

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

نموذج مطابقة

عرض تكوين

ل.م.د.

ليسانس أكاديمي

2023-2022

القسم	الكلية/المعهد	المؤسسة
العلوم التجارية	كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	جامعة []سببة بن بوعلي -الشلف-

التخصص	الفرع	الميدان
تسويق	علوم تجارية	علوم إقتصادية والتسيير وعلوم تجارية

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 :Hassiba ben Bouali - chlef-	Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de Gestion	Sciences Commerciales

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

الفهرس

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

I- بطاقة تعريف الليسانس

1- تحديد مكان التكوين:

المؤسسة: جامعة [?]سيبة بن بوعلي - الشلف.-
كلية: كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم تجارية

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

2- المشاركون الآخرون: ([?]نقل إجباري)

المؤسسات الجامعية الأخرى:

- جامعة الجيلالي بونعامة - خميس مليانة.-
- جامعة أ [?]مد زبانة - غليزان.-

المؤسسات الشريكة الأخرى:

- مؤسسة الإسمنت و مشتقات [?] بالشلف.
- ميناء تنس بالشلف.
- مؤسسة سيراميت للخزف الصحي بالشلف.

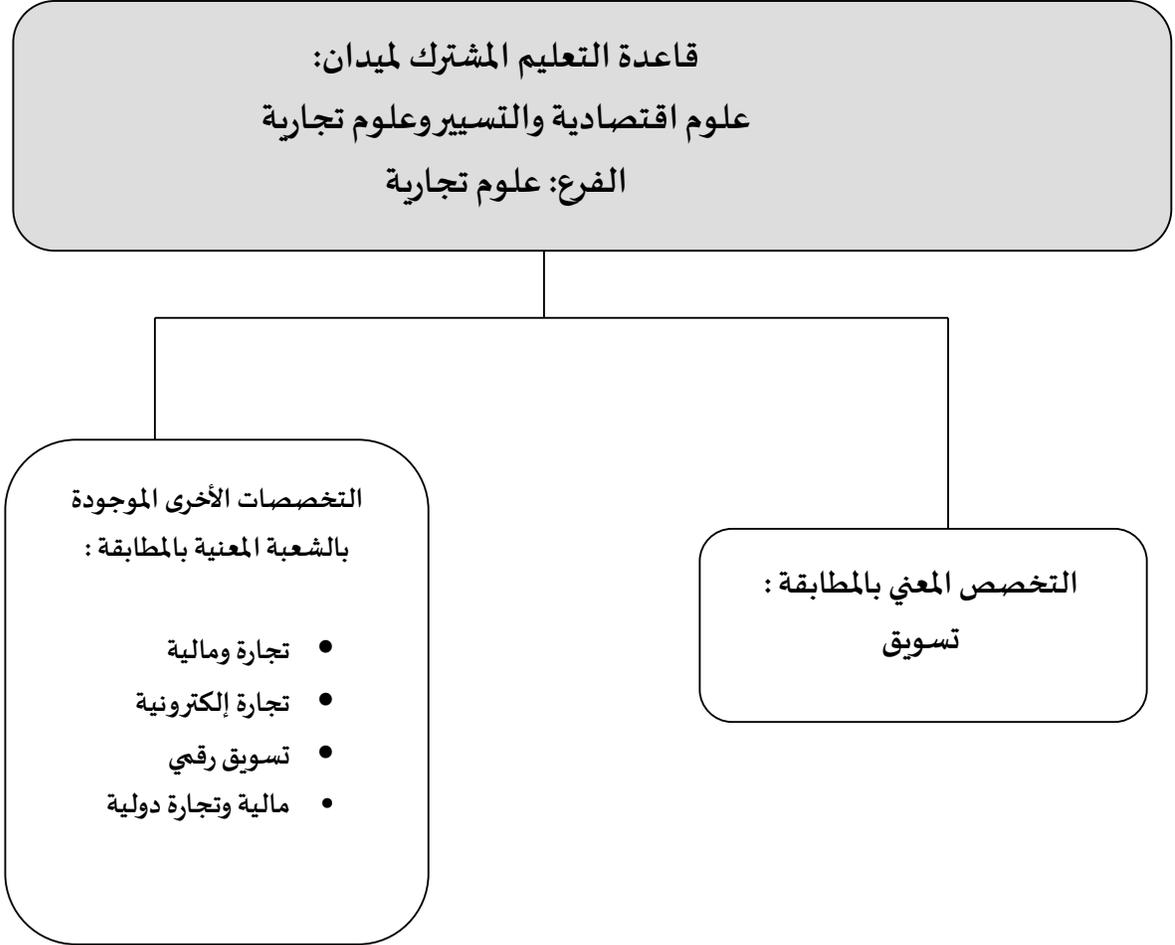
الشركاء الدوليون الأجانب:

/

3- إطار وأهداف التكوين:

أ – التنظيم العام للتكوين: مكانة المشروع (تقل 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 (نقل إجباري) (الكفاءات المستهدفة، المعرفة المكتسبة عند نهاية التكوين - 20 سطرا على الأكثر)

ليسانس تسويق هو تكوين أكاديمي من أجل تحضير الطلبة لمتابعة الدراسات في مرحلة الماجستير في مجال العلوم التجارية.

يتم تدخّل هذه الشهادة ضمن مجال التسويق.

يهدف هذا التخصص إلى إكساب الطلبة المعارف والمهارات في التسويق عموماً و مختلف مجالات تطبيقه. وتكثيف معارفهم وفق التطورات في البيئة الجزائرية .

وكذلك تطوير إمكانياتهم في تحليل المناخ التسويقي للمؤسسات.

و يتوج في نهاية التكوين بتحضير مشروع تخرج يكتسب من خلاله الطالب معارف في منهجية البحث العلمي والتحكم في المصطلحات العلمية و الاتكّك بالحياة المهنية.

ج- المؤهلات والكفاءات المستهدفة (20 سطرا على الأكثر) (نقل إجباري)

يستهدف هذا التكوين تخرج كفاءات مؤهلة في مجال التسويق، بغية دعم المؤسسات الاقتصادية و مختلف الجهات المعنية بطاقات بشرية كفيلة بتلبية الحاجات العلمية والمهنية في هذا التخصص.

د- القدرات الجهوية والوطنية لقابلية التشغيل (نقل إجباري)

- العمل في مختلف المؤسسات الاقتصادية بمختلف أنواعها؛

- العمل في الإدارات العمومية؛

- إمكانية العمل كمستشار أو خبير تسويقي في النشاط الاقتصادي؛

- إمكانية فتح مكتب إستشارة تسويقية.

- إمكانية فتح مكتب إشهار.

هـ- الجسور نحو تخصصات أخرى (نقل إجباري)

إن برنامج التكوين المقترح للمشروع يتيح للطلاب إمكانية العبور لمختلف التخصصات

الخاصة بشعبة العلوم التجارية الأخرى في حالة أعاد الطالب السنة.

كما يمكن للطلاب مواصلة الدراسة للحصول شهادة الماجستير في كل التخصصات المعتمدة في شعبة

العلوم التجارية: تسويق الخدمات ، تسويق سياحي و فندي ، مالية و تجارة دولية، سواء في

الجامعات أو المدارس العليا أو المدارس الخاصة.

و- مؤشرات النجاح لمتابعة التكوين (نقل إجباري)

(معايير الديمومة، نسبة النجاح، إمكانية التشغيل، متابعة الخرجين، الكفاءات المكتسبة....)

