

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : الأساسية

المادة:ريادة الأعمال 2

الرصيد:05

المعامل:02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

يهدف هذا المقياس إلى تمكين الطالب من امتلاك عقلية مقاولاتية، و القدرة على فهم و حل المشاكل بطريقة إبداعية. بالإضافة إلى طرق إنشاء مؤسسة و اختراق السوق.

المعارف المسبقة المطلوبة

الثقافة المقاولاتية، الفكر المقاولاتي، خصائص المقاول، أشكال المقاولاتية. أساسيات في إدارة الأعمال، تسيير المؤسسات و بحوث التسويق.

محتوى المادة:

- الإطار المفاهيمي لريادة الأعمال

- رائد الأعمال

- مراحل إنشاء مؤسسة

- مخطط الأعمال

- نموذج أعمال تجاري BMC

- أجهزة الدعم والمرافقة في الجزائر

- قضايا متقدمة في ريادة الأعمال

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

المراجع:

- أحمد بن عبد الرحمان الشميمري، (2019)، ريادة الأعمال، دار العبيكان للنشر والتوزيع، الرياض.

- فايز جمعة ناصح النجار، (2010)، عبد الستار محمد العلي، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، دار

حامد للنشر والتوزيع، الأردن.

- Casson, M., & Buckley, P. J. (2010). Entrepreneurship. Edward Elgar Publishing.
- Faulk, M. R. (2008). Entrepreneurship education. New England Journal of Entrepreneurship, 11(1), 7.
- Hjorth, D., & Steyaert, C. (2004). Narrative and discursive approaches in entrepreneurship: A second movements in entrepreneurship book. University of Illinois at Urbana-Champaign's academy for entrepreneurial leadership historical research reference in entrepreneurship.
- Hjorth, D., & Steyaert, C. (Eds.). (2010). The politics and aesthetics of entrepreneurship: A fourth movements in entrepreneurship book. Edward Elgar Publishing.
- Steyaert, C., & Hjorth, D. (Eds.). (2008). Entrepreneurship as social change: A third new movements in entrepreneurship book (Vol. 3). Edward Elgar Publishing.

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : الأساسية

المادة: تقنيات التسيير 1

الرصيد:05

المعامل:02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

معرفة الأدوات المستعملة للتنبؤ و كيفية العمل بها، هذه الأدوات مهمة جدا بالنسبة للمقاول لأن نجاح المشروع يعتمد بالدرجة الأولى على حسن التنبؤ

المعارف المسبقة المطلوبة

تسيير و اقتصاد المؤسسة، رياضيات، إحصاء

محتوى المادة:

01. تقنيات التنبؤ: التعديلات الخطية

02. تقنيات التنبؤ الأخرى

03. إدارة الإمداد والمخزون

04. تقنيات الجدولة

05. البرمجة الخطية

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

المراجع:

- Monfort, A., Gourieroux, C. (1997). Time series and dynamic models. United Kingdom: Cambridge University Press.
- Programmation linéaire e.... (n.d.). (n.p.): Editions OPHRYS.
- Fiat, O. (2007). Utilisation et développement de la méthode du Simplexe: nouvelles procédures d'optimisation de la démarche expérimentale. France: (n.p.).

- Maurras, J. F. (2002). *Programmation Linéaire, Complexité: Séparation et Optimisation*. Germany: Springer.
- *Monthly Bulletin of Statistics, November 2018 / Bulletin mensuel de statistique, novembre 2018*. (2019). United Kingdom: United Nations.
- *Monthly Bulletin of Statistics, October 2019/Bulletin mensuel de statistique, octobre 2019*. (2020). (n.p.): United Nations.
- *Monthly Bulletin of Statistics, August 2020/Bulletin mensuel de statistique, août 2020*. (2020). (n.p.): United Nations.

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : الأساسية

المادة :إدارة الموارد البشرية

الرصيد:04

المعامل:02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تهدف هذه المادة إلى معرفة مختلف المفاهيم المتعلقة بإدارة الموارد البشرية، وظائفها الأساسية، وأهم العناصر المكونة لها وكيفية إدارتها. وذلك من خلال إكساب الطالب ما يلي:

- مهارات علمية تتمثل في مختلف المعارف المكتسبة في مجال الموارد البشرية؛
- مهارات ذهنية تتمثل في القدرة على اتخاذ القرارات المتعلقة بالموارد البشرية؛
- مهارات فنية تتمثل في قدرة الطالب على تسيير مختلف وظائف ادارة الموارد البشرية في المؤسسات.

