيير
الرصيد: 6
المعامل: 3
نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

- بعد دراسة هذه المادة التعليمية سيصبح الطالب قادرا على:
- حساب التكاليف وتحديد النتائج التحليلية باستخدام عدة طرق.
- اختيار الطريقة الأكثر فعالية لحساب التكلفة.
- التحكم في مختلف أساليب الضغط على التكلفة.

المعارف المسبقة المطلوبة

حتى يتمكن الطالب من دراسة محتوى مادة محاسبة التسيير لا بد أن يكون ملما بـ:
محاسبة مالية 1 ومحاسبة مالية 2.

محتوى المادة:

- مدخل إلى محاسبة التسيير
 - مدخل إلى المخزونات وطرق تقييم المخزون (CMUP, FIFO)
 - طريقة التكلفة الكلية حسب الأقسام المتجانسة
 - طريقة التكاليف المتغيرة
 - طريقة التحميل العقلاني للتكاليف الثابتة
 - طريقة التكلفة المعيارية والمحددة سلفا
 - طريقة التكلفة الهامشية
 - طريقة التكلفة القائمة على الأنشطة ABC
 - طريقة التكلفة المستهدفة
 - طريقة التكلفة المخفية
- طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- Ray H. Garrison, Theresa Libby, Alan Webb .Fondements de la comptabilité de gestion . Chenelière, Canada, 2016
- Louis Dubrulle, Didier Jourdain, Roger Servan .Comptabilité analytique de gestion .Dunod, France, 6^{ème} édition, 2013
- Francis Grandguillot, Béatrice Grandguillot .La comptabilité de gestion. Gualino Eds, 22^{ème} édition, 2021

السداسي : الثالث

وحدة التعليم : أساسية

المادة : أساسيات التسويق

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تهدف المادة إلى تزويد الطالب بما يلي:

معرفة المفاهيم الأساسية للتسويق ومراحل تطوره

معرفة عناصر المزيج التسويقي وأهميته في نجاح المنظمة.

معرفة دور التسويق في بيئة المؤسسة التنافسية.

معرفة المعلومات التسويقية وعلاقتها بالبحوث التسويقية

معرفة سلوك المستهلك والعوامل المؤثرة على قراره الشرائي بعد استيعاب مفهوم تجزئة السوق

معرفة أهم مجالات تطبيق الممارسات التسويقية.

المعارف المسبقة المطلوبة

بعدما يكون الطالب قد درس مادة " اقتصاد المؤسسة " في السداسي الثاني من السنة الأولى عليه أن

يكون ملما بالمفاهيم الأساسية التالية: ماهية المؤسسة. ماهية بيئة المؤسسة. معرفة وظائف المؤسسة.

وظائف الإدارة في المؤسسة.

محتوى المادة:

- مدخل إلى التسويق
- وظيفة التسويق داخل المؤسسة
- البيئة التسويقية
- نظم المعلومات التسويقية وبحوث التسويق
- تقسيم السوق والاستهداف والتموقع
- أسواق المستهلكين والسلوك الشرائي
- أسواق الأعمال وسلوك المشتري الصناعي
- الرضا وولاء الزبائن وبناء علاقات العميل
- قرارات المنتج والخدمات
- استراتيجيات تطوير المنتج الجديد ودورة حياته

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- Philip Kotler & Kevin Lane Keller & Bernard Dubois & Delphine Manceau, Marketing Management: 12eme édition, Pearson Education Paris, France, 2006.
- أساسيات التسويق-، تعريب م.سرور علي إبراهيم ، الكتاب الأول، فيليب كوتلر، دار الفكر المريح للنشر الجامعي، الرياض، 2007.
- زكريا عزام وآخرون، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للطباعة والنشر، 2011.
- خالد الراوي، حمود السند (2000) "مبادئ التسويق الحديث"، دار المسيرة للنشر والتوزيع و الطباعة،
- محمد صالح المؤذن (2002) "مبادئ التسويق"، الطبعة الأولى، عمان-الأردن.
- إياد عبد الفتاح النصور (2013) "إدارة التسويق"، الطبعة الأولى دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن.
- Philip Kotler, Gary Armstrong: (2016) Principles of Marketing 16th Edition..Pearson Education Paris, France.
- Jean-Jacques Lambin, Chantal de Moerloose (2008) «marketing stratégique et opérationnel» : du marketing à l'orientation-marché: 7e édition, Dunod, Paris, France.

السداسي : الثالث

وحدة التعليم : أساسية

المادة : اقتصاد كلي 1

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

يساعد المادة الطلبة على فهم الجوانب النظرية للظواهر الاقتصادية الكلية، كما يُمكن من استيعاب النمذجة الاقتصادية لهذه الظواهر والسلوك الاقتصادي في بناء عددي رياضي؛ بالإضافة إلى الإلمام بحد مقبول من التحليل الاقتصادي للنماذج الرياضية التي تُجسّد الإطار النظري وتربطه بالواقع، في ظل أطروحات المدرسة الكلاسيكية والكيينزية.

- دراسة محتوى المادة، سيكون الطالب قادراً على ما يلي:

- أن يعرف حسابات المجاميع الاقتصادية الكلية ومؤشرات الاقتصاد الكلي وقياسها؛

- أن يميّز بين مختلف النشاطات الاقتصادية للأعوان الاقتصاديين على المستوى الكلي؛

- أن يتحكّم في المفاهيم الأساسية للتحليل الاقتصادي الكلي من خلال دراسة نظرية الاقتصاد الكلي (النظرية الكلاسيكية والكيينزية).

المعارف المسبقة المطلوبة

مدخل للاقتصاد، اقتصاد جزئي، تاريخ الفكر الاقتصادي، رياضيات

محتوى المادة:

- مدخل للنظرية الاقتصادية الكلية (مفاهيم ومصطلحات)

- قياس مستوى النشاط الاقتصادي

- بيانات ونماذج قياس مؤشرات الاقتصاد الكلي الوطني والعالمي

- النموذج الكلاسيكي في التوازن الاقتصادي العام

- النموذج الكييزي في اقتصاد بسيط (قطاعين)

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

1. N. Gregory Mankiw (2019), *brief principles of macroeconomics, ninth edition, Harvard university.*
2. David Romer (2012), *advanced macroeconomics fourth edition, University of California, Berkeley.*
3. مايكل ابدجمان، الاقتصاد الكلي النظرية والسياسة، ترجمة محمد إبراهيم منصور، دارالمريخ، الرياض، 2012.
4. محمد زرقون، أمال رحمان، النظرية الاقتصادية الكلية: محاضرات وتمارين، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017.
5. سعيد بربيش، اقتصاد الكلي: بين النظرية والتطبيق، أعمال موجهة، دارالعلوم للنشر والتوزيع، عنابة، الجزائر، 2007.
6. بشير معطيب، اقتصاد الكلي: دروس وتمارين، ط1، كليك للنشر، الجزائر، 2008.
7. محمد الشريف إلمان، محاضرات في النظرية الاقتصادية الكلية: الدوال الاقتصادية الكلية الأساسية القطاع الحقيقي، ج2، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003.
8. بول سامويلسون، ويليام نوردهاوس، اقتصاد، ترجمة هشام عبدالله، ط2، دار الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
9. بول كروجمان، تحليل النظريات الاقتصادية، ط1، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2007.

السداسي : الثالث

وحدة التعليم : أساسية

المادة : مدخل لإدارة الأعمال

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

- تمكين الطالب من استيعاب أهمية إدارة الأعمال للمنظمات والمؤسسات في الجانب التطبيقي والعملي بعدما تطرق إليها في مدخل نظري في مادة مدخل لعلم اجتماع المنظمات.
- تلقي الطالب معارف أساسية في إدارة الأعمال من جهة وتحضيره لمقاييس ومواد لاحقة في برنامج الليسانس في ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بصفة خاصة سوف يمكن الطالب من التعرف على:
- تمكين الطالب من إدراك أهمية إدارة الأعمال كمهارة علي لإدارة كل منظمة مهما كان حجمها.
 - تلقي الطالب المعارف الأساسية لإدارة الأعمال.
 - تعريف الطالب بأهمية المقاربة بالنظم في وقتنا الحالي واعتبار المنظمة نظام.
 - مرافقة الطالب على التعرف على التوجهات الحديثة في إدارة الأعمال.

المعارف المسبقة المطلوبة

يحتاج الطالب إلى التفكير والاستنباط العقلاني الرشيد لفهم هذه المادة، بالإضافة إلى مكتسبات من المواد التالية: مدخل لعلم اجتماع المنظمات، اقتصاد المؤسسة

محتوى المادة:

- مفاهيم عامة حول إدارة الأعمال – التركيز على السياق البيئي لإدارة الأعمال-
- المدرسة الكلاسيكية للإدارة
- مدرسة العلاقات الإنسانية
- المدارس الحديثة للإدارة
- النظرية الموقفية Théorie de la contingence
- اتجاهات حديثة في الإدارة: إدارة التغيير وإدارة الجودة
- اتجاهات حديثة في الإدارة: أخلاقيات الأعمال
- اتجاهات حديثة في الإدارة: الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية
- اتجاهات حديثة في الإدارة: إدارة المعرفة

- اتجاهات حديثة في الإدارة: إدارة الابداع والابتكار
- أساسيات حول إدارة الأعمال الدولية

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

10. بيتر دكر (2004)، فن الإدارة، تعريب عبد الهادي الميداني، طبعة 1، مكتبة العبيكان، الرياض.
11. فاطمة سعدي (2019)، مبادئ إدارة الأعمال ونظريات المنظمة E-Kutub، لندن.
12. Benowitz, E. A. (2021). *Principles of Management (Cliffs Quick Review)*.
13. Daft, R. L., & Daft, R. L. (2009). *Principles of management. South-Western, Cengage Learning India Pvt. Limited.*
14. Daft, R. L., & Marcic, D. (2022). *Understanding management. Cengage Learning.*
15. Hill, C. W., & McShane, S. L. (2008). *Principles of management (pp. 404-20). New York: McGraw-Hill/Irwin.*

السداسي : الثالث

وحدة التعليم : منهجية

المادة : إحصاء 3

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

الهدف الأساسي هو التمهيد التطبيقي للنماذج الاقتصادية النظرية وإعطائها صيغة رياضية.

- التعرف على أهم قوانين التوزيعات الاحتمالية المتقطعة والمستمرة

- إكساب الطالب القدرة على تطبيق التوزيعات الاحتمالية لمعالجة وحل المشكلات الاقتصادية والإدارية والاجتماعية.

- استيعاب المتغيرات العشوائية الثنائية المنفصلة والمتصلة وأهم خواصها.

- التعرف على التوزيعات ذات المتغيرين.

المعارف المسبقة المطلوبة

الرياضيات، الإحصاء الوصفي والاحتمالات

محتوى المادة:

- أهم قوانين التوزيعات الاحتمالية المتقطعة
- أهم قوانين التوزيعات الاحتمالية المتصلة
- تقارب بعض التوزيعات الاحتمالية
- المتغيرات العشوائية الثنائية

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

بوعبد الله صالح مدخل إلى الاحتمالات والإحصاء الرياضي دروس وتمارين، 2006.

عبد الحميد ربيع غيطان، نظرية الاحتمالات، الجزء الثاني، دار الكتب الأكاديمية، مصر، 2004، ط1

محمد كبيه وماهر بدوي " الإحصاء التطبيقي " منشورات جامعة حلب، كلية الاقتصاد، 2003.

السداسي : الثالث

وحدة التعليم : منهجية

المادة :رياضيات مالية

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تمكين الطالب من التحكم في مختلف الحسابات المالية والآليات المعتمدة في البنوك التجارية وبعض المؤسسات المالية و المتعلقة بالقرض والإيداع وتسديد القروض، والتي تعتبر أدوات كمية أساسية للمسيرين لاتخاذ القرارات.

التعرف على الفائدة باختلاف أنواعها وطرق حسابها وحساب الخصم وسداد القروض المجزأة و غير المجزأة و الدفعات بأنواعها و المعايير المعتمدة في تقييم المشاريع الاستثمارية.