ستمكن عملية التقييم المتواصل في كل من المحاضرات و الأعمال الموجهة من ضمان التحصيل الجيد للطالب ، و كذلك التربص الميداني سيكون تنويج للمكتسبات النظرية و إسقاطها في الواقع. و بهذا يكون الطالب المتخرج مؤهل للولوج إلى عالم الشغل. و نقترح إنشاء مجموعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يديرها مسؤول المشروع لمتابعة الطلبة أثناء الدراسة و بعد التخرج.

4- الإمكانات البشرية المتوفرة:

ب1- التأطير الداخلي:

أ- قدرات التأطير: 60 طالب.

ب- التأطير الداخلي المسخر للتكوين في التخصص.

الاسم واللقب	شهادة الإختصاص (ماجستير- دكتوراه)	الرتبة	طبيعة التدخل (محاضرة، أعمال موجهة، تأطير)
د.بن نافلة قدور.	دكتوراه	أستاذ التعليم العالي	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير
د. نوري منير.	دكتوراه	أستاذ التعليم العالي	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير
د.مجاهدي فاتح.	دكتوراه	أستاذ التعليم العالي	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير
د.إنساعد رضوان.	دكتوراه	أستاذ التعليم العالي	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير
د. شارف نور الدين.	دكتوراه	أستاذ التعليم العالي	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير
د. علي دةماني.	دكتوراه	أستاذ محاضراً	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير
د.مزبان مةمة.	دكتوراه	أستاذ محاضراً	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير
د. مديوني جميلة.	دكتوراه	أستاذ محاضراً	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير
د.بلعلياء خديجة.	دكتوراه	أستاذ محاضراً	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير
د. مرفاش سميرة.	دكتوراه	أستاذ محاضراً	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير
د. سي علي أسماء.	دكتوراه	أستاذ محاضراً	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير

د. بن قدور عابد	دكتوراه	أستاذ محاضراً	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير
د. ترقوم محمد	دكتوراه	أستاذ محاضراً	محاضرة + أعمال موجهة + تأطير

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

مصادقة الكلية أو المعهد

مصادقة القسم

ب-2- التأطير الخارجي

طبيعة التدخل*	مؤسسة الارتباط	الشهادة	الاسم واللقب
محاضرة	جامعة الجيلالي بونعامة	دكتوراه	د. سعيد منصور فؤاد.
محاضرة	جامعة أمّ المدّ زبانة	دكتوراه	د. مقتات صبرينة.

* 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	05	/	05
أستاذ محاضراً	08	02	10
أستاذ محاضر ب	/	/	/
أستاذ مساعد أ	/	/	/
أستاذ مساعد ب	/	/	/
أخرى *	/	/	/
المجموع	13	02	15

* أخرى: مستخدمو الدعم والتقنيين

/

5-الإمكانيات المادية المتوفرة:

الرقم	عنوان التجهيزات	العدد	الملاحظات
01	قاعات خاصة بالمحاضرات بجهاز عرض data show	06	-
02	قاعات خاصة بالأعمال الموجهة	10	-
03	قاعة خاصة بالإعلام الآلي مزودة بالانترنت	02	-
04	كتب في التخصص	/	متوفرة بمكتبة الكلية ومكتبة الجامعة
06	مجلات و دوريات خاصة بالدراسات الاقتصادية	/	متوفرة بالمكتبات و مخابر البحث
07	مكتبة مركزية	01	مزودة بالكتب ذات العلاقة بالتخصص
08	مكتبة خاصة بالكلية	01	مزودة بالكتب ذات العلاقة بالتخصص
09	قاعة كبيرة للمطالعة بالمكتبة المركزية	01	-
10	مكتبة خاصة بالمذكرات و الأطروحات	01	للإطلاع في المكان
11	خدمات المكتبة الالكترونية SNDL	01	لكل طالب يمكنه من الولوج إلى قاعدة البيانات الالكترونية

أ- المخابر البيداغوجية والتجهيزات:

عنوان المخبر 1: مخبر تنمية تنافسية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في مجال صناعات البدائل المحلية.

قدرات الاستيعاب 60 طالب

الرقم	عنوان التجهيزات	العدد	الملاحظات
01	قاعة مجهزة بجهاز عرض data show	01	-
02	أجهزة إعلام آلي	05	-
03	قاعة لإجتماعات مزودة بالانترنت	01	-
04	كتب في التخصص	/	متوفرة بالمخبر.
06	مجلات و دوريات	/	متوفرة بالمخبر.
07	فرق بحث مساعدة على التأطير	06	عدد كاف من الأساتذة من أجل التأطير

ب- ميادين التربص والتكوين في المؤسسات:

مكان التربص	عدد الطلبة	مدة التربص
مؤسسة الإسمنت و مشتقاتها.	05	15 يوم
مؤسسة ميناء تنس.	05	15 يوم
مؤسسة الخزف الصحي.	05	15 يوم
مؤسسة البلاستيك.	05	15 يوم
مؤسسة تيلواز.	05	15 يوم
مؤسسة سوبراك.	05	15 يوم
بنوك	05 في كل بنك	15 يوم
فنادق....	05 في كل فندق	15 يوم

ج- مخابر البحث لدعم التكوين المقترح:

رئيس المخبر بن نافلة قدور
رقم اعتماد المخبر 145 بتاريخ: 2012/04/14
التاريخ:
رأي مدير المخبر:

د- مشاريع البحث الداعمة للتكوين المقترح:

تاريخ نهاية المشروع	تاريخ بداية المشروع	رمز المشروع	عنوان مشروع البحث
31/12/2026.	01/01/2023	F01L01UN020120230001	تسويق الوجهة السياحية الجزائرية للنهوض بالقطاع السياحي في إطار المخطط التوجيهي للتنمية المستدامة آفاق 2030.
31/12/2026.	01/01/2023	F01L01UN020120230002	التسويق الرقمي و دوره في مرافقة المؤسسات الناشئة العاملة في قطاع السياحة - دراسة منطقة التوسع السياحي لولاية الشلف-
31/12/2026.	01/01/2023	F01L01UN020120230004	إستخدام التسويق عبر مواقع التواصل الإجتماعي لتنشيط السياحة في الجزائر -دراسة من منظور إتصالي سلوكي-

و- التوثيق المتوفر في المؤسسة الجامعية والمتعلقة بعرض التكوين المقترح (نقل إجباري)
تتوفر الكلية على :

01	مكتبة مركزية مزودة بالمكتب ذات العلاقة بالليسانس
01	قاعات كبيرة للمطالعة بالمكتبة الدورية
01	مكتبة دورية خاصة بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير
01	قاعة كبيرة للمطالعة بالمكتبة المركزية
02	مكتبة خاصة بالمذكرات الخاصة بالليسانس، الماجستير والدكتوراه
موجودة بالمكتبات وقيود الاشتراك	مجلات في مجال التسويق وإدارة الأعمال
لكل طالب <input type="checkbox"/> سباب يمكنه <input type="checkbox"/> من الولوج إلى قاعدة البيانات الالكترونية	خدمات المكتبة الالكتروني
جناح مخصص لبيع الكتب الخاصة بديوان المطبوعات الجامعية على مستوى الجامعة	
معارض وطنية تقام سنويا بالجامعة	

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

تتوفر كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير على:

03	قاعة خاصة بالإعلام الآلي
03	قاعة انترنت على مستوى الكلية
02	قاعة أنترنت على مستوى الجامعة
متوفر على مستوى أقسام الكلية	خدمات Wifi
05	قاعة لمزاولة الدروس مزودة بجهاز عرض data show