محتوى المادة:

- المحور الأول: مدخل مفاهيمي لإدارة الموارد البشرية: مفهومها، تطورها التاريخي
 - المحور الثاني: تخطيط الموارد البشرية
 - المحور الثالث: تحليل وتصميم الوظائف
 - المحور الرابع: توظيف الموارد البشرية
 - المحور الخامس: نظام الأجور والحوافز
 - المحور السادس: التكوين (التدريب)
 - المحور السابع: إدارة المسار الوظيفي
 - المحور الثامن: تقييم أداء الموارد البشرية
 - المحور التاسع: وظائف التكامل والصيانة
 - المحور العاشر: إدارة الموارد البشرية والتحديات المستقبلية
- طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس(60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- أحمد ماهر، (2004)، ادارة الموارد البشرية، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع.
- راوية حسن، (2004)، إدارة الموارد البشرية " رؤية مستقبلية" ، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع.

- سهيلة محمد عباس، (2003)، ادارة الموارد البشرية: مدخل استراتيجي، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- علي السلمي، (1998)، ادارة الموارد البشرية، مكتبة الادارة الجديدة، القاهرة.
- عمر وصفي عقيلي، (2005)، ادارة الموارد البشرية المعاصرة بعد استراتيجي، دار وائل للنشر والتوزيع عمان، الأردن.
- Dessler, G. (2011). Human resource management twelfth edition. Pearson International Edition.
- Peretti, J. M. (2020). Gestion des ressources humaines. Vuibert.

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : الأساسية

المادة : استراتيجية المؤسسة

الرصيد:04

المعامل:02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

استكشاف سيرورة تصميم الإستراتيجية والتعرف على سيرورة تنفيذ الإستراتيجية والرقابة، من خلال:

- التحكم في المفاهيم الأساسية المتعلقة بمقياس الادارة الاستراتيجية
- التحكم في مهارات التحليل البيئي الخارجي و الداخلي
- اكتساب مهارات صياغة البدائل الإستراتيجية للمؤسسة ككل و وحدات الأعمال الإستراتيجية

المعارف المسبقة المطلوبة:

يجب أن يكون الطالب ملما بالمعارف المرتبطة بالمقاييس التالية: تسيير المؤسسة، اقتصاد المؤسسة، التسويق، مدخل لإدارة الأعمال.

محتوى المادة:

- المحور الأول: مقدمة : تطور الفكر الإستراتيجي
 - المحور الثاني: تحديد عناصر الاتجاه الإستراتيجي
 - المحور الثالث: تحليل البيئة الخارجية
 - المحور الرابع: تحليل البيئة الداخلية
 - المحور الخامس: الخيارات الإستراتيجية على مستوى المؤسسة ككل
 - المحور السادس: الخيارات الإستراتيجية على مستوى وحدات الأعمال الإستراتيجية
 - المحور السابع: الخيارات الإستراتيجية على المستوى الوظيفي
 - المحور السابع: تنفيذ الإستراتيجية
 - المحور الثامن: الرقابة الإستراتيجية
- طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس(60%) والأعمال الموجهة (40%)
- المراجع:

- أحمد القطامين، (2002)، الإدارة الاستراتيجية "مفاهيم وحالات تطبيقية"، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان.
- شارلز هل وجاريت جونر، (1998)، الإدارة الاستراتيجية "مدخل متكامل"، ترجمة ومراجعة رفاعي محمد رفاعي ومحمد سيد أحمد عبد المتعال، دار المريح للنشر والتوزيع، الرياض.
- Abate René *et al.* (2009). Le Grand Livre de la Stratégie. Éditions d'organisation.
- Dumoulin R. *et al.* (2010). La Stratégie de A à Z : 350 mots pour comprendre. Dunod.
- Helfer, J. P., Kalika, M., & Orsoni, J. (2019). Stratégie: Le manuel du management stratégique. Vuibert.
- Henry, A. (2021). Understanding strategic management. Oxford University Press.
- Johnson, G., Scholes, K., & Fréry, F. (2000). Stratégique. Publi-Union.
- Laurence Lehmann- Ortega *et al.* (2005). Strategor : Politique générale de l'entreprise, 4ème édition, Edit. Dunod.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. B. (2020). Strategy safari. Pearson UK.
- Saloner, G., Shepard, A., & Podolny, J. (2005). Strategic management. John Wiley & Sons.