المعارف المسبقة المطلوبة

أساسيات الرياضيات ، مفاهيم العمليات المالية والمصرفية

محتوى المادة:

- الفائدة البسيطة
- الخصم
- الفائدة المركبة
- الدفعات
- استهلاك القروض
- اختيار الاستثمارات

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس(60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

16. BOISSONNADE M., FREDON D. (2007), *Mathématiques financières*, 3^e édition, Dunods.

17. GINGLINGER E., HASQUENOPH J-M. (2006), *Mathématiques financières, Gestion poche, 2e édition, Economica.*
18. Hamini Allal (2006), *Mathématiques financières, Tome 1, troisième édition, Office des publications universitaires, Alger.*
19. Hamini Allal, (2006), *Mathématiques financières, Tome 2, Office des publications universitaires, Alger, troisième édition.*
20. الشقيري نوري موسى (2009)، الرياضيات المالية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان .
21. منصور بن عوف عبد الكريم (2016)، مدخل إلى الرياضيات المالية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

السداسي : الثالث

وحدة التعليم : منهجية

المادة : اقتصاد نقدي

الرصيد: 1

المعامل: 1

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

يُدرس هذا المادة لكل طلبة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير في السداسي الثالث في مرحلة الليسانس، من خلال التعرف على مبادئ الاقتصاد النقدي، بداية بمعرفة نظام المقايضة والنقود السلعية إلى النقود بشكلها الحالي، والتعرف على دور النقود في الاقتصاد والتطرق إلى النظام النقدي، مع شرح كيفية تصنيف الكتلة النقدية ومقابلاتها، ثم التطرق إلى البنوك التجارية كمؤسسات تقوم بعملية إنشاء النقود، والبنوك المركزية القائمة على عملية الإصدار النقدي، وفي الأخير التطرق إلى السياسات النقدية والتضخم والسوق النقدي.

تهدف هذه المادة إلى تمكين الطالب من معرفة ماهية النقود ودورها في الاقتصاد، وكذا الوقوف على الهيئات القائمة على إنشاء النقود وإصدارها، ومختلف مكونات السوق النقدية.

المعارف المسبقة المطلوبة

أن يكون للطالب معارف بسيطة حول ماهية الاقتصاد والمشكلة الاقتصادية من خلال مقياس مدخل للاقتصاد بالإضافة إلى معرفة الطالب لنظرية القيمة من خلال الاقتصاد الجزئي.

محتوى المادة:

- مدخل مفاهيمي للنقود
- المجمعات النقدية ومقابلاتها
- الأنظمة النقدية
- البنوك التجارية والبنك المركزي
- إنشاء النقود والمضاعف النقدي
- التضخم والسياسة النقدية
- السوق النقدية

طريقة التقييم: امتحان نهائي

المراجع:

22. عبد الصمد سعودي (2018)، الاقتصاد النقدي والأسواق المالية، (الطبعة الأولى)، دارالابتكار، الأردن.
23. سي محمد كمال (2017)، الاقتصاد النقدي، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان.
24. ضياء مجيد الموسوي (1993)، الاقتصاد النقدي، دار الفكر، الجزائر.
25. عبد المطلب عبد الحميد (2007)، اقتصاديات النقود والبنوك (الأساسيات والمستحدثات)، الدار الجامعية، الإسكندرية.
26. أسامة محمد الفولي (1999)، مبادئ النقود والبنوك، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية.
27. J.P.Paratat, Monnaie, institution financière et politique monétaire, Economica, Paris, 1982.
28. Marc Mantoussé, Economie monétaire et financière, Edition Leila Moussouni, 2000.
29. Mongi Smaili, Cours d'économie monétaire, Institut Supérieur de gestion de Tunis-Tunisie, 2009.
30. Mounir Smida, L'économie monétaire pas à pas, Université Virtuelle de Tunis et Cours publiés en France, 2007.
31. Naas Abdelkrim, Le système bancaire Algérien de la décolonisation à l'économie de marché, Maison neuve & la rose, Paris, France, 2003.

السداسي : الثالث

وحدة التعليم : إستكشافية

المادة : منهجية

الرصيد: 2

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تهدف هذه المادة إلى تزويد الطالب بنظرة عامة حول منهجية البحث العلمي، بغرض التعرف على كيفية استخدام مصادر المعلومات المختلفة، واختيار المناسب منها ؛ وأيضا معرفة المنهج العلمية المتبعة للوصول لحل مشكل مطروح، بالإضافة إلى تعلم فنيات تحرير وتنظيم المذكرة. تدريب الطالب على كيفية تطبيق مناهج البحث العلمي في متابعة وتحليل إشكاليات علم الاقتصاد والادارة، باستخدام تقنيات البحث العلمي المناسبة من خلال إعداد وتنفيذ الاستقراءات وتحليل وتفريغ البيانات وإعداد التقارير النهائية.

المعارف المسبقة المطلوبة

التحكم في استخدام الحاسوب وبرامج الحجز والمعالجة (Pack Office)، أساسيات تحليل المعطيات، استخدام محركات البحث، برامج الإدارة البيبليوغرافية، معرفة اعداد بطاقة القراءة

محتوى المادة:

- مفاهيم أساسية حول البحث العلمي
- أخلاقيات البحث العلمي والسرقة العلمية
- مناهج البحث العلمي
- مراحل إعداد البحث العلمي...Zotero, Producteev
- مشكلة البحث وصياغة الفرضيات
- المعاينة والعينات وأساليب القياس
- الاقتباس والتهميش واستخدام المراجع...APA, MLA, Mendeley Paperrater
- أدوات جمع البيانات (الاستبيان، المقابلة، الملاحظة...)
- الطرق الإحصائية لتحليل البيانات واختبار الفرضيات
- الطرق الحديثة لتحرير البحوث العلمية IMRAD
- بطاقة القراءة، أنواعها وكيفية تحريرها

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- أساسيات البحث العلمي تأليف: الدكتور منذر الضامن الناشر: دار المسيرة للطباعة والنشر، الأردن، 2007.
- عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، 2016
- إحسان محمد الحسن، (2005) مناهج البحث الاجتماعي، دار وائل للنشر، عمان ، الاردن
- عبد الرحمن بدوي، (2002) " مناهج البحث العلمي " دار النهضة العربية، القاهرة.
- عبد الله محمد الشريف، (2006) " مناهج البحث العلمي: دليل الطالب في كتابه الأبحاث والرسائل العلمية " الدار الجامعية.
- محمد عبيدات، محمد ابو نصار & عقلة مبيضين، (2006) -، الطبعة الثانية، دار وائل للطباعة والنشر، عمان.
- موريس أنجرس، (2006) "منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية : تدريبات علمية"الإشراف على الترجمة مصطفى ماضي. الطبعة الثانية نشر دار القصبة، الجزائر.

السداسي : الثالث

وحدة التعليم : أفقية

المادة : إعلام آلي 2

الرصيد: 1

المعامل: 1

نمط التعليم: عن بعد + حضوري

أهداف التعليم

- تعميق فهم الطالب لبرنامج Access وتمكينه من التعامل معه واستعماله فيما يخدم
- إنشاء قواعد البيانات
- تشغيل برنامج Access
- إدارة والتعامل مع قواعد البيانات
- البرمجة باستخدام VBA
- المعارف المسبقة المطلوبة (وصف مختصر للمعرفة المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم،
سطين على الأكثر)
- مبادئ التعامل مع الحاسوب
- مبادئ الرياضيات والإحصاء
- إعلام آلي 1

محتوى المادة:

- لمحة تاريخية حول تطور أنظمة المعلومات وطرق تصميمها
- عموميات حول برنامج Access
- إنشاء الجداول في قاعدة البيانات
- إنشاء النماذج
- إنشاء الاستعلامات Requetés
- إنشاء الحالات états
- إنشاء قائمة للتطبيقات Création d'un menu pour l'application
- البرمجة باستخدام vba

طريقة التقييم: تقييم مستمر

المراجع:

- Michele Amelot., *VBA ACCESS 2002 PROGRAMMER SOUS ACCESS* . .ENI édition, 2001
- IOS .*J'apprends à me servir de ACCESS 2007 utilisation et programmation* .Florence Fessy édition, 2010
- Greg M. perry .*ACCESS 2 programing by example* .QUEédition, 1994

السداسي : الرابع

وحدة التعليم : أساسية

المادة : مالية وتجارة دولية

الرصيد: 6

المعامل: 3

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم :

استيعاب الطالب مايلي:

تحليل المعاملات الدولية (التجارية والنقدية والمالية) وآليات تسويتها

التعامل مع الأخطار المتعلقة بها وبشكل خاص سعر الصرف

معرفة النظام التجاري العالمي والسياسات التجارية العالمية

المعارف المسبقة المطلوبة

مدخل الاقتصاد، تاريخ الفكر الاقتصادي، الرياضيات المالية

محتوى المادة:

مدخل الى التجارة الدولية والمالية الدولية

نظريات التجارة الدولية

التكتلات الإقليمية الدولية

المنظمة العالمية للتجارة والنظام التجاري الجديد

سياسات التجارة الخارجية

ميزان المدفوعات

أنظمة الصرف

أسواق الصرف

آليات تمويل التجارة الخارجية

التجارة الالكترونية

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال

الموجهة (40%)

المراجع:

1. Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz M , International Economics: Theory and Policy , Pearson2018.

2. Alibert, R. (1978). Exchange Risk and Corporate International Finance. MacMillan , London .
3. Bekaert, G., & Hodrick, R. (2017). International Financial Management (3 ed.). Cambridge University Press, UK.
4. ICC. (2007, 01 n.d). Uniform Customs and Practice for Documentary Credits.(I. Publication, Ed.): ICC Publication, Paris.
5. Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2018). International Finance (11 ed.). Pearson Education,London.
6. صندوق النقد الدولي. (2009). دليل ميزان المدفوعات ووضع الاستثمار الدولي (الإصدار 6). منشورات IMF، واشنطن.

السداسي : الرابع

وحدة التعليم : أساسية

المادة : أساسيات التسويق 2

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم :

تهدف المادة إلى تزويد الطالب بما يلي:

- معرفة المفاهيم الأساسية للتسويق ومراحل تطوره
- معرفة عناصر المزيج التسويقي وأهميته في نجاح المنظمة.
- معرفة قرارات التسعير والتوزيع وسلسلة توريد القيمة.
- معرفة عناصر المزيج الترويجي والتوجه التكنولوجي في ممارسة التسويق.

المعارف المسبقة المطلوبة:

بعدما يكون الطالب قد درس مادة " أساسيات التسويق 01 " في السداسي الثالث من السنة الثانية علوم تجارية ولملم بجزء من أساسيات التسويق خاصة ما تعلق بالتسويق والبيئة التسويق وأسواق المستهلكين وأسواق الأعمال وتقسيمها واستهدافها والمنتجات.

محتوى المادة:

إدارة العلامة التجارية

التعبئة والتغليف وخصائص المنتج

قرارات التسعير

قرارات التوزيع

قنوات التوزيع وإدارة سلاسل العرض

المزيج الترويجي

الإعلان والبيع الشخصي وتنشيط المبيعات والعلاقات العامة

التسويق المباشر والدعاية والنشر والمعارض

التسويق الإلكتروني

التسويق الدولي والعالمي

المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات التسويق.

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- Philip Kotler & Kevin Lane Keller & Bernard Dubois & Delphine Manceau, Marketing Management: 12eme édition, Pearson Education Paris, France, 2006.
- أساسيات التسويق-، تعريب م. سرور علي إبراهيم، الكتاب الأول، فيليب كوتلر. دار الفكر المريح للنشر الجامعي، الرياض، 2007.
- زكريا عزام وآخرون، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للطباعة والنشر، 2011.
- خالد الراوي، حمود السند (2000) "مبادئ التسويق الحديث"، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة،
- محمد صالح المؤذن (2002) "مبادئ التسويق"، الطبعة الأولى، عمان-الأردن.
- إياد عبد الفتاح النصور (2013) "إدارة التسويق"، الطبعة الأولى دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن.
- Philip Kotler, Gary Armstrong: (2016) Principles of Marketing 16th Edition..Pearson Education Paris, France.
- Jean-Jacques Lambin, Chantal de Moerloose (2008) «marketing stratégique et opérationnel» : du marketing à l'orientation-marché: 7e édition, Dunod, Paris, France.