خدمات المكتبة الالكتروني مثل SNDL	لكل طالب ٢ حساب يمكنه ٢ من الولوج إلى قاعدة البيانات الالكترونية
-----------------------------------	--

هـ- دعائم التعليم
حدد الأرضيات الرقمية لنشر الدروس

رابط الأرضية الرقمية	المؤسسة	نوع الأرضية الرقمية (مودل.....)*
https://moodle.univ-chlef.dz/ar/?lang=ar	جامعة ٢سيبة بن بوعلي	منصة مودل L'espace e-learning UDL

* 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	تعليمي	حضور			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 أسبوعاً)	الحجم الساعي الأسبوعي			المعامل	الأرصدة	عنوان المواد	وحدات التعليم
امتحان	مراقبة مستمرة	حضور	حضور			أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس				
60%	40%		X	30سا2	30سا67	-	30سا1	30سا3	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 ألي 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	عن بعد	حضوري			أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس				
60%	40%		X	30سا82	30سا67	-	30سا1	00سا3	3	6	محاسبة التسيير	وحدة تعليم أساسية الرمز: وت أس 1.2 الأرصدة: 18 المعامل: 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 الرمز: وت م 1.2 الأرصدة: 9 المعامل: 5
60%	40%		X	00سا55	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	4	رياضيات مالية	
100%	-		X	00سا10	30سا22	-	-	30سا1	1	1	اقتصاد قدي	
60%	40%		X	00سا5	00سا45	-	30سا1	30سا1	2	2	منهجية	وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت أس 1.2 الأرصدة: 2 المعامل: 2
-	100%	X	x	30سا2	30سا22	30سا1	-	-	1	1	إعلام آلي 2	وحدة تعليم أفقية الرمز: وت أف 1.2 الأرصدة: 1 المعامل: 1
				00سا375	30سا382	30سا1	30سا10	30سا13	17	30	مجموع السداسي الثالث	

* عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

السداسي الرابع:

نوع التقييم		نمط التعليم		أخرى*	الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			المعامل	الأرصدة	عنوان المواد	وحدات التعليم
امتحان	مراقبة مستمرة	بن	تفويري			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 (Entrepreneuriat)	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

السداسي الخامس:

نوع التقييم		نمط التعليم		أخرى *	الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			المعمل	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	3 سا 00	3	6	سلوك المستهلك	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 1	
60 %	40 %	-	x	00 سا 55	00 سا 45	-	30 سا 1	30 سا 1	2	4	الاتصالات التسويقية المتكاملة	
60 %	40 %	-	x	00 سا 55	00 سا 45	-	30 سا 1	30 سا 1	2	4	تسويق الخدمات	
60 %	40 %	-	x	00 سا 65	00 سا 45	-	30 سا 1	30 سا 1	2	5	التسويق الرقمي	وحدة تعليم منهجية الرمز: وت م 2.1 الأرصدة: 9 المعامل: 4
60 %	40 %	-	x	00 سا 55	00 سا 45	30 سا 1	-	30 سا 1	2	4	تحليل البيانات التسويقية	
60 %	40 %	-	x	00 سا 5	00 سا 45	-	30 سا 1	30 سا 1	2	2	قانون المنافسة و حماية المستهلك	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 1	وحدة تعليم أفقية الرمز: وت أف 2.1 الأرصدة: 1 المعامل: 1
				00 سا 375	00 سا 360	30 سا 1	30 سا 10	00 سا 12	16	30	مجموع السداسي الخامس	

* عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

السداسي 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	-	1 سا 30	3 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	-	1 سا 30	1 سا 30	2	4	بحوث التسويق 2	
60 %	40 %	-	x	00 سا 55	00 سا 45	-	1 سا 30	1 سا 30	2	4	التسويق الاستراتيجي	
60 %	40 %	-	x	00 سا 55	00 سا 45	-	1 سا 30	1 سا 30	2	4	التسويق الدولي	
60 %	40 %	-	x	00 سا 65	00 سا 45	-	1 سا 30	1 سا 30	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 لبياس	
60 %	40 %	-	x	00 سا 5	00 سا 45	1 سا 30	-	1 سا 30	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	-	1 سا 30	-	1	1	لغة أجنبية متخصصة 2	وحدة تعليم أفقية الرمز: وت أف 2.1 الأرصدة: 1 المعامل: 1
				00 سا 410	00 سا 315	1 سا 30	9 سا 00	10 سا 30	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	وت	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: الاول

وحدة التعليم : اساسية

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 شكلها 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، الترتيل من جديد، الاتقيات
- محاسبة الرسم على القيمة المضافة
- محاسبة التثبيات المعنوية والعينية: الاقتناء، الاهتلاك، التنازل والتجريد
- محاسبة المخزونات: الشراء، الإنتاج، والبيع.

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 وتطبيقها، الصفحات الزرقاء، الجزائر، 2014.
- عبد الرّمن 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: الاول

وحدة التعليم : اساسية

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 قرارات² 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^{ème} 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 مواضيعها الأساسية ومصطلحات المسائل الاقتصادية الهامة.

- التعرف على علم الاقتصاد وموضوعاتها ومصطلحات المسائل الاقتصادية، وعلاقتها 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 وعلاقتها 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: مفهومها، المتدخلين فيها، أنواعها، 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 وأسبابه 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. أحمد يسري 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 الحدائث، بيروت.
7. ضياء مجيد الموسوي (1990)، النظرية الاقتصادية: التحليل الاقتصادي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
8. طارق عبد الفتاح الشريعي (2006)، مبادئ علم الاقتصاد، مؤسسة بورس 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: الاول
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 و²ساب المقاييس الإحصائية المختلفة لوصف متغير ما (أو أكثر) في مجتمع ما.

المعارف المسبقة المطلوبة

يحتاج الطالب فقط إلى معرفة أهم العمليات و القواعد الرياضية التي تم التطرق إليها في مر²لة 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 و تصنيف المتغيرات، مصادر البيانات و مفاهيم ²ول العينات و طرق 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، العشريات 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 الإختلاف، البيانات المعيارية)
- مقاييس الشكل: ²ساب 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: الاول
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 التوفيقى
- مفاهيم عامة حول المتتاليات العددية
- الدوال الأسية والدوال اللوغاريتمية
- المشتقات
- الدوال الأصلية واسباب التكامل

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

المراجع:

- مسعودان هادية و ڤناشي فارح(2021)، الرياضيات العامة للاقتصاديين. ط1 . نوران للنشر والتوزيع. تبسة- الجزائر.
- ڤسن 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: الاول

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 و ديناميكيات جماعات العمل

طريقة التقييم: امتحان نهائي

المراجع:

- بلقاسم سلاطينة و إسماعيل قيرة: التنظيم الحديث للمؤسسة، التصور و المفهوم، دار الفجر، مصر 2008.
- شحاتة، صيام (2009)، النظرية الاجتماعية من المرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحداثة، ط1، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- حسن عبد الحميد أمد رشوان (2003)، علم الاجتماع وميادينها، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
- سمير إبراهيم حسن، تمهيد في علم الاجتماع، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

السداسي: الاول

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 من طالبها 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 و التجارة.

