

OFFRE DE FORMATION DE MASTER ACADEMIQUE

Management et stratégies d'entreprise

Responsable de spécialité :

Dr. IZNASNI Ali / MCA [/iznasnali13@gmail.com](mailto:iznasnali13@gmail.com)

1. APERÇU DU PROGRAMME MANAGEMENT ET STRATEGIES DES ENTREPRISES

Le programme de Master en Management et Stratégies des Entreprises à l'École Supérieure de Management de Tlemcen est conçu pour fournir aux étudiants des connaissances approfondies en gestion, économie, et stratégie d'entreprise. Il combine théorie et pratique, avec une approche axée sur l'analyse des défis contemporains du monde des affaires. L'objectif est de former des leaders capables de prendre des décisions stratégiques éclairées et d'adapter les pratiques managériales aux évolutions du marché mondial.

2. POINTS FORTS DU PROGRAMME

Ce programme se distingue par une formation complète et équilibrée, alliant compétences théoriques et pratiques. Il offre une forte dimension internationale avec des modules sur les enjeux globaux de l'entreprise. De plus, les étudiants bénéficient d'opportunités de stage et de collaboration avec des entreprises partenaires, renforçant ainsi leur insertion professionnelle. L'accent est mis sur le développement du leadership et la gestion stratégique d'équipes performantes.

L'objectif de ce parcours consiste à:

- Concepts, méthodes ainsi que les stratégies du management moderne, qui constituent le cœur de cette formation.
- Acquérir les fondamentaux du management des projets, du management d'équipe et du management par les objectifs.
- Coacher les actions quotidiennes des cadres managers et des employés
- Auditer le fonctionnement et la performance des organisations.

3. COURS DE BASE

- Economie & stratégie d'entreprises
- Comportement organisationnel
- Gouvernance d'entreprise
- Management des connaissances
- Finance d'entreprises
- Economie Managériale
- Management des risques
- Management International
- Matériel Management
- Marketing Stratégique

4. SUJETS AVANCES

Les sujets avancés en Master Management et Stratégies des Entreprises incluent des domaines clés pour développer une expertise en gestion contemporaine. Le management stratégique se concentre sur l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies compétitives à long terme. Le brand management examine la gestion de l'image de marque et la création de valeur à travers le marketing et l'identité d'entreprise. L'intelligence artificielle est étudiée pour son rôle dans l'automatisation et l'amélioration des processus décisionnels. Le management de l'innovation se penche sur les processus de création et de gestion des nouvelles idées et technologies. Le management moderne des projets met l'accent sur des méthodes efficaces pour diriger des projets complexes, tandis que le management agile enseigne des approches flexibles et réactives pour la gestion de projets dans un environnement dynamique.

5. PROGRAMME COMPLET

Le programme complet de Master en Management et Stratégies des Entreprises inclut une série de cours fondamentaux suivis de modules spécialisés. Il intègre des projets pratiques, des études de cas, des simulations d'entreprise, et un stage professionnel obligatoire. À la fin du programme, les étudiants réalisent un mémoire de fin d'études sur un sujet de recherche pertinent, leur permettant de démontrer leur capacité à appliquer les concepts appris dans des situations réelles.

Programme MasterManagement et stratégies des entreprises

Secondcycle(4^{ème} années)

Semestre03 :

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coef f	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-16sem	C	TD	TP	Autres			Continu	Examen
UE Fondamentales									
Economie & stratégie d'entreprises	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Comportement organisationnel	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Gouvernance d'entreprise	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
UE Méthodologie									
Management des connaissances	112.5	1.5	1.5		67.5	02	05	X	X
Rapport de stage	90				45	01	04	X	X
UE Découverte									
Rédaction administrative	22.5		1.5		22.5	01	01		
UE Transversales									
Langue étrangère(Anglaisdesaffaires (07)	22.5		1.5			01	01	X	X
Informatique de gestion(07)	22.5			1.5		01	01	X	X
TotalSemestre1	675						30		

Semestre04 :

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-16 sem	C	TD	TP	Autres			Continu	Examen
UE Fondamentales									
Finance d'entreprises	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Economie Managériale	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Management des risques	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
UE Méthodologie									
Communication et système d'information	112.5	1.5	1.5		67.5	02	05	X	X
Management de la relation client	90	1.5	1.5		45	02	04	X	X
UE Découverte									
Entreprenariat	22.5	1.5			22.5	01	01		
UE Transversales									
Langue étrangère (Anglaisdesaffaires08)	22.5		1.5			01	01	X	X
Informatique de gestion(08)	22.5			1.5		01	01	X	X
TotalSemestre1	675						30		