السداسي : الرابع

وحدة التعليم : أساسية

المادة : اقتصاد كلي 2

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

اكتساب مهارة التحليل الاقتصادي الكلي

بعد دراسة محتوى المادة، سيكون الطالب قادراً على ما يلي:

- أن يفهم الطالب ويحلل التوازن الاقتصادي العام في اقتصاد مغلق ومفتوح.
- أن يميز بين أدوات السياسة المالية وأدوات السياسة النقدية.
- أن يفهم آليات عمل السياسات الاقتصادية وتأثيرها على الاقتصاد الوطني (المالية والنقدية)
- أن يحلل أثر المعاملات الخارجية مع باقي العالم على توازن الاقتصاد الوطني ومؤشراته الكلية.

المعارف المسبقة المطلوبة

مدخل للاقتصاد، اقتصاد جزئي، تاريخ الفكر الاقتصادي، اقتصاد كلي 1، رياضيات

محتوى المادة:

- النموذج الكينزي في اقتصاد مغلق (ثلاث قطاعات)
- النموذج الكينزي في اقتصاد مفتوح (اربع قطاعات)
- نموذج IS - LM
- تحليل السياسات المالية والنقدية
- الدورات الاقتصادية
- النمو الاقتصادي، البطالة والتضخم
- منحني فيليبس، وقانون أوكن

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال

الموجهة (40%)

المراجع:

1. N. Gregory Mankiw (2019), *brief principles of macroeconomics, ninth edition, Harvard university.*
2. David Romer (2012), *advanced macroeconomics fourth edition, University of California, Berkeley.*

32. مايكل ابدجمان، الاقتصاد الكلي النظرية والسياسة، ترجمة محمد إبراهيم منصور، دار المريخ، الرياض، 2012.
33. محمد زرقون، أمال رحمان، النظرية الاقتصادية الكلية: محاضرات وتمارين، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017.
34. سعيد بربيش، الاقتصاد الكلي: بين النظرية والتطبيق، أعمال موجهة، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، الجزائر، 2007.
35. بشير معطيب، الاقتصاد الكلي: دروس وتمارين، ط1، كليك للنشر، الجزائر، 2008.
36. محمد الشريف إلمان، محاضرات في النظرية الاقتصادية الكلية: الدوال الاقتصادية الكلية الأساسية القطاع الحقيقي، ج2، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003.
37. بول سامويلسون، ويليام نوردهاوس، الاقتصاد، ترجمة هشام عبدالله، ط2، دار الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
38. بول كروجمان، تحليل النظريات الاقتصادية، ط1، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2007.

السداسي : الرابع
وحدة التعليم : أساسية
المادة : تسيير المؤسسة
الرصيد: 4
المعامل: 2
نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تمكين الطالب من استيعاب أهمية تسيير المؤسسة، مقاربات وطرق التسيير في المؤسسة
تلقي الطالب معارف أساسية في تسيير المؤسسة من جهة وتحضيره لمقاييس ومواد لاحقة في برنامج
الليسانس، بصفة خاصة سوف يمكن الطالب من التعرف على:
في نهاية المادة يكون الطالب:
تعريف الطالب بالوظائف الأساسية في المؤسسة الاقتصادية.
تنمية السلوك المهني للطالب من خلال توضيح الممارسات العملية لسيرورة العملية التسييرية في المؤسسة
استكشاف المفاهيم المرتبطة بمقياس تسيير المؤسسة.
استكشاف سيرورة تسيير وظائف المؤسسة.
المعارف المسبقة المطلوبة
يحتاج الطالب إلى التفكير والاستنباط العقلاني الرشيد لفهم هذه المادة، بالإضافة إلى مكتسبات من المواد
التالية: مدخل لعلم اجتماع المنظمات، اقتصاد المؤسسة، مدخل لإدارة الأعمال.

محتوى المادة:

- مدخل عام لتسيير المؤسسة
- تحديات المسير وأدواره في المؤسسة
- التخطيط واتخاذ القرارات في المؤسسة
- التنظيم وتصميم الهياكل التنظيمية في المؤسسة
- وظيفة التوجيه في المؤسسة
- وظيفة الرقابة في المؤسسة
- التسيير الاستراتيجي للمؤسسة
- التسيير المالي والمحاسبي للمؤسسة
- تسيير التموين واللوجستيك في المؤسسة
- تسيير الإنتاج والجودة في المؤسسة

- التسيير التجاري في المؤسسة
- تسيير الموارد البشرية في المؤسسة
- تسيير عمليات المؤسسة (سلاسل القيمة)

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. جمال جعيل (2018)، تسيير المؤسسات، دارزهدى للنشر والتوزيع، الجزائر.
2. عبد الرزاق بن حبيب. (2002). اقتصاد و تسيير المؤسسة. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر.
3. Samson, D., Daft, R. L., & Donnet, T. (2017). *Fundamentals of Management with Online Study Tools 12 Months*. Cengage AU.
4. Chantal Bussenault, Martine Pretet. (2006). *Economie et gestion de l'entreprise*. Vuibert.
5. Lehmann, P. J., Constant, A., & Pottier, F. (2020). *Toute la gestion de l'entreprise: Comptabilité, finance, contrôle de gestion*. De Boeck Supérieur.
6. Patricia Charpentier. (1997). *Organisation et gestion de l'entreprise*. Nathan.
7. Philippe Guillermic. (2015). *La gestion d'entreprise pas à pas*. Vuibert.
8. Soparnot, R. (2012). *Organisation et gestion de l'entreprise-2e édition*. Dunod.

السداسي : الرابع

وحدة التعليم : منهجية

المادة : إحصاء 4

الرصيد: 5

المعامل: 3

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

- التعرف على مختلف المفاهيم الأساسية للمقياس، القدرة على توظيف الأساليب الإحصائية المناسبة لاستدلال الإحصائي.
- تمكين الطالب من فهم آلية الانتقال من العينة إلى المجتمع انطلاقا من التقدير النقطي ثم التقدير بالمجال وصولا إلى اختبار الفرضيات، وهذا المادة جد مهم نظرا لارتباطه بالدراسات الاستطلاعية والمسحية.
- استيعاب المفاهيم الرياضية والإحصائية المتعلقة بالعينة والمجتمع وأهم الخصائص
- فهم أهم النظريات الاحتمالية والرياضية للمعينة وامتتاليات المتغيرات العشوائية التي تعتبر بمثابة ركيزة وقاعدة يعتمد عليها الطلبة في فهم محتوى إحصاء 04
- فهم التقديرات المستخرجة من العينة وخصائصها المختلفة
- إكساب الطالب القدرة على تطبيق الاختبارات الإحصائية واتخاذ القرار لمختلف الظواهر.
- تنمية القدرة على استخدام بعض البرامج الإحصائية المستخدمة في هذا المجال.

المعارف المسبقة المطلوبة

الرياضيات، الإحصاء الوصفي والاحتمالات

محتوى المادة:

- نظرية المعينة وتوزيعاتها
- نظرية التقدير
- اختبار الفرضيات الإحصائية

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. بوعبد الله صالح مدخل إلى الاحتمالات والإحصاء الرياضي دروس وتمارين، 2006.
2. شيلدون م. روس "المدخل إلى النماذج الاحتمالية" ترجمة الدكتور فاضل محسن الربيعي، الطبعة الثالثة الجامعة المستنصرية، 1991.
3. محمد كبيه وماهر بدوي "الإحصاء التطبيقي" منشورات جامعة حلب، كلية الاقتصاد، 2003.

السداسي : الرابع

وحدة التعليم : منهجية

المادة : أساسيات بحوث العمليات

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تزويد الطالب ببعض التقنيات الإرشادية التي تستخدمها بحوث العمليات (البرمجة الخطية) لحل المشكلات بالمؤسسة.

التمكن من تحقيق أهداف المؤسسة باستخدام نماذج البرمجة الخطية المختلفة

المعارف المسبقة المطلوبة

التحكم في الرياضيات خاصة الجبر الخطي والمصفوفات

محتوى المادة:

- مدخل عام حول بحوث العمليات
- البرمجة الخطية: الصيغة القياسية
- البرمجة الخطية: الطريقة البيانية
- البرمجة الخطية: طريقة السمبلكس
- البرمجة الخطية: الثنائية أو الازدواجية
- برمجة الأعداد الصحيحة: طريقة القطع
- برمجة الأعداد الصحيحة: مشاكل النقل

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. ريتشارد برونسون(2004)، بحوث العمليات، ترجمة حسن حسنى الغباري، سلسلة ملخصات شوم، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر
2. محمد راتول(2006)، بحوث العمليات، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر

3. *Hillier F., Lieberman G(2001), Introduction to operations research, McGraw-Hill series in industrial engineering and management science, MGH*
A. Ravi Ravindran(2009), Operations research applications, CRC Press
4. *P. Mariappan(2013), Operations Research - An Introduction, Pearson Education,*
5. *Frederick S. Hillier, Gerald J. Lieberman(2014), Introduction to Operations Research, McGraw-Hill*

السداسي : الرابع

وحدة التعليم : استكشافية

المادة :ريادة الأعمال

الرصيد: 1

المعامل: 1

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تهدف المادة إلى تنمية الثقافة المقاولاتية وريادة الأعمال، من خلال تقديم للطالب المعارف المتعلقة بالمقاولاتية وأشكالها؛ المعارف المتعلقة بالاتجاهات والخصائص والمهارات اللازمة لإنشاء المشاريع؛ البيئة الاجتماعية والاقتصادية المساهمة في نشر الثقافة المقاولاتية. المعارف السابقة تجعل الطالب قادر على بناء رؤية مستقبلية وإدراك شخصيته المهنية وقدراته العملية لإنشاء مشروعه الخاص.

- التحكم في المفاهيم المتعلقة بالمقاولاتية،

- إدراك أهمية الثقافة المقاولاتية في المجتمع والاقتصاد،

- معرفة الإشكال المقاولاتية التي يمكن للطالب الدخول فيها،

- فهم ومعرفة البيئة الاجتماعية والاقتصادية للمقاولاتية،

- التحكم في سيرورة إنشاء مشروع مقاولاتي.

- التعرف على الهيئات الداعمة للمقاولاتية في الوسط الجامعي (وكل ما يخص تجسيد القرار 1275 شهادة

جامعية /مؤسسة ناشئة - شهادة جامعية /براءة اختراع)

المعارف المسبقة المطلوبة

معارف قبلية حول مفهوم المؤسسة وتصنيفاتها

ضرورة انخراط الطلبة في حاضنة الأعمال للمؤسسة الجامعية التابعين لها واستفادتهم من مختلف الدورات

التكوينية والندوات والمحاضرات والورشات التي تخص آلية احتضان ومرافقة الطلبة وأفكار مشاريعهم ابتداء

من السنة أولى جامعي.

محتوى المادة:

- التعريف بالمقاولاتية والمقاول (المفهوم والنشأة مع التركيز على التعاريف المقدمة من طرف المرصد

العالمي للمقاولاتية GEM، التطور التاريخي، أبعاد المقاولاتية: الإبداع والابتكار مع توضيح الفرق

بينهما، وذكر الأبعاد الأخرى كالمبادرة والمخاطرة، خصائص المقاولاتية، خصائص وسمات رواد

الأعمال، دور المقاولاتية على المستوى الاقتصادي، الاجتماعي، البيئي)

- أشكال المقاولاتية (إنشاء مؤسسة جديدة ، شراء مؤسسة قائمة ، المقاولات الداخلية)

- مراحل تأسيس المشروع المقاولاتي : إيجاد الفكرة (المراحل ، المصادر ، الطرق)

- مراحل تأسيس المشروع المقاولاتي : صياغة الخطة وقابلية التجسيد (نموذج الأعمال التجاري BMC ، مخطط الأعمال Business Plan) ، عملية التجسيد .
- البيئة الاجتماعية والاقتصادية: هياكل المرافقة والدعم المقاولاتي في الجزائر (التعريف ، المهام ، الأهمية ، مراحل المرافقة والدعم ، الخ) .
- البيئة الاجتماعية والاقتصادية: هيئات تمويل المشاريع المقاولاتية في الجزائر
- المؤسسات الناشئة في الجزائر (المفهوم وسياق النشأة ، الخصائص ، ما يميز المؤسسة الناشئة عن المؤسسة النمطية ، متطلبات نجاحها ومعوقاتهما ، عرض تجارب وطنية وعالمية لمؤسسات ناشئة)
- تنمية التوجه المقاولاتي في الوسط الجامعي (التعليم المقاولاتي ، هياكل الدعم المقاولاتي داخل الجامعة : دار المقاولاتية ، حاضنة الأعمال ، مركز الدعم التكنولوجي والابتكار CATI ، مركز الربط بين الجامعة والمؤسسة BLUE ، شهادة جامعية /مؤسسة ناشئة - شهادة جامعية /براءة اختراع)
- عرض المشروع pitching
- وسم (لابل) براءة اختراع ، وسم (لابل) مؤسسة ناشئة ، صندوق تمويل المؤسسات الناشئة ASF ، مسرع Algeria Venture
- قراءة في قانون المقاول الذاتي
- طريقة التقييم: مراقبة مستمرة
- المراجع : //////////////////////////////////

السداسي : الرابع

وحدة التعليم : استكشافية

المادة : أخلاقيات الأعمال

الرصيد: 1

المعامل: 1

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

يصف المقرر مفهوم أخلاقيات الأعمال المطلوبة في الوظيفة ويبرز مصادرها وطرق ترسيخها لدى الموارد البشرية مع التركيز على إبراز الفرق بين أخلاقيات الأعمال The ethics والأخلاق The morality وأخلاقيات المهنة Business ethics or code of conducts. هذا وسوف نتطرق إلى مفهوم الانضباط الوظيفي من جهة والمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال من جهة أخرى.