السداسي: الخامس
وحدة التعليم : المنهجية
المادة : إدارة الإبداع والابتكار
الرصيد:05
المعامل:02
نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

تعلم وفهم الأساسيات النظرية والبحث عن النتائج المرتبطة بالابتكار والابداع، من خلال التعرف على مختلف المهارات، المصادر والمتطلبات اللازمة من أجل توفير بيئة عمل تشجع وتحفز على النشاط الابداعي والابتكاري في المنظمة وإدارته، وهذا ما يساعد على:

- غرس وتحسين قدرة طالب إدارة أعمال على الابداع والتفكير الابتكاري؛
- تحسين قدرة الطالب على التفكير وكسب مهارات القيادة الابتكارية ؛
- محاولة تعزيز فعالية نماذج ومناهج إستراتيجية مختلف أشكال الابتكارات ؛
- تعلم عملية والية البحث والتطوير على المنتجات الجديدة والمتطورة؛
- تعزيز قدرة الطالب على تنظيم وتطبيق إستراتيجية الابداع؛
- غرس قدرة الطالب على تحليل والتعلم من مختلف تجارب الابداعات الناجحة والفاشلة.

المعارف المسبقة المطلوبة :

مدخل إدارة أعمال، اقتصاد مؤسسة، إدارة المعرفة، إدارة التغيير، القيادة الادارية.

محتوى المادة

- المحور الأول: مدخل لادارة الابداع و الابتكار
- المحور الثاني: مفاهيم حديثة لادارة الابداع والابتكار
- المحور الثالث: محددات ومصادر الابداع والابتكار
- المحور الرابع: نماذج الابداع في المنظمة
- المحور الخامس: طرق اكتشاف الافكار الجديدة
- المحور السادس: الابداع التنظيمي
- المحور السابع: الابداع التكنولوجي
- المحور الثامن: الابداع التسويقي
- المحور التاسع: الهيكل التنظيمي و الابتكار
- المحور العاشر: الابداع والابتكار والميزة التنافسية

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

- نجم عبود نجم، (2003)، إدارة الإبتكار المفاهيم والتجارب الحديثة، دار وائل للنشر ، الأردن
- Dodgson, M. (2017). Innovation management: a research overview.
 - Dodgson, M., Gann, D. M., & Phillips, N. (Eds.). (2013). The Oxford handbook of innovation management. OUP Oxford.
 - Goller, I., & Bessant, J. (2017). Creativity for innovation management. Taylor & Francis.
 - Kettunen, J., Ilomäki, S. K., & Kalliokoski, P. (2008). Making sense of innovation management. TeknologiainfoTeknova oy.
 - Shane, S. (Ed.). (2009). The handbook of technology and innovation management. John Wiley & Sons.
 - Verloop, J., & Wissema, J. G. (2004). Insight in innovation: managing innovation by understanding the laws of innovation. Elsevier.

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : منهجية

المادة : تقنيات الاستقصاء

الرصيد:4

المعامل:2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم :

الهدف من هذا المقياس عموما هو التمكن من إعداد الاستبيان والتحكم في المسائل الكمية المتعلقة بالدراسة الاستقصائية، وعند الانتهاء من دراسة المادة بنجاح، سيتمكن الطالب من:

- اختيار نوع العينة المناسبة للدراسة
 - تحديد حجم العينة المناسب للدراسة الاستقصائية
 - انشاء استبيان الدراسة
 - تحليل الاستبيان احصائيا
- المعارف المسبقة المطلوبة: يجب أن يكون الطالب ملما بالمعارف المرتبطة بالمقاييس التالية: منهجية البحث العلمي، الاحصاء، تقنيات التنبؤ.