محتوى المادة:

- مفهوم القانون
- القاعدة القانونية تعريفها عناصرها خصائصها و تقسيماتها
- 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 ،دار العلوم 2006
- علي أمد صالح ،المدخل لدراسة العلوم القانونية ،دار بلقيس ، الطبعة الأولى ،2016

السداسي: الاول

وحدة التعليم: أفقية

المادة: لغة اجنبية 1

الرصيد: 1

المعامل: 1

نمط التعليم: عن بعد + حضوري

أهداف التعليم

إثراء الرصيد اللغوي للطالب 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: تقييم 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 الرّمن 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: اساسية

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 قرارات عقلانية 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

- الامام بالمبادئ الأساسية في الرياضيات خاصة الاشتقاق الرياضي
- الابدام التام و الجيد 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 الاحتكار 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 و النمو، بالإضافة إلى 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 قبيب (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 ميمدات (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 (التجاربيون).
- الفكر الاقتصادي في العصر الإسلامي.
- الفكر الاقتصادي الطبيعي.
- الفكر الاقتصادي الكلاسيكي.
- الفكر الاقتصادي الليبرالي الرأسمالي ومرا [1] [2].
- الفكر الاقتصادي الاشتراكي الفرنسي والفكر الماركسي.
- الفكر الاقتصادي للمدرسة التاريخية في ألمانيا.
- الفكر الاقتصادي الحدي النيوكلاسيكي.
- الفكر الاقتصادي الكينزي والنظريات الاقتصادية المعاصرة (ما بعد كينز).

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

المراجع:

- عبد علي كاظم المعموري (2012)، تاريخ الأفكار الاقتصادية، دار [3] [4]، عمان.

- مدّت القريشي (2008)، تطور الفكر الاقتصادي، دار وائل، عمان.
- راي كانتريري (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.
- أمّمد فريد مصطفى (2000)، سهير محمد السيد سن، تطور الفكر والوقائع الاقتصادية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر.
- إسماعيل محمد علي (2011)، تطور الفكر الاقتصادي، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة.
- فؤاد عبد الله العمر (2003)، مقدمة في تاريخ الاقتصاد الإسلامي و تطوره، 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 الائتمالات واستخداماتها في مجال الاقتصاد والتسيير، وعلى كيفية تطبيقها على البيانات الحقيقية

المعارف المسبقة المطلوبة

المفاهيم الأساسية في الائتمالات والإحصاءات، مشتقات الدوال واسباب التفاضل والتكامل، خصائص الدالة اللوغاريتمية و الأسية تمكن الطالب من مكتسبات مادة الرياضيات و الإحصاء 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 حسابها، التعريف الرياضي للاهتمام)
- ثانياً: خواص الاحتمال.
- ثالثاً: الأحداث المستقلة والاحتمالات الشرطية (الأحداث المستقلة، تعريف الاحتمال الشرطي، قانون الضرب للاهتمامات الشرطية، نظرية الاحتمال الكلي، الاحتمال للأحداث المستقلة، نظرية بايز).
- المتغيرات العشوائية المتقطعة وتوزيعها الاحتمالي:
- أولاً: المتغير العشوائي وأنواعها (تعريف المتغير العشوائي، أنواع المتغير العشوائي)
- ثانياً: التوزيع الاحتمالي للمتغيرة المتقطعة
- ثالثاً: شروط دالة الكثافة للمتغيرة المتقطعة
- رابعاً: التمثيل البياني لدالة الكثافة الاحتمالية لمتقطعة
- خامساً: دالة التوزيع $F(x)$ للمتغيرة العشوائية المتقطعة .
- سادساً: بعض التوزيعات الاحتمالية المتقطعة: (التوزيع المنتظم، توزيع برنولي، التوزيع الثنائي، فكرة عامة عن بقية التوزيعات)
- المتغيرات العشوائية المستمرة وتوزيعها الاحتمالي:
- أولاً: التوزيع الاحتمالي للمتغيرة المستمرة
- ثانياً: خصائص دالة الكثافة الاحتمالية للمتغيرة العشوائية المستمرة
- ثالثاً: دالة التوزيع $F(x)$ للمتغيرة العشوائية المستمرة
- رابعاً: قاعدة لايبنيث Règle de LEIBNITZ
- خامساً: بعض التوزيعات الاحتمالية المستمرة: (التوزيع المنتظم، فكرة عامة حول التوزيع الطبيعي أو توزيع لابلاس قوس، فكرة عامة عن بقية التوزيعات).
- التوقع الرياضي والتباين:
- أولاً: التوقع الرياضي: تعريف التوقع، توقع دالة، خصائص التوقع الرياضي
- ثانياً: التباين والانحراف المعياري (تعريف التباين، خصائص التباين، المتغيرة المعيارية)
- العزوم والدالة المتجددة للعزوم
- أولاً: العزوم
- ثانياً: الدالة المتجددة للعزوم
- نظرية شيبشيف ونظرية الأعداد الكبيرة
- أولاً: متراجحة شيبشيف.
- ثانياً: نظرية الأعداد الكبيرة.

طريقة التقييم: تقييم 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 (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 لمصفوفات في حل جمل معادلات خطية كي تستعمل لاقفا 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 لمصفوفات 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 وناشي 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 فهمها فيما يخص هذا البرنامج بما يخدم الميدان وتمكينها 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 وتشغيلها.
- 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.
(.), WORD, EXCEL, POWER POINT, PEARSON10Véronique Waarion (20 .4

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 [?]ول المبادئ الأساسية [?]ول القانون التجاري و السمو 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 الاخلال 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 ؤلعي "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 أ ؤلكام الشركة طبقا للقانون التجاري الجزائري دار هومة 1999 الجزائر
- أ ؤمد 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 فر ؤلة: الكامل في القانون التجاري الجزائري. دار النشر توزيع ابن خلدون وهران. 2003
- دليل تأسيس الشركات التجارية في القانون التجاري الجزائري. دار هوم ؤ 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 الى 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

يتمكن الطالب من دراسة محتوى مادة محاسبة التسيير لايد أن يكون ملما ب:
محاسبة مالية 1 ومحاسبة مالية 2.

محتوى المادة:

- مدخل إلى محاسبة التسيير
 - مدخل إلى المخزونات وطرق تقييم المخزون (CMUP, FIFO)
 - طريقة التكلفة الكلية حساب 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 علياً أن يكون

ملماً 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: 12emeédition , 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، "لمود السند(2000) مبادئ التسويق الحديث"، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، محمد صالح المؤذن (2002) "مبادئ التسويق"، الطبعة الأولى، عمان-الأردن.
- إياد عبد الفتاح النسور (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 stratégiqueet opérationnel» : du marketing à l'orientation-marché: 7eédition, 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 المقادير 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%)

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.

3. مايكل ابدجمان، الاقتصاد الكلي النظرية والسياسة، ترجمة محمد إبراهيم منصور، دار المريخ، الرياض، 2012.
4. محمد زرقون، أمال رمان، النظرية الاقتصادية الكلية: محاضرات وتمارين، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017.
5. سعيد بربيش، الاقتصاد الكلي: بين النظرية والتطبيق، أعمال موجهة، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، الجزائر، 2007.
6. بشير معطيب، الاقتصاد 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، وليم نوردهاوس، الاقتصاد، 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 لاقترانها 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 كمنهاج علمي 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 لقول 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

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

المراجع:

10. بيتدركر (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 التمهييد التطبيقي للنماذج الاقتصادية النظرية وإعطائها صيغة رياضية.

- التعرف على أهم قوانين التوزيعات الاحتمالية المتقطعة والمستمرة

- إكساب الطالب القدرة على تطبيق التوزيعات الاحتمالية لمعالجة و حل 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: تقيم 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 كبيبي وماهر بدوي " الإحصاء التطبيقي " منشورات جامعة قلم، 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 و الإيداع و تسديد القروض، والتي تعتبر أدوات كمية أساسية للمسيرين لاتخاذ القرارات.