كما يكشف لنا بيان مدونة وقواعد السلوك والسلوك الغير الأخلاقي للموظف والفساد الإداري ضمن أخلاقيات الأعمال لكل مهنة من المهن قيم ومبادئ ومعايير أخلاقية ومعرفة علمية وأساليب ومهارات فنية تحكم عمليات المهنة وتحدد ضوابطها.

1. اكتساب الطالب أخلاقيات العمل وفهم دورها الإيجابي في الحد من ظاهرة الفساد
2. قدرة الطالب على معرفة خفايا ظاهرة الفساد وأضرارها، وسبل مكافحتها.
3. التعرف على قيم الفرد والمنظمة وتأثيرها على أداء الأفراد والمنظمات .
4. تزويد الطالب بمفهوم وجوب الانضباط والالتزام الوظيفي والعوامل في أخلاقيات العمل من حيث المسؤولية والمصلحة العامة .
5. إدارة أنماط وعناصر المسؤولية الاجتماعية.
6. تعريف مدونة وقواعد السلوك والمبادئ العامة والمواد القانونية التي تحكم قواعد السلوك للموظف.
7. تحديد عواقب الأنشطة التجارية غير الأخلاقية على تنمية المجتمع

المعارف المسبقة المطلوبة

تسيير المؤسسة، علم اجتماع المنظمات

محتوى المادة:

- مدخل لأخلاقيات الأعمال
- مصادر أخلاقيات الأعمال ووسائل تنميتها
- أخلاقيات المهنة والمدونة الأخلاقية
- أخلاقيات الأعمال ووظائف المؤسسة
- أخلاقيات الأعمال والوظائف الإدارية

- مدخل للفساد الإداري.
- أبعاد الفساد الإداري و طرق محاربته
- مؤشرات الفساد و الحوكمة
- أخلاقيات الأعمال و الحوكمة والمسؤولية الاجتماعية .
- الثقافة التنظيمية وأخلاقيات الأعمال.

طريقة التقييم: امتحان نهائي

المراجع:

- عبد الحق أحمد حميش، 2003، مكافحة الفساد من منظور إسلامي، المؤتمر العربي الدولي لمكافحة الفساد، مركز الدراسات والبحوث، المملكة العربية السعودية
- فرانك سنيبرغ، 1998، الإدارة بضمير، ترجمة بيت الأفكار الدولية، أمريكا.
- كينيث بلانكارد، مايكل أو.كونور، 2000، الأخلاق الحديثة للإدارة (الإدارة بالقيم)، ترجمة عدنان سليمان، ط1، دار الرضا للنشر، عمان، الأردن.

السداسي : الرابع

وحدة التعليم : أفقية

المادة : لغة أجنبية 3

الرصيد: 1

المعامل: 1

نمط التعليم: عن بعد + حضوري

أهداف التعليم

Only the central theme of the course is suggested, the teacher is free to choose the content of the texts to be given to students. Texts should be between 200 and 400 words long. Hence, each unit needs to be dealt with over 2 sessions with 45 minutes devoted to content and 45 minutes to language and grammar structures. It is worth noting that teachers should choose content that adds real value for the students so that they connect previously acquired concepts in Arabic. Most of the selected unit topics have been taken from the bibliography shared at the end of the document.

The course is designed for students of the Faculty of Economics, Commerce and Management Sciences. This course is an introductory course that aims to acquaint students with the business world and vocabulary. During the course, students will be taught the correct vocabulary and grammar structures for specific ask. The course contains activities that simulate real life situations that students will be facing in the future. The course intends to develop students' confidence and fluency in using English in specific contexts. The course is made up of 1 semester with 12 seminars, each seminar is 1h30.

المعارف المسبقة المطلوبة

All the lessons of 1st and 2nd year are introductory lessons that acquaint students with Business English vocabulary. It is important that students develop understanding of the basic concepts related to their fields of expertise, namely, Economics, Trade, Accounting, Management, and Finance. For further achievements, extensive readings will be given as assignments at the end of each unit

- *Company structure*
- *Leadership and group dynamics*
- *Business Ethics*
- *Describing charts, diagrams, and tables*
- *Decisionmaking*
- *SWOT Analysis*

طريقة التقييم: تقييم مستمر

المراجع:

1. *Simon Sweeney (2019). English for Business Communication. Cambridge University Press, Second Edition.*
2. *Ian Mackenzie (2006). Professional English in Use, Finance. Cambridge University Press.*
3. *Ian Mackenzie (2008). English for the Financial Sector. Cambridge University Press.*
4. *Business English pods*
5. *Handouts with texts and exercises to do.*

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : الأساسية

المادة : سلوك المستهلك

الرصيد: 6

المعامل: 3

نمط التعليم : حضوري

أهداف التعليم

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية لسلوك المستهلك حيث تركز على يركز على دراسة العوامل المؤثرة فيه مثل دوافع المستهلك وطرق تعلمه وخصائص إداركه، إضافة إلى إلقاء الضوء على شخصية المستهلك واتجاهاته ودور الجماعات المرجعية والأسرة والعوامل الثقافية والاجتماعية والظروف الموقفية المحيطة به، وكيفية اتخاذ القرار الشرائي.

وبذلك تهدف هذه المادة في في نهاية تدريسها إلى تمكين الطالب من :

1. القدرة على فهم وتحليل السلوك الاستهلاكي للفرد.

2. ربط المعرفة النظرية لسلوك المستهلك بالواقع.

3. معرفة المؤثرات البيئية والذاتية (النفسية ..) المؤثرة في المستهلك.

4. التعرف على الأدوات لتسويقية للتعامل مع سلوك المستهلك.

4. متابعة بعض القضايا المعاصرة في سلوك المستهلك

المعارف المسبقة المطلوبة

أساسيات التسويق 1 و 2

محتوى المادة:

المحور الأول مقدمة عامة في سلوك المستهلك

المحور الثاني المداخل والنماذج المفسر لسلوك المستهلك

المحور الثالث العوامل الذاتية المؤثرة في سلوك المستهلك

المحور الرابع العوامل الاجتماعية والثقافية المؤثرة في سلوك المستهلك

المحور الخامس العوامل الثقافية المؤثرة في سلوك المستهلك

المحور السادس عملية اتخاذ القرار عند المستهلك

المحور السابع تبني المنتجات الجديدة

المحور الثامن قضايا خاصة في سلوك المستهلك

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. Michael R. Solomon, Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, Pearson Education Limited, 10th edition , Global Edition , (2013)
2. Wayne D. Hoyer, Deborah J. MacInnis, Rik Pieters, Consumer Behavior, South-Western College Publishing; 6e édition (2012)
3. Marc filser, le comportement du consommateur, éditions Dalloz, Paris, 1993.
4. عنابي عيسى، سلوك المستهلك، ج 1 وج 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2003.
5. محمد ابراهيم عبيدات، سلوك المستهلك "مدخل استراتيجي"، دروائل لنشر والتوزيع، عمان، الاردن، الطلعة الرابعة، 2004.
6. احمد علي سليمان (2000)، سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق ، دار معهد الادارة العامة - مركز البحوث ، الرياض، السعودية.

السداسي: الخامس
وحدة التعليم : الأساسية
المادة : بحوث التسويق 1
الرصيد: 4
المعامل: 2
نمط التعليم : حضوري

أهداف التعليم

- تبني المنهجية العلمية لجمع البيانات التسويقية الموجهة لحل مشكلة تسويقية من أجل تسهيل اتخاذ القرار على رجل التسويق.
- تحديد معالم المشكلة التسويقية والتمييز بين مشكلة البحث التسويقي ومشكلة القرار التسويقي.
- التعرف على مصادر البيانات والأساليب المناسبة لجمعها.
- التعرف على مراحل انجاز البحث التسويقي.

المعارف المسبقة المطلوبة

أساسيات التسويق 1 و 2

محتوى المادة:

- المحور الأول مفاهيم عامة حول بحوث التسويق
- المحور الثاني نظام المعلومات التسويقي
- المحور الثالث أنواع بحوث التسويق
- المحور الرابع خطوات بحوث التسويق
- المحور الخامس: مصادر معلومات بحوث التسويق

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. ثامر البكري ، بحوث التسويق: أسس وحالات ، إثراء للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2009
2. علي فلاح الزعبي (2010)، مناهج وأساليب البحث العلمي في ميدان التسويق، دار المسيرة، عمان، الأردن،

3. ناجي معلا (2006)، بحوث التسويق: مدخل منهجي تحليلي، داروائل للنشر، عمان، الأردن.
4. B.Wrenn, R.Stevens & D.Louden(2002), Marketing research: Text and cases, Haworth Press Inc, New York, US
5. J.L.Giannelloni & E.Vernette(2012), Etudes de marché, Vuibert, 3^e édition, Paris, France.
6. A.Jolibert & Ph.Jourdan (2011), Marketing Research, 1^{ère} édition, Dunod, Paris, France.

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : الأساسية

المادة : الاتصالات التسويقية المتكاملة

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم : حضوري

أهداف التعليم

الهدف من المادة هو تعريف الطلبة بالمفاهيم والتقنيات المتعلقة بالاتصال التسويقي ومزيج الاتصال التسويقي، كأحد العناصر المهمة في المزيج التسويقي، مع اكتساب القدرة على التخطيط والتنفيذ للاتصالات التسويقية في اطار نظرة ومقاربة تكاملية، تهدف إلى خلق التناغم بين كل أشكال الاتصال التسويقي في اطار خطة واحدة متكاملة.

ينبغي على الطالب بعد دراسته لهذا المادة أن :

- يفهم جيدا الاتصالات التسويقية المتكاملة وأهميتها ومزيجها؛
- يستوعب كل أساليب وأشكال الاتصالات التسويقية ومزايا كل شكل منها؛
- يكون له القدرة على المشاركة في التخطيط لحملات الاتصالات التسويقية المتكاملة وقياس نتائجها

المعارف المسبقة المطلوبة

يتوجب على الطالب أن يكون ملما بأساسيات التسويق التي تم تناولها في السنة الثانية ليسانس.

محتوى المادة:

- المحور الأول مدخل للاتصال واتصال المؤسسة (المفهوم، النماذج، أشكال اتصال المؤسسة...الخ)
- المحور الثاني الاتصالات التسويقية المتكاملة (المفهوم، الأهمية، المزايا، المتطلبات، المزيج...الخ)
- المحور الثالث الإعلان (المفهوم، الادوات، وسائل الإعلام الجماهيرية، وكالات الإعلان، التخطيط للحملة الاعلانية)
- المحور الرابع تنشيط المبيعات (المفهوم، الأهداف، التقنيات)
- المحور الخامس البيع الشخصي (المفهوم، الأساليب، مهارات البيع، تسيير قوة البيع)
- المحور السادس العلاقات العامة (المفهوم، الأهداف، المجالات، التخطيط للعلاقات العامة)
- المحور السابع التسويق المباشر
- المحور الثامن الاتصالات التسويقية الالكترونية

المحور التاسع التخطيط للاتصالات التسويقية المتكاملة(الأهداف، الرسالة، الميزانية، القنوات، المزيج الاتصالي، التنفيذ، قياس الأثر والفعالية)
طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس(60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. علي فلاح الزعبي ، الاتصالات التسويقية : مدخل منهجي تطبيقي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2010
2. مولود عبد العزيز حواس، هدى حنافي حفصي، الاتصالات التسويقية المتكاملة، نهج استراتيجي سلوكي، دار الاكاديميون للنشر والتوزيع، 2020.
3. عبد الرحيم شنيبي، الاتصالات التسويقية المتكاملة، من بناء العلامة التجارية إلى قياس العائد الاستثماري، النشر الجامعي الجديد، 2020
4. -حميد الطائي، أحمد العسكري، الاتصالات التسويقية المتكاملة، مدخل استراتيجي، عمان، دار اليازوري، 2009
5. Paul Russell Smith & Jonathan Taylor, Marketing Communications: An Integrated Approach, 4th edition, London: Kogan Page Publishers, 2004.