Semestre 05

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-16 sem	C	TD	TP	Autres			Continu	Examen
UE Fondamentales									
ManagementInternational	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Materiel Management	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Marketing Stratégique	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
UE Méthodologie									
Négociation commerciale	112.5	1.5	1.5		67.5	02	05	X	X
Méthodologie derecherche	90	1.5	1.5		45	02	04	X	X
UE Découverte									
Droitdutravail	22.5		1.5		22.5	01	01		
UE Transversales									
Langueétrangère(Anglaisdesaffaires09)	22.5		1.5			01	01	X	X
Informatique de gestion(09)	22.5			1.5		01	01	X	X
TotalSemestre1	675						30		

عروض التكوين في الماستر الاكاديمي إدارة الأعمال و استراتيجيات المؤسسات

ازناسني علي/ استاذ محاضر : **مسؤول التخصص**
iznasnali13@gmail.com

1. نظرة عامة على برنامج تخصص إدارة الأعمال واستراتيجيات المؤسسات

تم إعداد برنامج الماجستير في إدارة الأعمال والاستراتيجيات المؤسسات في مدرسة الإدارة - تلمسان لتكوين الطلاب بصفة معمقة في مختلف مجالات التسيير ، الإدارة و إستراتيجية الأعمال. فهو يجمع بين مفاهيم النظرية و الدراسات التطبيقية، مع إدراج مناهج تركز على شرح و تحليل التحديات المعاصرة في عالم الأعمال. الهدف هو تدريب الطلاب على اكتساب مهارات في اتخاذ قرارات إستراتيجية مستنيرة وتكييف الممارسات الإدارية مع التغيرات السوق العالمية.

2. أبرز نقاط القوة في البرنامج

يتميز هذا البرنامج بتكوين الشامل والمتوازن، حيث يجمع بين المهارات النظرية والعملية. كما يهتم البرنامج بالإبعاد الدولية من خلال وحدات تتناول قضايا الأعمال العالمية. بالإضافة إلى ذلك، يستفيد الطلاب من فرص التدريب ، الاستفادة من المتربصات لدى الشركاء الاقتصاديين المتعاقدين مع المدرسة العليا ، مما يعزز الخبرات المهنية. يركز البرنامج على تطوير القيادة والإدارة الإستراتيجية للفرق من اجل تحقيق و تحصيل الأداء العالي.

الأهداف المسطرة من هذا برنامج التكوين :

- يشكل عرض و شرح المفاهيم ، الأساليب واستراتيجيات الإدارة الحديثة جوهر هذا التكوين .

- اكتساب القدرة على اتخاذ القرارات الإستراتيجية، التحكم في أساسيات إدارة المشاريع ، إدارة الفرق والإدارة بالأهداف.
- تدريب الطلاب على المقاولاتية و الإجراءات اليومية في الإدارة الرشيدة.
- مراجعة عمل وأداء المنظمات في ظل الرهانات المعاصرة .

3. الدورة الأساسية

- الاقتصاد وإستراتيجية الأعمال
- السلوك التنظيمي المنشآت
- حوكمة الشركات
- إدارة المعرفة
- تمويل الشركات
- الاقتصاد الإداري
- إدارة المخاطر
- الإدارة الدولية
- إدارة المواد
- التسويق الاستراتيجي

4. المواضيع المتقدمة- المعاصرة

- تتضمن المواضيع المتقدمة في ماستير إدارة الأعمال والإستراتيجية المؤسسات مجالات رئيسية لتطوير الخبرة في الإدارة المعاصرة :
- تركيز الإدارة الإستراتيجية على تطوير وتنفيذ استراتيجيات تنافسية طويلة الأمد.
 - تدرس إدارة العلامة التجارية إدارة صورة العلامة التجارية وخلق القيمة من خلال التسويق والهوية المؤسسية.
 - يتم إدراج دراسة الذكاء الاصطناعي لتكوين في تحسين عمليات صنع القرار.
 - تهتم إدارة الابتكار بعمليات إنشاء، إدارة الأفكار والتقنيات الجديدة.

- تؤكد إدارة المشاريع الحديثة على الأساليب الفعالة لقيادة المشاريع المعقدة، في حين تعلم الإدارة الرشيقة و الأساليب المرنة لإدارة المشاريع في بيئة ديناميكية على الرفع من فعالية الموارد المتاحة.