التعرف على الفائدة باختلاف أنواعها وطرق حسابها وخصم و سداد 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, 2^e 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 مر²لة 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 للطلاب معارف بسيطة ²ول 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)، دار الابتكار، 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 ؛ وأيضاً 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 محرركات البحث، برامج الإدارة البيبليوغرافية، معرفة اعداد بطاقة القراءة

محتوى المادة:

- مفاهيم أساسية حول البحث العلمي
- أخلاقيات البحث العلمي والسرقة العلمية
- مناهج البحث العلمي
- مرادفات إعداد البحث العلمي...Zotero, Producteev
- مشكلة البحث وصياغة الفرضيات
- المعاينة والعينات وأساليب القياس
- الاقتباس والتمهيش 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 بو²وش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، 2016
- إ²سان محمد الحسن،(2005) مناهج البحث الاجتماعي، دار وائل للنشر، عمان ، الاردن
- عبد الر²من بدوي، (2002) " مناهج البحث العلمي" دار النهضة العربية، القاهرة.
- عبد الله محمد الشريف،(2006) " مناهج البحث العلمي: دليل الطالب في كتاب² 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 لتطور أنظمة المعلومات وطرق تصميمها
- عموميات تول 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: 12emeédition , 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، مود السند(2000) "مبادئ التسويق الحديث"، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، محمد صالح المؤذن (2002) "مبادئ التسويق"، الطبعة الأولى، عمان-الأردن.
- إياد عبد الفتاح النسور (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 stratégiqueet opérationnel» : du marketing à l'orientation-marché: 7eedition, 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 يميّز بين أدوات السياسة المالية وأدوات السياسة النقدية.

- أن يفهم آليات عمل السياسات الاقتصادية وتأثيرها على الاقتصاد الوطني (المالية والنقدية)

- أن يحلّل أثر المعاملات الخارجية مع باقي العالم على توازن الاقتصاد الوطني ومؤشرات 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 رمان، 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
تلقين الطالب معارف أساسية في تسيير المؤسسة من جهة وتحضيره لمقاييس ومواد لائحة 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، دار زهدي للنشر والتوزيع، الجزائر.
2. عبد الرزاق بن قبيب. (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 لارتباطها بالدراسات الاستطلاعية والمسحية.
- استيعاب المفاهيم الرياضية والإحصائية المتعلقة بالعينة والمجتمع وأهم الخصائص
- فهم أهم النظريات الاحتمالية والرياضية للمعينة ومتاليات 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 الاقتصادية" ترجمة الدكتور فاضل محسن الربيعي، الطبعة الثالثة
الجامعة المستنصرية، 1991.
3. محمد كبيبا وماهر بدوي "الإحصاء التطبيقي" منشورات جامعة بلب، 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 في 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 سني 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 مشروعاً 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 أنشطة الأعمال للمؤسسة الجامعية التابعين لها واستفادتهم من مختلف الدورات

التكوينية والندوات والمحاضرات والورشات التي تخص آلية التتضان 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، المقاولاتية الداخلية)

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

- مراثل تأسيس المشروع المقاوالاتي : صياغة الخطة وقابلية التجسيد (نموذج الأعمال التجاري BMC ، مخطط الأعمال Business Plan) ، عملية التجسيد .
- البيئة الاجتماعية والاقتصادية: هياكل المرافقة والدعم المقاوالاتي في الجزائر(التعريف ، المهام ، الأهمية ، مراثل المرافقة والدعم ، الخ) .
- البيئة الاجتماعية والاقتصادية: هيئات تمويل المشاريع المقاوالاتية في الجزائر
- المؤسسات الناشئة في الجزائر (المفهوم وسياق النشأة، الخصائص، ما يميز المؤسسة الناشئة عن المؤسسة النمطية، متطلبات نجاؤها ومعوقاتهما، عرض تجارب وطنية وعالمية لمؤسسات ناشئة)
- تنمية التوجها المقاوالاتي في الوسط الجامعي (التعليم المقاوالاتي ، هياكل الدعم المقاوالاتي داخل الجامعة : دار المقاوالاتية، قاضنة 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 المقاوالاتي 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 و الأخلاق The morality و أخلاقيات المهنة Business ethics or code of conducts. هذا و سوف 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 و فهم دورها الإيجابي في الحد من ظاهرة الفساد
2. قدرة الطالب على معرفة خفايا ظاهرة الفساد و أضرارها، 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 و وظائف المؤسسة
- أخلاقيات الأعمال و الوظائف الإدارية
- مدخل للفساد الإداري.

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

طريقة التقييم: امتحان نهائي

المراجع:

- عبد الحق أمهد ميميش، 2003، مكافحة الفساد من منظور إسلامي، المؤتمر العربي الدولي لمكافحة الفساد، مركز الدراسات والبحوث، المملكة العربية السعودية
- فرانك سنبيرغ، 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

محتوى المادة:

- *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 المستهلك² ليث تركيز على يركز على دراسة العوامل المؤثرة فيه² مثل دوافع المستهلك وطرق تعلم² وخصائص إدارك²، إضافة إلى إلقاء الضوء على شخصية المستهلك واتجاهات² ودور الجماعات المرجعية والأسرة والعوامل الثقافية والاجتماعية والظروف الموقفية المحيطة به²، وكيفية اتخاذه القرار الشرائي.

وبذلك تهدف هذه المادة في في نهاية تدرسيها 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:

- a. Michael R. Solomon, Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, Pearson Education Limited, 10th edition , Global Edition , (2013)
- b. Wayne D. Hoyer, Deborah J. MacInnis, Rik Pieters, Consumer Behavior, South-Western College Publishing; 6e édition (2012)
- c. Marc filser, le comportement du consommateur, éditions Dalloz, Paris, 1993.
- d. عنابي عيسى، سلوك المستهلك، ج1 وج2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2003.
- e. محمد ابراهيم عبيدات، سوک المستهلك "مدخل استراتيجي"، در وائل لنشر والتوزيع، عمان، الاردن، الطلعة الرابعة، 2004.
- f. 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 إنجاز البحث التسويقي.

المعارف المسبقة المطلوبة

أساسيات التسويق 1 و2

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 وعمليات، إثناء 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، دار وائل للنشر، عمان، الأردن .

4. B.Wrenn, R.Stevens &D.Louden(2002), Marketing research: Text and cases, Haworth Press Inc, New York,US
5. JL.Giannelloni & E.Vernette(2012), Etudes de marché, Vuibert, 3é edition, Paris, France.
6. A.Jolibert & Ph.Jourdan (2011), Marketing Research, 1ère 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 إطار نظرة ومقاربة تكاملية، تهدف إلى خلق التناغم بين كل أشكال الاتصال التسويقي في إطار خطة واضحة ومتكاملة.

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 لحمات 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، الأدوات، وسائل الإعلام الجماهيرية، وكالات الإعلان، التخطيط للحملة الإعلانية)
- 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 الواس، هدى نفاي فصي، الاتصالات التسويقية المتكاملة، نهج استراتيجي سلوكي، دار الاكاديميون للنشر والتوزيع، 2020.
3. عبد الرؤيم شنيبي، الاتصالات التسويقية المتكاملة، من بناء العلامة التجارية إلى قياس العائد الاستثماري، النشر الجامعي الجديد، 2020
4. - عميد الطائي، أمد 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 للخدمات
- 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. ٢٠٠٩. زكي الطائي، بشير العلق، تسويق الخدمات (مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي)، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، 2009
4. زكي المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاتها، 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 و فهمها.