السداسي: الخامس
وحدة التعليم : الأساسية
المادة : تسويق الخدمات
الرصيد: 4
المعامل: 2
نمط التعليم : حضوري

أهداف التعليم

ينبغي على الطالب بعد دراسته لهذه المادة :

- فهم خصوصية الخدمات
- فهم الفروقات بين تسويق الخدمات وتسويق المنتجات الملموسة.
- فهم خصوصيات المزيج التسويقي للخدمات
- فهم سلوك المستهلك في مجال الخدمات
- تطوير القدرة على:

○ تحليل المزيج التسويقي لمؤسسة خدمية.

○ تصميم خدمة تتكيف مع توقعات العملاء وسلوكياتهم

○ تحسين جودة الخدمة

○ ضمان ولاء ورضا العملاء

المعارف المسبقة المطلوبة

أساسيات التسويق 1 و 2

محتوى المادة

- المحور الأول مدخل لتسويق الخدمات
- المحور الثاني سلوك المستهلك الخدمات
- المحور الثالث تقسيم سوق الخدمات ، الاستهداف والتموضع
- المحور الرابع المزيج التسويقي للخدمات
- المحور الخامس إدارة جودة الخدمة
- المحور السادس إدارة العلاقة مع زبون الخدمات وبناء الولاء
- المحور السابع تطبيقات تسويق الخدمات

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. Christopher LOVELOCK , Jochen WIRTZ, Essentials of Services Marketing , 3rd Edition, PEARSON, 2018.
2. Christopher LOVELOCK , Jochen WIRTZ , Denis LAPERT, MARKETING DES SERVICES , PEARSON, 2014
3. حميد الطائي، بشير العلق، تسويق الخدمات (مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي)، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009
4. زكي المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، 2016

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : المنهجية

المادة : التسويق الرقمي

الرصيد: 5

المعامل: 2

أهداف التعليم

ينبغي على الطالب بعد دراسته لهذا المادة أن يتعرف بشكل دقيق على مميزات التسويق الرقمي، وكذا مختلف الأنشطة الفرعية الممارسة في هذا المجال. مع التأكيد على ضرورة التمييز بين المصطلحات التسويقية الخاصة بالتسويق الرقمي وفهمها.

المعارف المسبقة المطلوبة

أساسيات التسويق 1 و 2

محتوى المادة

المحور الأول: مدخل لتكنولوجيا المعلومات (المفهوم، البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال)

المحور الثاني: مدخل للتسويق الرقمي (المفهوم، الخصائص، التسويق الرقمي والتسويق متعدد القنوات)

المحور الثالث: استراتيجية التسويق الرقمي

المحور الرابع: نظام المعلومات والبحوث التسويقية عبر الانترنت

المحور الخامس: سلوك المستهلك الرقمي

المحور السادس: تأثير الوسائط الرقمية والتكنولوجية على المزيج التسويقي (المنتج، السعر، التوزيع،

الترويج، الأفراد، العمليات، الدليل المادي)

المحور السابع: تأثير الوسائط الرقمية والتكنولوجية على المزيج التسويقي (باقي عناصر المزيج التسويقي

الالكتروني)

المحور الثامن: الاتصالات التسويقية باستخدام قنوات الوسائط الرقمية (SEO ، التسويق بالعمولة،

الاعلانات التفاعلية، E-Mailing، التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي، التسويق الفيروسي)

المحور التاسع: تقييم وتحسين أداء القناة الرقمية

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

1. Charlesworth Alan, Absolute Essentials of Digital Marketing (Absolute Essentials of Business and Economics) 1st Edition, Routledge, 2020
2. Claire Gallic et Rémy Marrone (2020), Le Grand Livre du Marketing Digital, Dunod, Paris.
3. Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan. (2017). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Hoboken (New Jersey): John Wiley & Sons.
4. Stokes Rob, E marketing: The Essential Guide to Digital Marketing (6th Edition), Quirk paperback, 2016.
5. Dave Chaffey, Fiona Ellis Chadwick, Digital Marketing Strategy, Implementation and practice, Sixth edition, pearson, 2016.

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : المنهجية

المادة : تحليل البيانات التسويقية

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم : حضوري

أهداف التعليم

تمكين الطالب من تعلم أدوات التحليل الإحصائي متعدد الأبعاد، التي تسمح له بمعرفة خصائص أو مميزات الظواهر الاقتصادية وما مدى تداخلها أو استقلالها عن بعضها بالعديد من الطرق. تهدف المادة أيضا إلى:

- تعلم العديد من أدوات التحليل الإحصائي ومجالات استخدامها وضوابطها
- تعلم منهجية التحليل المنطقي للبحوث والمذكرات.

المعارف المسبقة المطلوبة

-تمكن الطالب من الجبر الخطي والإحصاء الوصفي

محتوى المادة:

- المحور الأول مدخل إلى تحليل البيانات التسويقية
- المحور الثاني أنواع البيانات التسويقية
- المحور الثالث العمليات على جبر المصفوفات
- المحور الرابع التطبيقات الخطية والقيم الذاتية
- المحور الخامس التحليل بالمركبات الأساسية ACP
- المحور السادس التحليل العاملي بالتوفيقات AFC
- المحور السابع التحليل العاملي بالتوفيقات المتعدد M AFC
- المحور الثامن التحليل العنقودي CA
- المحور التاسع التحليل التمييزي AFD

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

1. LEBART.L, MORINEAU.A, PIRON.M, (2000), Statistique Exploratoire Multidimensionnelle ,(3) ème Edition, Dunod, Paris- France
2. صواليلي صدر الدين(2021)، تحليل المعطيات، دار هومة، الجزائر
3. ESCOPIER. B & PAGES. J.(2008),"Analyses factorielles simples et multiples Objectifs, méthodes et interprétation", 4ème édition, Dunod, Paris- France.
4. CROUTSHE. J.J.(2000),"Pratique de l'analyse des données en marketing et gestion", Aska, Paris- France.
5. MIREILLE Bardos(2001), Analyse discriminante: Application au risque et scoring financier, éditions Dunod, Paris - France.
6. MICHEL Jambu(1999), Méthodes de base de l'analyse des données, 1ère édition, éditions Eyrolles, paris- France.
7. CHARLES M. Judd et autres(2010), Analyse des données: Une approche par comparaison de modèles, 1re édition, éditions DeBoeck, paris - France.
8. MICHAEL Huberman(2003), MATTHEW B. Miles, Analyse des données qualitatives, 2ème édition, éditions DeBoeck, Paris - France.

السداسي: الخامس

وحدة التعليم: الاستكشافية

المادة : قانون المنافسة وحماية المستهلك

الرصيد: 2

المعامل: 2

نمط التعليم : حضوري

أهداف التعليم

- استكشاف المصطلحات الأساسية لقانون حماية المستهلك،
- التعرف على قانون حماية المستهلك من خلال عقد الاستهلاك وحماية المستهلك.

المعارف المسبقة المطلوبة : مدخل للقانون- قانون تجاري

محتوى المادة:

المحور الأول: - مفهوم قانون المنافسة و مجال تطبيقه.

– النظام القانوني للأسعار في التشريع الجزائري.

– مبادئ المنافسة .

المحور الثاني: قانون حماية المستهلك : - مفهومه و علاقته بقانون المنافسة .

- معنى المستهلك والعون الاقتصادي ومحل الاستهلاك (سلعة او خدمة).

- ضمان المنتج , خدمة مابعد البيع واجهزة الرقابة

- الحماية المدنية و الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري .

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- قانون رقم 09-18 مؤرخ في 10 يونيو 2018 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، يعدل ويتمم القانون

رقم 03-09 مؤرخ في 25 فبراير 2009 (الجريدة الرسمية، العدد 35، مؤرخة في 13 يونيو 2018، ص 5).

- بولحية علي، جهاز الرقابة ومهامه في حماية المستهلك. المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية

والسياسية، الجزء 39-رقم 1-2002.

- موالك بخته، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري. المجلة الجزائرية للعلوم القانونية

والاقتصادية والسياسية، الجزء 37-رقم 02-1999.

- عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية الطبعة الأولى، بيروت- لبنان 2007.

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : الأفقية

المادة :لغة أجنبية متخصصة 1

الرصيد: 1

المعامل: 1

نمط التعليم : عن بعد + حضوري

أهداف التعليم

9. Understand and analyse any document dealing with the fields of study.
10. Develop critical thinking skills related to analysis and decision making.
11. Develop written skills in business contexts.
12. Acquire a high level of knowledge of business concepts by using correct vocabulary and phrases for their specific tasks.
13. Develop greater verbal fluency for face-to-face business situations.

المعارف المسبقة المطلوبة

Students must have successfully completed the lessons of S1, S2, and S4. They should have developed a strong understanding of the basic concepts related to their fields of expertise, namely, Economics, Trade, Accounting, Management, and Finance as well as improved their verbal communication skills.

محتوى المادة:

المحور الأول Marketing Concepts

المحور الثاني Marketing Environment

المحور الثالث Marketing and Market Orientation

المحور الرابع (1) Marketing Mix

المحور الخامس (2) Marketing Mix

المحور السادس SWOT Analysis

المحور السابع Customer behavior

المراجع:

- .1 Simon Sweeney (2019). English for Business Communication. Cambridge University Press, Second Edition.
- .2 Ian Mackenzie (2010). English for Business Studies: A Course for Business Studies and Economic Studies. Cambridge University Press, 3rd Edition.
- .3 Unknown (2005). Intelligent Business Course book: Intermediate Business English. Pearson Longman.
- .4 Ian Mackenzie (2008). English for the Financial Sector. Cambridge University Press.
- .5 Business English pods
- .6 J. Schofield and A. Osborn (2011). Collins English for Business: Speaking. Harper Collins Publishers.
- .7 A. Littlejohn (2008). Professional English Company to Company: A Task-based Approach to business emails, letters, and faxes. Cambridge University Press, 4th Edition.
- .8 Bill Mascull (2010). Business Vocabulary in Use: Advanced. Cambridge University Press, 2nd Edition.
- .9 Nina O'Driscoll. Market Leader: Marketing. Pearson Longman.
- .10 Martin Hobbs and Julia Starr Keddle (2002). Oxford English for Careers- Commerce. Pearson Education Limited. Second Edition, 2002.
- .11 Ian Mackenzie (2002). Financial English. Christopher Wenger publishing.
Handouts with texts and exercises to do.

السداسي: السادس

وحدة التعليم : الأساسية

المادة : التسويق العملياتي

الرصيد: 6

المعامل: 3

نمط التعليم : حضوري

أهداف التعليم

تتيح هذه المادة للطلاب معرفة جميع التقنيات والتكتيكات والإجراءات التسويقية التي يتم تنفيذها لتحقيق أهداف التسويق الاستراتيجي. فيما يتعلق بالمنتج والسعر والتوزيع والاتصال. كما تجعله على اطلاع بمسائل ضبط وتنسيق المزيج التسويقي، وإنجاح تنفيذ ومراقبة إجراءات التسويقية.

عند الانتهاء من برنامج التسويق العملياتي ، يكون الطلاب قادر على :

- التحكم في مفاهيم الأساسية المتعلقة التقنيات والتكتيكات والإجراءات التسويقية.
- فهم القرارات الاستراتيجية التي تتخذها المنظمات واكتساب القدرة على المشاركة إعداد وتنفيذ التكتيكات التسويقية من خلال عناصر المزيج التسويقي
- استعمال المكتسبات في تحليل وفهم السائل العملية داخل المنظمة.

المعارف المسبقة المطلوبة

أساسيات التسويق 1 و2

محتوى المادة:

المحور الأول مفهوم التسويق العملياتي ومكانته في الإدارة التسويقية

المحور الثاني سياسة المنتج.

المحور الثالث سياسة التسعير.