محتوى المادة:

- المحور الأول: مفاهيم أساسية لتقنية الاستقصاء
- المحور الثاني: الاستبيان
- المحور الثالث: أنواع المقاييس في الاستبيان
- المحور الرابع: مشاكل المعاينة والتقدير
- المحور الخامس: المعاينة العشوائية
- المحور السادس: المعاينة غير العشوائية
- المحور السابع: تحليل البيانات إحصائيا
- المحور الثامن: تنفيذ التقرير الإحصائي

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

المراجع:

- أوما سيكاران، (2006)، طرق البحث في الإدارة، مدخل لبناء المهارات البحثية، تعريب: اسماعيل علي بسيوني، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية.
- جوني دانييل، (2015). أساسيات إختيار العينة في البحوث العلمية، مبادئ توجيهية عملية لإجراء اختيارات العينة البحثية، ترجمة وتحقيق: طارق عطية عبد الرحمن، معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية.
- عامر قنديلجي، إيمان السامرائي، (2009)، البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- مطلق حسين علوان، (2009)، جمع البيانات وطرق المعاينة، مكتبة العبيكان، السعودية.
- Lehtonen, R., & Pahkinen, E. (2004). Practical methods for design and analysis of complex surveys. John Wiley & Sons.
- Mathers, N. J., Fox, N. J., & Hunn, A. (1998). Surveys and questionnaires (Vol. 1998). NHS Executive, Trent.

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : استكشافية

المادة : قانون الشركات والمؤسسات الناشئة

الرصيد: 02

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

التعرف على مختلف القوانين والمراسيم المتعلقة بالمؤسسات الناشئة.

المعارف المسبقة المطلوبة :

قانون الأعمال والقانون التجاري. المؤسسات الناشئة وخصائصها.

محتوى المادة:

1. الاطار المفاهيمي للمؤسسات الناشئة

1.1 تعريف المؤسسة الناشئة

2.1 خصائص المؤسسات الناشئة

2. الاطار القانوني للمؤسسات الناشئة

1.2 النصوص القانونية المنظمة للمؤسسات الناشئة

1.1.2 المرسوم التنفيذي رقم 20-254

2.1.2 المرسوم التنفيذي رقم 20-54

3.1.2 المرسوم التنفيذي رقم 20 – 55

2.2 النصوص القانونية المنظمة لهيئات الدعم و المرافقة للمؤسسات الناشئة

1.2.2 المرسوم التنفيذي رقم 20 – 356

2.2.2 المرسوم التنفيذي رقم 16 - 205

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

الموجهة (40%)

- Despax, M. (1956). L'entreprise et le droit. Toulouse: L.G.D.J, Paris.
- Dominique, M.-A. (2006). Droit des marchés financiers. Paris: Gualino.
- Georges, R., & Roblot, R. (1998). Traite de droit commercial, T1. Paris: L.G.D.J.
- Guyon, Y. (1990). Droit des affaires, droit général et sociétés, T1. Paris: Economica.
- Jeantin, M. (1994). Droit des sociétés (3rd ed.). Paris: Dalloz.
- Merle, Ph. (1996). Droit commercial; Sociétés commerciales (5th ed.). Paris: Dalloz.
- Paillusseau, J. (1967). De société Anonyme technique d'organisation de l'entreprise. Paris: Sioy.
- Parleani, U. (1993). Les limites chronologiques a responsabilité pénale des personnes morales. R.S. N°2, 240.
- Petit, B. (2008). Droit des sociétés (4th ed.). Paris: Litec, p. 29.
- Picon, O. (2000). La bourse, ces mécanismes gères son portefeuille, réussir ses placements (14th ed.). Paris: Dalloz.

السداسي: الخامس
وحدة التعليم : افقية
المادة : لغة أجنبية متخصصة 1
الرصيد: 01
المعامل: 01
نمط التعليم: حضوري وعن بعد

أهداف التعليم

- Understand and analyze 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, S3 and S4. They should have developed a strong understanding of the basic concepts related to their fields of expertise, namely; Business, Economics, Management, and Finance as well as improved their verbal communication skills.