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%)

المراجع:

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 : ?ضوري

أهداف التعليم

تمكين الطالب من تعلم أدوات التحليل الإحصائي متعدد الأبعاد، التي تسمح ل? 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%)

المراجع

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 و²مماية المستهلك

الرصيد: 2

المعامل: 2

نمط التعليم: ²ضوري

أهداف التعليم

- استكشاف المصطلحات الأساسية لقانون ²مماية المستهلك،
- التعرف على قانون ²مماية المستهلك من خلال عقد الاستهلاك و²مماية المستهلك.

المعارف المسبقة المطلوبة: مدخل للقانون- قانون تجاري

محتوى المادة:

المحور الأول:- مفهوم قانون المنافسة و مجال تطبيق².

– النظام القانوني للأسعار في التشريع الجزائري.

– مبادئ المنافسة .

المحور الثاني: قانون ²مماية المستهلك :- مفهوم² و علاقته² بقانون المنافسة .

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

- ضمان المنتج , خدمة مابعد البيع واجهزة الرقابة

- الحماية المدنية و الجزائئية 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, العدد35, مؤرخة في 13 يونيو 2018, ص5).

- بولحية علي، جهاز الرقابة ومهام² في ²مماية المستهلك. المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية

والسياسية، الجزء39-رقم1-2002.

- موالك بخت²، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري. المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية

والسياسية، الجزء37-رقم02-1999.

- عبد المنعم موسى إبراهيم، ²مماية 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:

Marketing Concepts	المحور الأول
Marketing Environment	المحور الثاني
Marketing and Market Orientation	المحور الثالث
(1) Marketing Mix	المحور الرابع
(2) Marketing Mix	المحور الخامس
SWOT Analysis	المحور السادس
Customer behavior	المحور السابع

طريقة التقييم: تقييم مستمر

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 تجعلنا على اطلاع بمسائل ضبط وتنسيق المزيج التسويقي، و إنجاز 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 المسائل العملية داخل المنظمة.

المعارف المسبقة المطلوبة

أساسيات التسويق 1 و 2

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%)

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 » ,7emeédition, 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 الإحصائية المناسبة، وكتابة التقرير التسويقي .

المعارف المسبقة المطلوبة

أساسيات التسويق 1 و 2، الإحصاء الوصفي والتطبيقي

محتوى المادة

المحور الأول تحديد مشكلة البحث وفرضياتها

المحور الثاني الدراسات الكيفية: طرق جمع البيانات وأدواتها

المحور الثالث الدراسات الكمية : تصميم الاستبيان و طرق 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 وإجراءات، إثناء 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، دار وائل للنشر، عمان، الأردن .
4. B.Wrenn, R.Stevens &D.Louden(2002), Marketing research: Text and cases, Haworth Press Inc, New York,US
5. JL.Giannelloni & E.Vernette(2012), Etudes de marché, Vuibert, 3é edition, 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 تلبى الحاجة إلى فهم يتجاوز مجرد مبادئ التسويق التقليدية ، بحيث تساعد في شرح كيفية تصميم استراتيجيات تسويق فعالة وطويلة المدى تلبى 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 و الرقابة 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. ²يث يتعرف على مفهوم التفاوض وأهميته ² واستراتيجيات التفاوض الأكثر شهرة وتقنيات وتكتيكات التفاوض وصولاً إلى تطبيق عملية التفاوض بمرا ²لها، 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 مرا ²ل 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	مرا ² ل 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	اخلاقيات 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. سن محمد وجي، مقدمة في علم التفاوض الإجمالي والسياسي، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت

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

أن يكون الطالب قادراً على دراسة محتوى مادة مشروع التخرج ليسانس يجب عليه أن يكون ملماً بمكتسبات المواد التالية: منهجية، إلقاء، 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 قاضيات الأعمال ويخضع للتقييم من خبراء وفق القرار الوزاري 1275؛
- تنظيم ومشاركة وقيود الطلبة لأيام وورشات 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 تريبس ميداني وإعداد تقرير عملي تحت إشراف أستاذ و مؤطر 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 لؤل إشكالات مطروقة 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 الواجهة 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 الانحدار ونظريات الارتباطات، وايضا التحكم في الحاسوب

اما عن برمجية التحليل الإحصائي SPSS فهي الأخرى لا بد أن يكون الطالب ملم بأساليب التحليل الإحصائي للبيانات بداية بالتحليل الإحصائي 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 الإحصائي 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 الحمي العتيبي و عمر محمد ناصر العشاري، تطبيقات وتحليلات النظام الكمي للأعمال Win QSB، مكتبة الذاكرة – العراق، 2009
2. محفوظ جودة، التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام SPSS ، التحليل الإحصائي 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 برمجة 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

- .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

(٢٢٢٢ إجباري)

٧- سيرة ذاتية مختصرة

لكل شخص من الفرقة البيداغوجية المعنية بالتكوين في التخصص

(التأطير الداخلي والخارجي)

(نسب النموذج المرفق)

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: قدور بن نافلة

تاريخ ومكان الميلاد: 1976 /01/07 ب الشلف

البريد الإلكتروني والهاتف: 00213772460914.k.bennafla@univ-chlef.dz

الرتبة: أستاذ

المؤسسة الأصلية: جامعة الشلف

الشهادات: (التدرج وما بعد التدرج وتاريخ الحصول عليها والتخصص... إلخ)

ليسانس : 1998.

ماجستير: 2001.

دكتوراه : 2008.

الكفاءات البيداغوجية المهنية (المواد المدرسة..... إلخ):

منهجية البحث العلمي .مدخل للتسويق .بحوث التسويق .التسويق الدولي .محاسبة عامة.أنظمة

التوزيع.

سيرة ذاتية مختصرة

الاسم اللقب: شارف ورالدين

تاريخ ومكان الميلاد: 1981/05/22 بالصباحة – الشلف.

البريد الإلكتروني والهاتف: 05 50 27 25 95 / n.charef@univ-chlef.dz

الرتبة: أستاذ

المؤسسة الأصلية: جامعة الشلف

الشهادات:

- شهادة الليسانس في العلوم التجارية تخصص مالية جوان 2003 ، جامعة البليدة .
- شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق ، أكتوبر 2007، جامعة البليدة.
- شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية تخصص تسويق، ديسمبر 2014 ، جامعة الجزائر 3 .
- شهادة التأهيل الجامعي في علوم التسيير تخصص "تسويق"، ديسمبر 2016، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف.
- الترقية الى رتبة أستاذ، الدورة 47، جويلية 2022.