المحور الرابع سياسة التوزيع.

المحور الخامس سياسة الاتصال.

المحور السادس تنفيذ ومراقبة المزيج التسويقي

طريقة التقييم:

تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. Philip Kotler , Marketing Management, Pearson, 2009
2. Jacques LENDREVIE et Denis LINDON (2013), "Mercator", 7° éd., Editions Dalloz, Paris
3. Jean-Jacques Lambin, Chantal de Moerloose, « Marketing Stratégique et Opérationnel », 7^{eme} édition, Dunod, 2008, Paris, France.

السداسي: السادس

وحدة التعليم : الأساسية

المادة : بحوث التسويق 2

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم : حضوري

أهداف التعليم

• تبني المنهجية العلمية لجمع البيانات التسويقية الموجهة لحل مشكلة تسويقية من أجل تسهيل اتخاذ القرار على رجل التسويق.

• لقدرة على تصميم قائمة الاستقصاء واختيار العينة المناسبة لتنفيذ البحث.

• تحليل النتائج باستعمال الأدوات الاحصائية المناسبة، وكتابة التقرير التسويقي .

المعارف المسبقة المطلوبة

أساسيات التسويق 1 و 2، الاحصاء الوصفي والتطبيقي

محتوى المادة

المحور الأول تحديد مشكلة البحث وفرضياته

المحور الثاني الدراسات الكيفية: طرق جمع البيانات وأدواتها

المحور الثالث الدراسات الكمية : تصميم الاستبيان وطرق جمع البيانات

المحور الرابع طرق المعاينة وتحديد حجم العينة

المحور الخامس تحليل البيانات وتفسيرها

المحور السادس إعداد التقرير النهائي

طريقة التقييم:

تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. ثامر البكري ، بحوث التسويق: أسس وحالات ، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009

2. علي فلاح الزعبي(2010)، مناهج وأساليب البحث العلمي في ميدان التسويق، دارالمسيرة، عمان، الأردن،

3. ناجي معلا (2006)، بحوث التسويق: مدخل منهجي تحليلي، داروائل للنشر، عمان، الأردن .

4. B.Wrenn, R.Stevens & D.Louden(2002), Marketing research: Text and cases, Haworth Press Inc, New York, US

5. J.L.Giannelloni & E.Vernette(2012), Etudes de marché, Vuibert, 3é édition, Paris, France.

6. A.Jolibert & Ph.Jourdan (2011), Marketing Research, 1ère édition, Dunod, Paris, France.

السداسي: السادس

وحدة التعليم : الأساسية

المادة :التسويق الاستراتيجي

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم : حضوري

أهداف التعليم

تسمح هذه المادة للطلاب بتطبيق المهارات الأساسية التي يكتسبونها في مجال التسويق والتي تلبي الحاجة إلى فهم يتجاوز مجرد مبادئ التسويق التقليدية ، حيث تساعد في شرح كيفية تصميم استراتيجيات تسويق فعالة وطويلة المدى تلبي متطلبات بيئة اليوم الديناميكية. أين يستكشف الطلاب أدوات التحليل الاستراتيجي واتخاذ القرارات الاستراتيجية لإدارة التسويق ، والتسويق المستهدف ، وكيفية إدارة كل ذلك من التخطيط إلى الرقابة.

بعد تلقي هذه المادة:

1. سيتمكن الطلاب من تحديد مكونات التسويق الاستراتيجي
2. سيكون لدى الطلاب تصور أفضل للمبادئ الأساسية لاستراتيجيات المنظمات وكيفية بناءها.
3. سيتعرف الطلاب على أدوات التحليل البيئي.
4. سوف يتعرف الطلاب على التسويق المستهدف وتمايز عرض المؤسسة:
5. سيتعلم الطلاب كيفية تصميم خطة تسويق إستراتيجية داخل المنظمة وتنفيذها ومراقبتها.

المعارف المسبقة المطلوبة

أساسيات التسويق 1 و 2

محتوى المادة:

- المحور الأول السوق والبيئة التسويقية: منظور استراتيجي
- المحور الثاني التسويق والتفكير الاستراتيجي
- المحور الثالث مستويات التسويق الاستراتيجي في المؤسسة
- المحور الرابع الخيارات الاستراتيجية للمؤسسة
- المحور الخامس أدوات التحليل الاستراتيجي التسويقي
- المحور السادس المسار الاستراتيجي لاستهداف السوق (STP)
- المحور السابع دورة حياة المنتج والإستراتيجية التسويقية

المحور الثامن التميز في عرض المؤسسة
المحور التاسع التخطيط الاستراتيجي للمزيج التسويقي
المحور العاشر التنفيذ و التشغيل الاستراتيجي للتسويق
المحور الحادي العاشر التقييم والرقابة الاستراتيجية للتسويق
المحور الثاني العاشر الاتجاهات الحديثة في التسويق الاستراتيجي

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال
الموجهة (40%)

المراجع:

1. Colin Gilligan and Richard M. S. Wilson, Strategic marketing planning, Butterworth-Heinemann, 2009.
2. Subhash C. Jain, Marketing Planning & Strategy, South-Western Pub; 6th edition (2000)
3. Drummond, Graeme , John Ensor & Ruth Ashford (2008), Strategic marketing: planning and control. taylor & francis; 3rd edition.
4. Alexander Chernev, Strategic Marketing Management, Cerebellum Press, USA , 8th Edition .(2014)

السداسي: السادس
وحدة التعليم : الأساسية
المادة : التسويق الدولي
الرصيد: 4
المعامل: 2
نمط التعليم : حضوري

أهداف التعليم

تهدف مادة التسويق الدولي إلى تعريف الطالب بالممارسات التسويقية التي تسمح للمؤسسات باستغلال الفرص في السوق العالمي، من خلال استكشاف القيود البيئية التي تواجه المؤسسة التي تسعى لتدويل نشاطها وعرض مفاهيم واستراتيجيات إدارة التسويق الدولي في ظل تلك القيود، بعد تلقي هذه المادة، سيتمكن الطلاب من:

1. تطوير فهم دقيق لمفاهيم ونظريات ومبادئ ومصطلحات التسويق الدولي الأساسية.
2. معرفة تأثير العوامل البيئية (الثقافية والاقتصادية والمؤسسية والقانونية والسياسية) على أنشطة التسويق الدولي.
3. أن يكون قادرًا على تحديد العملاء الدوليين من خلال إجراء بحوث تسويقية وتطوير استراتيجيات التجزئة وتحديد الأسواق الدولية المستهدفة.
4. أن تكون قادرًا على تطوير استراتيجية تسويق دولية من خلال تطبيق المفاهيم الأساسية للمنتج والتسعير والترويج وقنوات التوزيع في المستوى الدولي.

المعارف المسبقة المطلوبة

أساسيات التسويق

محتوى المادة:

- المحور الأول مدخل للتسويق الدولي
- المحور الثاني التبادل التجاري الدولي: النظرية والمؤسسات
- المحور الثالث بيئة التسويق الدولي
- المحور الرابع نظم المعلومات وبحوث التسويق الدولية
- المحور الخامس تقييم واختيار الأسواق الدولية
- المحور السادس أشكال الدخول للأسواق الدولية (التصدير، الاستثمار المباشر، التحالفات.....)
- المحور السابع تحليل سلوك المستهلك الدولي

المحور الثامن المزيج التسويقي الدولي
المحور التاسع استراتيجيات دخول الأسواق الدولية
المحور العاشر التطور التكنولوجي والتسويق الدولي

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. بديع جميل قدو، التسويق الدولي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
2. Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A. (2013). International marketing. 8th ed. Thomson South-Western. USA
3. Cateora, P. R., Gilly, M. C., & Graham, J. L. (2005). International Marketing 15th edition. McGraw-Hill/USA.

السداسي: السادس

وحدة التعليم : المنهجية

المادة : التفاوض التجاري

الرصيد: 5

المعامل: 2

نمط التعليم : حضوري

أهداف التعليم

تهدف المادة إلى تعريف الطالب بعملية التفاوض بشكل نظري والقدرة على ممارستها. حيث يتعرف على مفهوم التفاوض وأهميته واستراتيجيات التفاوض الأكثر شهرة وتقنيات وتكتيكات التفاوض وصولاً إلى تطبيق عملية التفاوض بمراحلها، كما يقدم المقرر أخلاقيات التفاوض وطرق التعامل مع أنواع مختلفة من المفاوضين، وكذلك إدارة التفاوض الدولي.

يتوقع من الطالب بعد اكمال البرنامج المقرر أن يتمكن من :

1. معرفة المفاهيم الأساسية المتعلقة بالتفاوض والمفاوضات
2. التعرف على استراتيجيات التفاوض
3. إدراك مراحل عملية التفاوض.
4. إدراك العوامل الأساسية في التفاوض وأهمية السيطرة عليها
5. القدرة على استخدام تلك المعرفة في التطبيق العملي اثناء العملية التفاوضية.
6. اكتساب بعض المهارات الاتصالية في الحوار العادي أو التفاوضي.

المعارف المسبقة المطلوبة

أساسيات التسويق، الاتصال التسويقي

محتوى المادة:

المحور الأول	مقدمة مفاهيمية في التفاوض والمفاوضات
المحور الثاني	أنواع التفاوض التجاري
المحور الثالث	استراتيجيات، سياسات وتكتيكات التفاوض
المحور الرابع	مراحل عملية التفاوض التجاري
المحور الخامس	الحوار وتقنيات الإقناع
المحور السادس	مهارات التفاوض التجاري
المحور السابع	أنماط المفاوضين وخصائص المفاوض الفعال
المحور الثامن	إدارة التفاوض التجاري الدولي
المحور التاسع	أخلاقيات التفاوض التجاري

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. Charles B. Craver , The Art of Negotiation in the Business World, Carolina Academic Press; 2nd edition (2020)
2. William W. Baber & Chavi C-Y Fletcher-Chen (2020), Practical Business Negotiation, 2nd ed, Routledge
3. Ghauri, P. N., & Usunier, J. C. (Eds.). (2003). International business negotiations. Emerald Group Publishing.
4. حسن محمد وجيه، مقدمة في علم التفاوض الإجتماعي والسياسي، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت
5. باربارا اندرسون، التفاوض الفعال، مترجم، مكتبة الهلال للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر

السداسي: السادس

وحدة التعليم : منهجية

المادة : مشروع التخرج ليسانس

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري وعن بعد

أهداف التعليم

تهدف هذه المادة التعليمية إلى إنجاز بحث علمي يشمل الدراسات النظرية والتحليلية لموضوع مشروع التخرج، كما يتضمن طرق تطبيق هذه الدراسات والاستنتاجات وصولاً إلى قرارات تصميمية على شكل البرنامج التصميمي لمشروع التخرج.

المعارف المسبقة المطلوبة

حتى يكون الطالب قادراً على دراسة محتوى مادة مشروع التخرج ليسانس يجب عليه أن يكون ملماً بمكتسبات المواد التالية: منهجية، إحصاء، مدخل لإدارة الأعمال، ريادة الأعمال، تقنيات الاستقصاء.

محتوى المادة:

- دراسة جدوى مشروع من إعداد الطالب تحت إشراف أستاذ، ووضع مخطط الأعمال لتجسيد فكرة المشروع وينضوي تحت مرافقة دار المقاولاتية أو حاضنات الأعمال ويخضع للتقييم من خبراء وفق القرار الوزاري 1275؛
- تنظيم ومشاركة وحضور الطلبة لأيام ورشات مفتوحة على الجامعة والمحيط بدعوة ممثل عن كل قطاع اقتصادي واجتماعي لتأطير كل ورشة أو ندوة لطلبة السنة الثالثة مثلاً (قطاع البنوك/ الخبراء المحاسبين/ مديرية التجارة/ مديرية الصناعة/ قطاع التأمينات/ شركات الاتصالات/ المؤسسات الإنتاجية/ المؤسسات الصناعية.....)؛
- ندوة في التخصص أو ورشات تدريبية تضم عدة مواضيع مختلفة وقد تشمل إنشاء قواعد بيانات إحصائية، متابعة وتحليل مؤشرات البورصة، ترجمة مقالات أجنبية متخصصة، إلخ؛
- إجراء تربص ميداني وإعداد تقرير عملي تحت إشراف أستاذ ومؤطر بالمؤسسة؛
- دراسة حالة اقتصادية أو ظاهرة اقتصادية وتحليلها وفق البرامج الإحصائية المساعدة؛
- تصميم وإنجاز برامج تطبيقية تساعد الطلبة في بعض المواد التعليمية؛

- تصميم مشروع افتراضي لحملات إعلانية أو بنوك افتراضية لسيرورة الأعمال؛
 - القيام بدراسات ميدانية استقصائية حول إشكالات مطروحة في ميدان العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية.
- طريقة التقييم: تقييم مستمر (100%)
- المراجع: تختلف المراجع من مشروع بحث لآخر على حسب الموضوع المختار.