5. البرنامج الكامل

يتضمن برنامج الماجستير في إدارة الأعمال و الإستراتيجية المؤسسات سلسلة من الدورات التكوينية الأساسية تليها وحدات متخصصة. ويتضمن البرنامج مشاريع عملية ودراسة الحالة ومحاكاة أعمال وتدريباً مهنيًا إلزاميًا. في نهاية البرنامج، يقوم الطلبة بإعداد مذكرة تخرج أو مشروع ضمن قرار الوزاري 1275 . مما يسمح لهم بإظهار قدرتهم على تطبيق المفاهيم التي تعلموها في مواقف الحياة الواقعية.

برنامج الماجستير في إدارة الأعمال والاستراتيجيات الدورة الثانية (السنة الرابعة)

الفصل الدراسي 3

وحدات التدريس	عدد الأسابيع	الحجم الساعي الأسبوعي				المعالم	Crédit	طريقة التقييم	
	14-16 أسبوع	محا ضرة	اعمال موجهة	أعمال تطبيقية	أعمال أخرى			التقييم المستمر	الامتحان
الوحدات الأساسية									
الاقتصاد وإستراتيجية الأعمال	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
السلوك التنظيمي	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
حوكمة الشركات	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
الوحدات المنهجية									
إدارة المعرفة	112.5	1.5	1.5		67.5	02	05	X	X
تقرير التريص	90				45	01	04	X	X
الوحدات الاستكشافية									
الكتابة الإدارية	22.5	1.5	1.5		22.5	01	01	X	X
الوحدات الأفقية									
اللغة الأجنبية (الإنجليزية التجارية) (07)	22.5	1.5				01	01	X	X
الاعلام الآلي للتسيير (07)	22.5			1.5		01	01	x	x

المجموع الفصل الدراسي الأول	675						30		
--------------------------------	-----	--	--	--	--	--	----	--	--

\

الفصل الدراسي 4

وحدات التدريس	عدد الأسابيع	الحجم الساعي الأسبوعي				المعادل	Crédit	طريقة التقييم	
	14-16 أسبوع	محا ضرة	أعمال موجهة	أعمال تطبيقية	أعمال أخرى			الامتحان	التقييم المستمر
الوحدات الأساسية									
مالية المؤسسات	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
الاقتصاد الإداري	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
إدارة المخاطر	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
الوحدات المنهجية									
نظم الاتصالات والمعلومات	112.5	1.5	1.5		67.5	02	05	X	X
إدارة علاقات العملاء	90				45	01	04	X	X
الوحدات الاستكشافية									
المقاولاتية	22.5	1.5	1.5		22.5	01	01	X	X
الوحدات الأفقية									
اللغة الأجنبية (الإنجليزية التجارية) (08	22.5	1.5				01	01	X	X
الاعلام الآلي للتسيير) (08	22.5			1.5		01	01	x	x
المجموع الفصل الدراسي الأول	675						30		

الفصل الدراسي 5

وحدات التدريس	عدد الأسابيع	الحجم الساعي الأسبوعي				المعامل	Crédit	طريقة التقييم	
	-14 16 أسبوع	محا ضرة	أعمال موجهة	أعمال تطبيقية	أعمال أخرى			الامتحان	التقييم المستمر
الوحدات الأساسية									
الإدارة الدولية	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
إدارة المواد	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
التسويق الاستراتيجي	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
الوحدات المنهجية									
المفاوضات التجارية	112.5	1.5	1.5		67.5	02	05	X	X
منهجية البحث	90				45	01	04	X	X
الوحدات الاستكشافية									
قانون العمل	22.5	1.5	1.5		22.5	01	01	X	X
الوحدات الأفقية									
اللغة الأجنبية (الإنجليزية التجارية) (09	22.5	1.5				01	01	X	X
الاعلام الآلي للتسيير) (09	22.5			1.5		01	01	X	X
المجموع الفصل الدراسي الأول	675						30		

TRAINING OFFER

Management and business strategies

Specialty manager :.

Dr. IZNASNI Ali / MCA /iznasniali13@gmail.com

2. OVERVIEW OF THE BUSINESS MANAGEMENT AND STRATEGY PROGRAM

The Master's program in Business Management and Strategy at the Tlemcen School of Management is designed to provide students with in-depth knowledge in management, economics, and business strategy. It combines theory and practice, with an approach focused on analyzing contemporary business challenges. The goal is to develop leaders capable of making informed strategic decisions and adapting managerial practices to changes in the global market.