الكفاءات البيداغوجية المهنية (المواد المدرسة.....إلخ):

السنوات	محاضرة/ أعمال موجهة	المستوى والتخصص	المقياس
2011-2008	محاضرة + أعمال موجهة	السنة الثاوية علوم تجارية	الاقتصاد الكلي
2017-2016	محاضرة + أعمال موجهة	السنة الأولى ماستر تسويق	تسويق الخدمات المالية
2015-2009	محاضرة + أعمال موجهة	السنة الثالثة تسويق	دوة منهجية البحث في التسويق
2012-2009	محاضرة + أعمال موجهة	السنة الثالثة تسويق	سياسة الاتصال التسويقي
2011-2009	أعمال تطبيقية	السنة الثالثة تسويق	مشاريع بحوث تسويقية
2016-2014	محاضرة	السنة الأولى ماستر تسويق	تقنيات التسويق المصرفي
2018-2010	محاضرة + أعمال موجهة	السنة الثاوية ماستر تسويق	التجارة الإلكترونية
2016-2010	محاضرة + أعمال موجهة	السنة الثاوية ماستر تسويق	التسويق الصناعي
2018-2010	أعمال موجهة	السنة الثاوية علوم تجارية	التسويق

2023-2016	محاضرة + أعمال موجهة	السنة الأولى ماستر تسويق الخدمات	تسويق الخدمات المالية
2023-2016	محاضرة + أعمال موجهة	السنة الثالثة تسويق الخدمات	التسويق الإلكتروني
2023-2016	محاضرة + أعمال موجهة	السنة الأولى ماستر مالية وتجارة دولية	التجارة الإلكترونية
2023-2018	محاضرة	طلبة دكتوراه العلوم التجارية	التجارة الإلكترونية

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: خديجة بلعيا

تاريخ ومكان الميلاد: 1982/04/17 بـ: وادي الفضة- الشلف

البريد الإلكتروني والهاتف: 00213-553-14-86-03 k.belalia@univ-chlef.dz

الرتبة: أستاذة محاضرة قسم (أ)

المؤسسة الأصلية: كلية العلوم الاقتمادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف - الجزائر

الشهادات: (التدرج وما بعد التدرج وتاريخ الحصول عليها. والتخصص... إلخ)

- شهادة البكالوريا : شعبة علوم الطبيعة والحياة، دورة 2001، ثانوية الثورة بواحي الفضة- الشلف-.
- شهادة الليسانس: في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال، جويلية 2005، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف.
- شهادة الماجستير: في العلوم الاقتمادية تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة، سبتمبر 2008، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف.

• شهادة دكتوراه علوم: في العلوم الاقتمادية، جوان 2018 ، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف.

• شهادة التأهيل الجامعي: جانفي 2020، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف.

الكفاءات البيداغوجية المهنية (المواد المدرسة..... إلخ):

1- التدريس في قسم العلوم التجارية:

إعطاء تطبيقي / اقتصاد كلي / التسويق الدولي / التجارة الإلكترونية / سلوك المستهلك / تسويق الخدمات / تسويق سياحي.

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: علي دحماني

تاريخ ومكان الميلاد: 1970/01/14 الشلف

البريد الإلكتروني والهاتف: 0699138947 a.dahmani@univ-chlef.dz

الرتبة: أستاذ محاضر أ

المؤسسة الأصلية: جامعة الشلف

الشهادات: (التدرج وما بعد التدرج وتاريخ الحصول عليها. والتخصص...إلخ)

الشهادة	تاريخ الحصول عليها	التخصص
التدرج:	////////////////////	////////////////////
1-شهادة الدراسات التطبيقية (DEUA)	أكتوبر 1992	اعلام الي للتسيير
2-الليسانس	جوان 2000	علوم التسيير - إدارة اعمال-
ما بعد التدرج:	////////////////////	////////////////////
1-الماجستير	ماي 2010	تسويق وتجارة دولية
2-دكتوراه	جوان 2016	علوم التسيير
3- التأهيل الجامعي	جوان 2018	علوم التسيير

الكفاءات البيداغوجية المهنية (المواد المدرسة.....إلخ):

1- المواد المدرسة: نظام المعلومات التسويقية، تسويق، سلوك المستهلك، تسويق الكتروني، تسويق

سياحي الكتروني،

2- الإهتمامات العلمية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال،

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: محمد ترقو

تاريخ ومكان الميلاد: 1986/08/03 بسلي-الشلف

البريد الإلكتروني والهاتف: m.tergou@univ-chlef.dz 0662643682

الرتبة: أستاذ محاضر أ

المؤسسة الأصلية: جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف

الشهادات: (التدرج وما بعد التدرج وتاريخ الحصول عليها. والتخصص... إلخ)

- شهادة التأهيل الجامعي، سنة 2018، علوم اقتصادية
- شهادة دكتوراه علوم، سنة 2016، علوم اقتصادية
- شهادة الماجستير، سنة 2012، مالية واقتصاد دولي
- شهادة ليسانس، سنة 2009، مالية
- شهادة البكالوريا، سنة 2005، علوم طبيعة وحياة

الكفاءات الابداعية المهنية (المواد المدرسة..... إلخ):

- نظرية اتخاذ القرار
- تطبيقات أولية في برنامج SPSS
- تطبيقات متقدمة في برنامج SPSS
- إحصاء تطبيقي
- تحليل قواعد البيانات
- تحليل المعطيات

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: منير نوري

تاريخ ومكان الميلاد: 28/03/1969 بالبويرة

البريد الإلكتروني والهاتف: m.nouri@univ-chlef.dz

0772193704

الرتبة: أستاذ التعليم العالي

المؤسسة الأصلية: جامعة الشلف

الشهادات: (التدرج وما بعد التدرج وتاريخ الحصول عليها والتخصص... إلخ)

ليسانس علوم تجارية ومالية تخصص تسيير سنة 1993

ماجستير علوم التسيير 1997

دكتوراه علوم التسيير 2005

الكفاءات الابداعية المهنية (المواد المدرسة..... إلخ):

-دراسات حالات في التسويق السياحي والفندقي

-تسيير المؤسسة

-اقتصاد المؤسسة

-منهجية البحث العلمي

-نظام المعلومات

-الاتصال والتحرير الإداري

-التسويق

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: حمزة مزيان

تاريخ ومكان الميلاد: 1985/09/27 بأولاد فارس، الشلف

البريد الإلكتروني والهاتف: 0671.08.52.25 / h.meziane@univ-chlef.dz

الرتبة: أستاذ محاضر أ

المؤسسة الأصلية: جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف

الشهادات: (التدرج وما بعد التدرج وتاريخ الحصول عليها والتخصص... إلخ)

- ليسانس علوم تجارية تخصص مالية جويلية 2007
- ماجستير علوم تجارية تخصص تسويق وتجارة دولية أفريل 2010
- دكتوراه علوم إقتصادية ماي 2016
- التأهيل الجامعي علوم إقتصادية ماي 2018

الكفاءات البيداغوجية المهنية (المواد المدرسة..... إلخ): تسويق الخدمات، التجارة الدولية، التسويق

الصناعي، إدارة العلاقات مع الزبائن، تسويق سياحي وفندقي، سلوك المستهلك السياحي، التسويق

الإلكتروني السياحي والفندقي، تسيير المؤسسة، إقتصاد المؤسسة، بورصة البضائع، المناولة الصناعية،

إقتصاد كلي، إختيار الاستثمارات

نموذج مختصر للسيرة الذاتية للعضو

الإسم اللقب: مديوني جميلة

تاريخ ومكان الميلاد: 1979/01/24 بالشلف

البريد الإلكتروني والهاتف: 0667417351 / d.mediouni@univ-chlef.dz

الرتبة: أستاذة محاضرة أ

المؤسسة الأصلية: جامعة الشلف

الشهادات: (التدرج وما بعد التدرج وتاريخ الحصول عليها. والتخصص... إلخ)

شهادة ليسانس إدارة الأعمال 2002 جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف

شهادة ماجستير في التسويق 2005 جامعة سعد دحلب بالبلدية

شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية جوان 2016 بجامعة الجزائر 3.