السداسي: السادس

وحدة التعليم : الاستكشافية

المادة : برمجيات إحصائية 1

الرصيد: 2

المعامل: 2

نمط التعليم : حضوري

أهداف التعليم

تهدف هذه المادة إلى:

1. الممارسة، وتحويل أسلوب التعليم من التلقين إلى التعليم بالوسائط التفاعلية
2. تمكين الطالب من التعمق أكثر في محاور التقنيات الكمية، وإتاحة الفرصة لإختبار سيناريوهات مختلفة، كون عملية التطبيق لا تتطلب وقت عكس أسلوب الحل اليدوي
3. ترسيم المفاهيم النظرية في المقاييس ذات الصلة بالبرمجية المقرر تقديمها
4. التعامل مع كم هائل من المخرجات، وإعادة اختبار الحلول الممكنة (الاختبار وإعادة الاختبار لبلوغ الحل الأمثل)

بالإضافة إلى ذلك الهدف من تضمين هذه المادة في المقررات التعليمية هو تمكين الطالب من التعامل مع البرمجيات الجاهزة في مجال التقنيات الكمية بشكل عام، وتدريبه على حل مختلف المشاكل التي تعاني منها الوحدة الاقتصادية، وبالتالي نقله من زخم المعادلات والعلاقات الرياضية المعقدة بعض الشيء إلى فضاء النقر وتحديد متطلبات التقنية للحصول على مخرجات في وقت قياسي إلى جانب تنظيمها. كذلك تعميق مفاهيم الطالب في مجال التطبيقات الكمية والخوض والتطرق أكثر إلى العديد من التقنيات التي يصعب تدريسها على السبورة.

المعارف المسبقة المطلوبة

من أجل التحكم الجيد في برمجية WINQSB أو QM يتوجب على الطالب أن يكون على دراية بمحاور التقنيات الكمية: البرمجة الخطية، البرمجة بالأعداد الصحيحة، البرمجة الديناميكية، البرمجة التربيعية، البرمجة اللاخطية، البرمجة بالأهداف، صفوف الانتظار، التحليل الشبكي، سلاسل ماركوف، نماذج اتخاذ القرار، نظريات المباريات، نماذج المخزونات، المحاكاة وغيرها من النماذج. إلى جانب التحكم في أساسيات الاحصاء ونظريات الاحتمالات، وايضا التحكم في الحاسوب اما عن برمجية التحليل الاحصائي SPSS فهي الأخرى لابد أن يكون الطالب ملم بأساليب التحليل الاحصائي للبيانات بداية بالتحليل الاحصائي الوصفي وأنواع المتغيرات وطرق المعاينة من أجل دراسة والاستبيانات وكذا اختبارات الفروق وتحليل الارتباط والانحدار الخطي وبعض طرق التحليل العاملي والتصنيف.

محتوى المادة:

المحور الأول مقدمة عن برمجة Win QSB أو QM البرمجة الخطية باستخدام برمجة Win QSB أو QM

المحور الثاني مسائل النقل والتخصيص باستخدام برمجة Win QSB أو QM

المحور الثالث التحليل الشبكي (PERT, CPM) باستخدام برمجة Win QSB أو QM

المحور الرابع البرمجة بالأهداف باستخدام برمجة Win QSB أو QM

المحور الخامس صفوف الانتظار باستخدام برمجة Win QSB أو QM

المحور السادس نظرية الألعاب باستخدام برمجة Win QSB أو QM

المحور السابع التعرف على برمجة SPSS والتعامل مع أنواع المتغيرات

المحور الثامن التحليل الاحصائي للبيانات

المحور التاسع الفروض والاختبارات الإحصائية المعلمية واللامعلمية

المحور العاشر تحليل الارتباط والانحدار الخطي واللوجستي

المحور الحادي عشر التعرف على بعض طرق التحليل العاملي والتصنيف

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1. خالد ضاري الطائي، مروان عبد الحي العتيبي و عمر محمد ناصر العشاري، تطبيقات وتحليلات النظام الكمي للأعمال Win QSB، مكتبة الذاكرة – العراق، 2009
2. محفوظ جودة، التحليل الاحصائي الأساسي باستخدام SPSS ، التحليل الاحصائي المتقدم باستخدام SPSS ، دار وائل للطباعة والنشر عمان الأردن 2009
3. مكيد علي " بحوث العمليات وتطبيقاتها الاقتصادية " ج1+ج2 ، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2016
4. محمد راتول " بحوث العمليات "ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، 2002
5. محمد نجيب عبد الفتاح وآخرون (2009) " التحليل المعمق للبيانات باستخدام حزمة البرامج الجاهزة SPSS " جامعة الدول العربية ، القاهرة مصر.
6. LILI ZHENG et MICHEL PLAISENT et autres (2018), L'analyse des données de sondage avec SPSS : Un guide d'introduction, Presses de l'Université du Québec, CANADA

السداسي: السادس

وحدة التعليم : الأفقية

المادة :لغة أجنبية متخصصة 2

الرصيد: 1

المعامل: 1

نمط التعليم : عن بعد + حضوري

أهداف التعليم

- Understand and analyse any document dealing with the fields of study.
- Develop critical thinking skills related to analysis and decision making.
- Develop written skills in business contexts.
- Acquire a high level of knowledge of business concepts by using correct vocabulary and phrases for their specific tasks.
- Develop greater verbal fluency for face-to-face business situations.

المعارف المسبقة المطلوبة

Students must have successfully completed the lessons of S1, S2, S4 and S5. They should have developed a strong understanding of the basic concepts related to their fields of expertise, namely, Economics, Trade, Accounting, Management, and Finance as well as improved their verbal communication skills.

محتوى المادة:

المحور الاول STP Marketing

المحور الثاني Brands, Products and packaging

المحور الثالث International Marketing

المحور الرابع Pricing Strategies and Distribution

المحور الخامس Advertising

طريقة التقييم: التقييم المستمر

المراجع:

- .1 Simon Sweeney (2019). English for Business Communication. Cambridge University Press, Second Edition.
- .2 Ian Mackenzie (2010). English for Business Studies: A Course for Business Studies and Economic Studies. Cambridge University Press, 3rd Edition.
- .3 Unknown (2005). Intelligent Business Course book: Intermediate Business English. Pearson Longman.
- .4 Ian Mackenzie (2008). English for the Financial Sector. Cambridge University Press.
- .5 Business English pods
- .6 J. Schofield and A. Osborn (2011). Collins English for Business: Speaking. Harper Collins Publishers.
- .7 A. Littlejohn (2008). Professional English Company to Company: A Task-based Approach to business emails, letters, and faxes. Cambridge University Press, 4th Edition.
- .8 Bill Mascull (2010). Business Vocabulary in Use: Advanced. Cambridge University Press, 2nd Edition.
- .9 Nina O'Driscoll. Market Leader: Marketing. Pearson Longman.
- .10 Martin Hobbs and Julia Starr Keddle (2002). Oxford English for Careers- Commerce. Pearson Education Limited. Second Edition, 2002.
- .11 Ian Mackenzie (2002). Financial English. Christopher Wenger publishing.
Handouts with texts and exercises to do.

IV- العقود / الاتفاقيات

(حقل إجباري)

٧- سيرة ذاتية مختصرة

لكل شخص من الفرقة البيداغوجية المعنية بالتكوين في التخصص

(التأطير الداخلي والخارجي)

(حسب النموذج المرفق)

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: قراع أمال

تاريخ ومكان الميلاد: 1982/06/24 بسيدي بلعباس

البريد الإلكتروني والهاتف: graa_amel@yahoo.fr / 0661705265

الرتبة: أستاذ

المؤسسة الأصلية: جامعة جيلالي ليابس

الشهادات

2000 شهادة البكالوريا علوم -سيدي بلعباس

2004 ليسانس علوم تجارية - جامعة الجيلالي الليابس (سيدي بلعباس)

2007 ماجستير إدارة أعمال تخصص تسويق - الجامعة الأردنية (المملكة الأردنية الهاشمية)

2013 دكتوراه علوم إقتصادية تخصص تسويق - جامعة الجيلالي الليابس (سيدي بلعباس)

2015 التأهيل الجامعي علوم اقتصادية تخصص تسويق - جامعة الجيلالي الليابس (سيدي بلعباس)

الكفاءات البيداغوجية المهنية

2021 إلى يومنا هذا: مسؤول تخصص ليسانس تسويق شعبة علوم تجارية

2018 - 2021: مسؤول تخصص ماستر تسويق الخدمات شعبة علوم تجارية

المقاييس المدرسة:

2019-2022: مقياس بحوث التسويق (سنة ثالثة ليسانس تخصص تسويق)

2016-2022: مقياس التسويق الفندقية (سنة أولى ماستر تخصص تسويق الخدمات)

2018-2022: مقياس التسويق الإلكتروني للخدمات (سنة ثانية ماستر تخصص تسويق الخدمات)

2018-2022: مقياس التسويق الإلكتروني (سنة ثالثة ليسانس تخصص تسويق)

2016-2018: مقياس التجارة الإلكترونية (ماستر تخصص مالية وتجارة دولية)

2015-2018: مقياس نظام المعلومات التسويقية (سنة ثالثة ليسانس تخصص تسويق)

2013-2016: مقياس نظام المعلومات التسويقية + مقياس تسيير قنوات التوزيع + التنبؤ بالمبيعات (ماستر

تخصص تسويق)

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: حمدون أسماء.

تاريخ ومكان الميلاد: 14/11/1987 بمغنية ولاية تلمسان.

البريد الإلكتروني والهاتف: a.hamdoune16@gmail.com – 07 74 74 24 34

الرتبة: أستاذة محاضرة -أ-

المؤسسة الأصلية: قسم العلوم التجارية ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس.

الشهادات:

- شهادة التأهيل الجامعي ، تخصص علوم التسيير ، جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس ، جوان 2021.
 - شهادة دكتوراه علوم ، تخصص تسويق دولي ، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان ، فيفري 2016.
 - شهادة ماجستير ، تخصص التسيير الدولي للمؤسسات ، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان ، جوان 2012.
 - شهادة ليسانس ، تخصص تسويق ، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان ، جوان 2009.
 - شهادة البكالوريا ، علوم الطبيعة و الحياة ، ثانوية بوعزة ميلود مغنية ، جوان 2004.
- الكفاءات البيداغوجية المهنية :

✓ المقاييس المدرسة لطلبة الدكتوراه:

- **Risque and limits of electronic Commerce** ، دكتوراه تخصص تسويق الخدمات ، 2020/2019.
- **Marketing channels for banks** ، دكتوراه تخصص تسويق بنكي ، 2020/2019.
- **التسويق الداخلي البنكي** ، دكتوراه تخصص تسويق بنكي ، 2019/2018.
- **New forms of consumption** ، دكتوراه تخصص تسويق الخدمات ، 2019/2018.

✓ المقاييس المدرسة لطلبة الماستر:

- **تسويق خدمات النقل** ، سنة ثانية ماستر تخصص تسويق الخدمات ،
- **مراقبة التسويق المصرفي** ، سنة أولى ماستر تخصص تسويق مصرفي.

✓ المقاييس المدرسة لطلبة السنة الثالثة ليسانس:

- **تسويق الخدمات** ، تخصص تسويق ،
- **تسويق دولي** ، تخصص تجارة دولية.

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: فتات فوزي

تاريخ ومكان الميلاد: 1958 البيض

البريد الإلكتروني والهاتف: fettatf1985@gmail.com - 0774-40-22-33

الرتبة: أستاذ

المؤسسة الأصلية: جامعة جيلالي ليابس - سيدي بلعباس

الشهادات:

- بكالوريا آداب 1976.
- ليسانس في الحقوق من جامعة وهران 1980.
- ماجستير مشرف جدا من جامعة سيدي بلعباس 1993.
- دكتوراه دولة في العلوم القانونية بتقدير مشرف جدا من جامعة سيدي بلعباس 2002.