3. PROGRAM HIGHLIGHTS

This program is distinguished by its comprehensive and balanced training, combining theoretical and practical skills. It offers a strong international dimension with modules on global business challenges. In addition, students benefit from internship and collaboration opportunities with partner companies, thus strengthening their professional integration. Emphasis is placed on leadership development and the strategic management of high-performing teams.

The objective of this program is to:

- Acquire the fundamentals of project management, team management, and management by objectives.
- The concepts, methods, and strategies of modern management, which form the core of this training.
- Coach the daily actions of executive managers and employees.
- Audit the operations and performance of organizations.

4. BASIC COURSES

- Business Economics & Strategy
- Organizational Behavior
- Corporate Governance
- Knowledge Management
- Corporate Finance
- Managerial Economics
- Risk Management

- International Management
- Materials Management
- Strategic Marketing

5. ADVANCED TOPICS

The advanced topics in the Master's in Business Management and Strategy include key areas for developing expertise in contemporary management. Strategic management focuses on the development and implementation of long-term competitive strategies. Brand management examines brand image management and value creation through marketing and corporate identity. Artificial intelligence is studied for its role in automating and improving decision-making processes. Innovation management examines the processes of creating and managing new ideas and technologies. Modern project management emphasizes effective methods for leading complex projects, while agile management teaches flexible and responsive approaches to project management in a dynamic environment.

6. COMPLETE PROGRAM

The complete Master's program in Business Management and Strategy includes a series of core courses followed by specialized modules. It incorporates practical projects, case studies, business simulations, and a mandatory professional internship. At the end of the program, students complete a dissertation or thesis on a relevant research topic, allowing them to demonstrate their ability to apply the concepts learned in real-life situations.

Master's Program in Business Management and Strategy

Second Cycle (4th year)

Semester03 :

Teaching Unit	VHS	V.Weekly				Coe ff	Credi ts	Assessment method	
	14- 16 wee ks	C	Tutori als	Practic al work	Othe rs			Continuo us	Exa m
Fundamental Teaching Units									
Economics & Business Strategy	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Organizational Behavior	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Corporate Governance	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Methodology Teaching Unit									
Knowledge Management	112.5	1.5	1.5		67.5	02	05	X	X
Internship Report	90				45	01	04	X	X
Discovery Teaching Unit									
Administrative Writing	22.5		1.5		22.5	01	01		
Cross-Curricular Teaching Units									
Foreign Language (Business English (07))	22.5		1.5			01	01	X	X
Computer Science for Management (07)	22.5			1.5		01	01	X	X
Total Semester 1	675						30		

Semester04 :

Assessment method		Credits	Coeff	V. Weekly				VHS	Teaching Unit
Exam	Continuous			Others	Practical work	Tutorials	C	14-16 weeks	
									Fundamental Teaching Units
X	X	06	02	90		1.5	1.5	135	Corporate Finance
X	X	06	02	90		1.5	1.5	135	Managerial Economics
X	X	06	02	90		1.5	1.5	135	Risk Management
									Methodology Teaching Unit
X	X	05	02	67.5		1.5	1.5	112.5	Communication and Information Systems
X	X	04	02	45		1.5	1.5	90	Customer Relationship Management
									Discovery Teaching Unit
		01	01	22.5			1.5	22.5	Entrepreneurship
									Cross-Curricular Teaching Units

X	X	01	01			1.5		22.5	Foreign Language (Business English 08)
X	X	01	01		1.5			22.5	Computer Science for Management (08)
		30						675	Total Semester 1

Semester 05

Teaching Unit	VHS	V.Weekly				Coeff	Credits	Assessment method	
	14-16 weeks	C	Tutorials	Practical work	Others			Continuou us	Exam
Fundamental Teaching Units									
International Management	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Management Materials	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Strategic Marketing	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Methodology Teaching Unit									
Commercial Negotiation	112.5	1.5	1.5		67.5	02	05	X	X
Research Methodology	90	1.5	1.5		45	02	04	X	X
Discovery Teaching Unit									
Labor Law	22.5		1.5		22.5	01	01		
Cross-Curricular Teaching Units									
Foreign Language (Business English 09)	22.5		1.5			01	01	X	X
Computer Science for Management (09)	22.5			1.5		01	01	X	X
Total Semester 1	675						30		