الكفاءات البيداغوجية المهنية (المواد المدروسة..... إلخ):

إدارة علاقات الزبائن، التسويق، سلوك المستهلك، تسويق فندي، مدخل لتسويق الخدمات

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الاسم و اللقب: فاتح مجاهدي

تاريخ و مكان الميلاد: 28 ديسمبر 1979 بعين الدفلة

البريد الالكتروني و الهاتف: fmedjahdi@gmail.com / 0661270857

الرتبة: أستاذ تعليم عالي

المؤسسة الأصلية: جامعة الشلف

الشهادات: (التدرج و ما بعد التدرج و تاريخ الحصول عليها و التخصص...الخ)

ليسانس إدارة الأعمال: جامعة الشلف 2002

ماجستير تسويق: جامعة الإسكندرية -مصر 2007

دكتوراه إدارة الأعمال: جامعة الجزائر 3- 2011

التأهيل الجامعي: جامعة الشلف 2013

الأستاذية: 2018

الكفاءات البيداغوجية المهنية (المواد المدرسة.....الخ):

التسويق - التسويق الدولي

سلوك المستهلك - إدارة أنظمة التوزيع

الإدارة الاستراتيجية للعلامة التجارية

□ نظم المعلومات - منهجية البحث العلمي - دراسة حالات في التسويق - دراسة حالات في إدارة

الأعمال - إدارة الأعمال الدولية.

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: سميرة

تاريخ ومكان الميلاد: 12 / 11 / 1980 بالشلف ولاية الشلف

البريد الإلكتروني والهاتف: s.merkache@univ-chlef.dz / 05 51 75 52 32

الرتبة: أستاذة محاضرة _ أ_

المؤسسة الأصلية: كلية العلوم الاقتصادية , التجارية وعلوم التسيير جامعة الشلف

الشهادات: (التدرج وما بعد التدرج وتاريخ الحصول عليهما، والتخصص... إلخ)

- شهادة البكالوريا شعبة علوم الطبيعة والحياة - دورة جوان 1999 ثانوية العقيد بوقرة حي البدر بالشرفة - الشلف.
- شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية في الإعلام الآلي للتسيير - سنة 2002 بجامعة حسبية بن بوعلي - شلف .
- شهادة في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال - سنة 2004 بجامعة حسبية بن بوعلي - شلف.
- شهادة ماجستير في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال - سنة 2007 بجامعة حسبية بن بوعلي - شلف.
- شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص علوم التسيير - سنة 2017 بجامعة حسبية بن بوعلي - شلف.
- شهادة التأهيل الجامعي في علوم التسيير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة حسبية بن بوعلي شلف في 30-12-2018

- الخبرة المهنية:

- معيدة مؤقتة 2004 إلى غاية 2007/11/11.
- أستاذة مساعدة صنف مترتبة - ب - من 2007/11/12 إلى غاية 2008/08/11.
- أستاذة مساعدة صنف - ب - من 2008/08/12 إلى غاية 2012/06/04.
- أستاذة مساعدة صنف - أ - من 2012/06/05 إلى غاية 2017/02/14.
- أستاذة محاضرة صنف - ب - من 2017/02/15 إلى غاية 2018/12/29.
- أستاذة محاضرة صنف - أ - من 2018/12/30 إلى غاية يومنا هذا.

- الكفاءات البيداغوجية المهنية (المواد المدروسة..... إلخ):

1- الوظائف البيداغوجية والمهنية:

- عضوة في مجلس التأديبي لقسم العلوم التجارية من 2014/12/30 إلى غاية 2016 /02/24.
- عضوة في مجلس التأديبي لقسم العلوم التجارية من 2016/02/25 إلى غاية يومنا هذا.
- مسؤولة فريق الإختصاص " ليسانس - تسويق " بكلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير في قسم العلوم التجارية من 2015/12/31 إلى 2018/12/30.
- مسؤولة فريق الإختصاص " ليسانس - تسويق " بكلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير في قسم العلوم التجارية من 2018/12/31 إلى 2021/12/31.

2- مواد التدريس :

تسويق دولي، بحوث العمليات ، سلوك المستهلك ، الاعلان ، بحوث التسويق ، تسويق الخدمات ، أساليب تقييم المؤسسة ، العلاقات العامة ، مدخل إدارة أعمال ، نظم المعلومات التسويقية ، التسويق الفندقي ، التسويق الصحي

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الاسم اللقب: أسماء سي علي

تاريخ ومكان الميلاد: 05 / 03 / 1983 بتنس

البريد الإلكتروني والهاتف: a.siali@univ-chlef.dz // 0778070226

الرتبة: أستاذ محاضر "أ"

المؤسسة الأصلية: كلية العلوم الاقتصادية , التجارية وعلوم التسيير

الشهادات: (التدرج وما بعد التدرج وتاريخ الحصول عليها. والتخصص... إلخ)

- شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية: تخصص إعلام آلي للتسيير، 2004، جامعة الشلف.
- شهادة الليسانس: في علوم التسيير، تخصص: إدارة أعمال، جويلية 2006، جامعة الشلف.
- شهادة الماجستير: في العلوم التجارية، تخصص: تسويق و تجارة دولية، نوفمبر 2010، جامعة الشلف.
- شهادة الدكتوراه: في العلوم الاقتصادية، أفريل 2017، جامعة [سيبنة بن بوعللي _ الشلف].
- شهادة التأهيل الجامعي: جانفي 2020، جامعة [سيبنة بن بوعللي _ الشلف].

الكفاءات البيداغوجية المهنية (المواد المدرسة..... إلخ):

- تموين التجارة الدولية.
- دراسة السوق.
- الجغرافيا الاقتصادية.
- تسيير التسويق.
- التسويق الدولي.
- إدارة الأعمال الدولية.

نموذج مختصر للسيرة الذاتية

الإسم اللقب: عابد بن قدور

تاريخ ومكان الميلاد: 24 جانفي 1982

البريد الإلكتروني والهاتف: a.benkaddour@univ-chlef.dz 0676406899

الرتبة: أستاذ محاضر قسم "أ"

المؤسسة الأصلية: كلية العلوم الاقتصادية , التجارية وعلوم التسيير جامعة حسيبة بن بوعلي

الشلف

الشهادات:(التدرج وما بعد التدرج وتاريخ الحصول عليها.والتخصص...إلخ)

- شهادة البكالوريا، تخصص علوم طبيعة وحياة، دورة جوان 2000؛
- شهادة الليسانس، تخصص مالية بجامعة سعد دحلب البلدية، دفعة 2005؛
- شهادة الماجستير، تخصص تسويق، بجامعة سعد دحلب البلدية، دفعة 2008.
- شهادة الدكتوراه، تخصص تسويق، بجامعة الجزائر (03)، أكتوبر 2017.

الكفاءات البيداغوجية المهنية (المواد المدرسة.....إلخ):

من المقاييس التي تم تدريسها: تسويق؛ تسويق الخدمات، تسويق صناعي؛ بحوث التسويق؛ تحليل قواعد البيانات؛ التطبيقات المتقدمة على برنامج SPSS؛ إحصاء وصفي؛ منهجية البحث العلمي.

VI- رأي وتأشيرة الهيئات الإدارية والعلمية

عنوان الليسانس : تسويق

رئيس القسم + مسؤول فرقة ميدان التكوين	
التاريخ والمصادقة	التاريخ والمصادقة
عميد الكلية (أو مدير المعهد)	
التاريخ والمصادقة:	
مدير المؤسسة الجامعية	
التاريخ والمصادقة:	

VII - رأي وتأشيرة الندوة الجهوية

(التأشيرة تكون فقط في النسخة النهائية لعرض التكوين المحولة للوزارة)

VIII - رأي وتأشيرة اللجنة البيداغوجية الوطنية للميدان

(التأشيرة تكون فقط في النسخة النهائية لعرض التكوين المحولة للوزارة)