الكفاءات البيداغوجية المهنية

- منهجية البحث العلمي
- قانون المنافسة،
- قانون حماية المستهلك،
- القانون التجاري،
- قانون الأعمال

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: الزين عبد المجيد

تاريخ ومكان الميلاد: 1972/06/08

البريد الإلكتروني والهاتف: 0541724895 abdelmadjide@yahoo.fr

الرتبة: استاذ محاضر ب

المؤسسة الأصلية: جامعة جيلالي ليابس

الشهادات

1992 Bac Série Mathématiques- SBA

1993 Bac Série Mathématiques- SBA

1997 DES en Mathématiques (Probabilités Statistique) —Univ SBA

2000 Magister en Mathématiques Appliquées (Probabilités Statistique)-Univ SBA

2007 Doctorat en Mathématiques Appliquées (Probabilités)- Univ SBA

الكفاءات البيداغوجية المهنية

1998 Chargé TD, Modules : Mesure et Théorie de l'intégration, Probabilités, 3eme année DES Maths.

1999 Chargé TD, Module : Probabilités Statistique, 1^{er} année TSETI.

2000-2014 Module probabilité statistiques ;deuxième année sciences commerciales

2000-2014 Module modèles statistiques ; troisième année sciences commerciales

2015-2022 Analyse des données 1 et 2 ; première année master marketing (Bancaire et services)

2015-2022 La modélisation en marketing; deuxième année master marketing (Bancaire et services)

Président du comité pédagogique : deuxième année sciences commerciales, 2003-2005.

Membre du Conseil discipline de la faculté des Sciences économiques : 2001-2002

Membre du Conseil Discipline de l'université : 2003-2004.

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: بن يخلف خديجة

تاريخ ومكان الميلاد: 1971-05-18

البريد الإلكتروني والهاتف: ben.khad@yahoo.fr

الرتبة: استادة محاضرة-أ-

المؤسسة الأصلية: جامعة جيلالي ليابس – سيدي بلعباس

الشهادات

• شهادة ليسانس لغات أجنبية دفعة جوان 1995

• شهادة ماجستير لغات أجنبية بتاريخ 2010-01-24

• شهادة دكتوراه لغات أجنبية بتاريخ 2016-02-18

• شهادة التأهيل الجامعي بتاريخ 2018-05-24

الكفاءات البيداغوجية المهنية

تدريس مقياس انجليزية الأعمال

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: داني الكبير معاشو

تاريخ ومكان الميلاد: 13/جوان/1955 سيدي بلعباس

البريد الإلكتروني: dkmaachou@yahoo.fr والهاتف: 0697980476

الرتبة: أستاذ التعليم العالي

المؤسسة الأصلية: جامعة جيلالي ليابس – سيدي بلعباس

الشهادات

- شهادة دكتوراه دولة في علوم التسيير نوفمبر 2001 جيلالي ليابس سيدي بلعباس
- شهادة الماجستير في إدارة الأعمال جوان 1982 جامعة بغداد.
- شهادة الليسانس في علوم التجارية والمالية المدرسة العليا للتجارة جوان 1978 الجزائر.

التخصص: مناجمت و إدارة الجودة

الكفاءات البيداغوجية المهنية

المواد المدرسة:

- التسويق الدولي
- إدارة الجودة
- التسويق السياحي
- جودة الخدمات البنكية

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: داني الكبير نصيرة

تاريخ ومكان الميلاد: 1985/07/05 سيدي بلعباس

البريد الإلكتروني kdaninacera@yahoo.fr والهاتف: 06.97.98.62.97

الرتبة: أستاذة محاضرة أ

المؤسسة الأصلية: جامعة جيلالي ليابس – سيدي بلعباس

الشهادات:

- شهادة التأهيل الجامعي في العلوم الاقتصادية د 2017 – جامعة جيلالي ليابس بسيدي بلعباس.
- شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد التنمية مارس 2015 – جامعة جيلالي ليابس بسيدي بلعباس
- شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص التقنيات الكمية في التسيير نوفمبر 2011 – جامعة مستغانم
- شهادة الليسانس في علوم التجارية تخصص تسويق جوان 2008 جامعة جيلالي ليابس بسيدي بلعباس.

التخصص: العلوم التجارية - التخصص الدقيق: إدارة الأعمال

الكفاءات البيداغوجية المهنية

ميدان البحث: إدارة الأعمال – تسيير المؤسسة – التسويق الإلكتروني – التسويق الإستراتيجي - التجارة الإلكترونية

المواد المدرسة:

- مدخل إلى إدارة الأعمال
- مدخل في التجارة الإلكترونية
- جودة الخدمات البنكية
- التسويق الإلكتروني
- اللغة الأجنبية 2

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: بن ساعد فاطنة

تاريخ ومكان الميلاد: 1985/01/06 سيدي بلعباس

البريد الإلكتروني: bensaana95@gmail.com

والهاتف: 0669992332

الرتبة: أستاذة محاضرة أ

المؤسسة الأصلية: جامعة جيلالي ليابس - سيدي بلعباس

الشهادات:

- شهادة التأهيل الجامعي في العلوم الاقتصادية ديسمبر 2017 - جامعة جيلالي ليابس بسيدي بلعباس.
- شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص تسويق سبتمبر 2015 - جامعة جيلالي ليابس بسيدي بلعباس
- شهادة الماجستير في التسويق أوت 2010 - جامعة دمشق
- شهادة الليسانس في علوم التجارية تخصص تسويق جوان 2006 جامعة جيلالي ليابس بسيدي بلعباس.

التخصص: العلوم التجارية - التخصص الدقيق: تسويق

الكفاءات البيداغوجية المهنية

المواد المدرسة:

- تسويق
- التسويق الإستراتيجي
- تسير قنوات التوزيع
- الإعلانات

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: زرقون هاشمي

تاريخ ومكان الميلاد: 1979-11-02 بالعنصر وهران

البريد الإلكتروني والهاتف 0662212686 - zergounestat@yahoo.fr

الرتبة: أستاذ محاضر

المؤسسة الأصلية: جامعة جيلالي ليايس سيدي بلعباس

الشهادات

- شهادة الليسانس في علوم التسيير تخصص مالية جوان 2001 كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم التجارية جامعة السانية وهران.
- شهادة ماجستير في العلوم التجارية تخصص: تقنيات كمية مطبقة 17 أكتوبر 2006 جامعة وهران.
- شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص: إدارة الأعمال 8 جوان 2022 كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير جامعة جيلالي ليايس سيدي بلعباس.

الكفاءات البيداغوجية المهنية

- المواد المدرسة : بحوث العمليات ، محاسبة عامة ، إحصاء ، تسيير مالي ، تقييم المشاريع الاستثمارية، تسيير المؤسسات ، اقتصاد المؤسسة ،
- كفاءات أخرى : إدارة الإنتاج ، إدارة الصيانة ، إدارة الأعمال

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: عيماد داتوسعيد

تاريخ ومكان الميلاد: 13 جوان 1983 بالخميس ولاية تلمسان

البريد الإلكتروني والهاتف: datou_imad@yahoo.fr

الرتبة: أستاذ التعليم العالي

المؤسسة الأصلية: جامعة جيلالي ليايس سيدي بلعباس

الشهادات

- ليسانس تخصص مالية جوان 2005
 - ماجستير تخصص المنظمة التدقيق واتخاذ القرار 2008/04/09
 - دكتوراه علوم 2015/12/03
 - شهادة التأهيل الجامعي 2017/05/15
 - رتبة أستاذ التعليم العالي 2022/07/11
- الكفاءات البيداغوجية المهنية

دروس (محاضرات)

1. طور الدكتوراه:
2020-2021 إدارة الابتكار والابداع
2018-2019-2020 المقاولاتية ورأس المال البشري
2018-2019-2020 إدارة الابتكار
2. طور الماستر
2017-2022 المقاولاتية (محاضرة وأعمال موجهة)
3. طور الليسانس والليسانس المهني
2017-2022 مالية عامة
2019-2022 التحليل الاستراتيجي والتنافسية
2018-2019 معرفة المهن

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: بن سعيد لخضر

تاريخ ومكان الميلاد: 1982/03/28 - تيارت

البريد الإلكتروني: bensaid.khdar@gmail.com : والهاتف: 0696390010

الرتبة: أستاذ التعليم العالي

المؤسسة الأصلية: جامعة جيلالي ليابس - سيدي بلعباس

الشهادات

- شهادة التأهيل الجامعي في العلوم الاقتصادية ماي 2017 - جامعة جيلالي ليابس بسيدي بلعباس.
- شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد التنمية جوان 2015 - جامعة جيلالي ليابس بسيدي بلعباس
- شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص الاقتصاد والتنمية جويلية 2011 - جامعة ابن خلدون - تيارت.
- شهادة الليسانس في علوم التجارية تخصص محاسبة جوان 2004 جامعة ابن خلدون - تيارت
- التخصص: العلوم الاقتصادية
- التخصص الدقيق: إقتصاد التنمية

الكفاءات البيداغوجية المهنية

ميدان البحث: المالية و التجارة الدولية --- الاقتصاد المالي --- الاقتصاد النقدي --- إقتصاد التنمية --- الاقتصاد الرقمي.

المواد المدرسة:

- المالية و التجارة الدولية
- الاقتصاد النقدي و سوق رؤوس الأموال
- الرياضيات المالية
- المالية الدولية
- التجارة و الاستثمار الدوليين

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: الهواري جمال

تاريخ ومكان الميلاد: 1965/09/26 – سيدي بلعباس

البريد الإلكتروني والهاتف: delhouari@gmail.com

الرتبة: أستاذ التعليم العالي

المؤسسة الأصلية: جامعة جيلالي ليابس – سيدي بلعباس

الشهادات

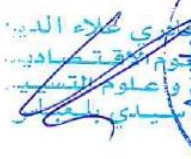





- Baccalauréat série Sciences, juin 1985 - Sidi bel abbès - Algérie
- Licence en Sciences commerciales spécialité Marketing, juin 1990 – Université d'Oran - Algérie
- DEA sciences Economiques et sociales de la santé – septembre 1997- Université Jussieu Paris VII – France
- Doctorat Sciences économiques spécialité Economie de la santé « Mention très honorable », Mai 2003 - Université de Jussieu Paris VII –, France (Equivalence au Doctorat d'Etat Algérien en ECONOMIE accordée en 2004)

الكفاءات البيداغوجية المهنية

- 2005 - 2008 : Membre du conseil d'administration de l'université de sidi bel abbes
- 2005-2009 : Chef de projet « la gestion du vieillissement et des salariés âgés
code projet : M02120060054
- 2006 - 2009: Président du comité scientifique du département des sciences commerciales, faculté des sciences économiques et de gestion, université de sidi bel abbes
- 2008 -2014: Chef d'équipe spécialité Marketing Laboratoire Management des entreprises - faculté des sciences économiques et de gestion université de sidi bel abbes
- 2009– 2012: Responsable de Domaine de formation LMD économiques et de gestion, université de sidi bel abbes
- 2010 – 2013 : Chef de projet « Le marketing des services publics en Algérie, code de projet : M02120090099
- 2012 -2014: Chef de projet PNR « Projet national de recherche » intitulé: L'âge au travail et gestion des personnels dans les établissements publics le cas du CHU de Sidi Bel Abbes
- 2016- 2018 : Membre de conseil scientifique de l'université de sidi bel abbes
- 2019 – chef de projet « problématique des services après ventes et performance marketing des entreprises en algerie »
- 2019- à ce jour: Président du comité scientifique du département des sciences commerciales - faculté des sciences économiques et de gestion -université de sidi bel abbes
- 2021 à ce jour : Responsable de Master Marketing des services, faculté des sciences économiques et de gestion université de sidi bel abbes.

VI- رأي وتأشيرة الهيئات الإدارية والعلمية

عنوان الـليسانس : تسويق

رئيس القسم	مسؤول الميدان
التاريخ والمصادقة	التاريخ والمصادقة
 	
عميد الكلية (أو مدير المعهد)	
التاريخ والمصادقة	
  <p>26 مارس 2023</p> <p>الدكتور. عبد المجيد دجلول عميد كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير</p>	
مدير المؤسسة الجامعية	
التاريخ والمصادقة	
  <p>26 مارس 2023</p> <p>مدير الجامعة أ.د. عبد النبي</p>	