محتوى المادة:

- Business Environment
- Principles of Managerial Accounting
- Leadership and Professional Development
- Management Skills
- Project Management
- Human Resources Management

- Information Technology Management
- Management Control

طريقة التقييم: تقييم مستمر (100%)

المراجع:

- A. Littlejohn. (2008). Professional English Company to Company: A Task-based Approach to business emails, letters, and faxes. Cambridge University Press, 4th Edition.
- Business, I. (2006). Intelligent Business Coursebook: Intermediate Business English. Pearson Longman.
- D. Baker and R. Clark. (2011). Oxford English for Careers: Finance. Oxford University Press.
- Ian Mackenzie. (2008). English for the Financial Sector. Cambridge University Press.
- Ian Mackenzie. (2010). English for Business Studies: A Course for Business Studies and Economic Studies. Cambridge University Press, 3rd Edition.
- J. Schofield and A. Osborn. (2011). Collins English for Business: Speaking. Harper Collins Publishers.
- Simon Sweeney. (2019). English for Business Communication. Cambridge University Press.
- Simon Sweeney. (2002). Professional English: Management. Pearson Longman.

السداسي: السادس
وحدة التعليم : الأساسية
المادة : إدارة الأعمال
الرصيد:05
المعامل:02
نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

- تكوين الطالب في أسس الإدارة والقيادة وإدارة الموارد البشرية والاتصال .
- المعارف المسبقة المطلوبة
- تسيير المؤسسات و مقاولاتية.

محتوى المادة :

- المدير
- العملية الادارية (التخطيط، التنظيم، التوجيه، الرقابة)؛
- القيادة
- الاتصال
- إدارة فرق العمل
- تقييم الأداء

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

المراجع :

- Daft, R. L. (2018). Management (13th ed.). Cengage Learning.
- Drucker, P. F. (2004). The Essential Drucker: The Best of Sixty Years of Peter Drucker's Essential Writings on Management. HarperCollins.
- Drucker, P. F. (2008). The Practice of Management. HarperCollins.
- Fayol, H. (1949). General and Industrial Management. Pitman Publishing.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. V. (2017). Management: A Global and Entrepreneurial Perspective (15th ed.). McGraw-Hill Education.
- Mintzberg, H. (1973). The Nature of Managerial Work. Harper & Row.

- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2009). *Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management* (2nd ed.). Free Press.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Robbins, S. P., Coulter, M., & DeCenzo, D. A. (2017). *Fundamentals of Management* (10th ed.). Pearson.
- Stoner, J. A. F., Freeman, R. E., & Gilbert, D. R. (2015). *Management* (6th ed.). Pearson.

السداسي: السادس
وحدة التعليم : الأساسية
المادة : تقنيات التسيير 2
الرصيد:05
المعامل:02
نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

إتقان تقنيات الإدارة والأدوات والأساليب الحالية للإدارة والتوجيه والتحكم.
المعارف المسبقة المطلوبة
تقنيات التسيير 1 ، الإحصاء ، الرياضيات.
محتوى المادة :

01. تقنيات حساب التكلفة
02. التكلفة المتغيرة ونقطة التعادل
03. اختيار الاستثمارات
04. تسيير الميزانية
05. لوحة القيادة وبطاقة الأداء المتوازن

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

المراجع :

- Djuatio, E. (2004). Management des projets: Techniques d'évaluation, analyse, choix et planification. Editions L'Harmattan.
- Melyon, G. (2004). Comptabilité analytique: principes, coûts réels constatés, coûts préétablis, analyse des écarts. Bréal.
- Milkoff, R., & Jacquot, T. (2007). Comptabilité de gestion: analyse et maîtrise des coûts. Pearson Education France.
- Paré, G. (1982). Méthodologie pour déterminer le seuil de rentabilité d'une érablière exploitée pour la sève. Service de la recherche (terres et forêts), Ministère de l'énergie et des ressources.

- Quatrebarbes, A. d., Sanna, A., & 50minutes. (2015). Le tableau de bord prospectif. LePetitLittéraire.
- Veillette, P., Senécal, J., Sakaitis, M., & Brien, R. (2017). Analyse financière et gestion budgétaire. Chenelièreéducation.

السداسي: السادس
وحدة التعليم : الأساسية
المادة : إدارة العمليات
الرصيد:04
المعامل:02
نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

التعرف على كيفية ترجمة القرارات الإستراتيجية طويلة المدى إلى عمليات قصيرة المدى والأهداف إلى أهداف يومية قابلة للبرمجة.

المعارف المسبقة المطلوبة

إدارة الأعمال، الاقتصاد الجزئي ، اللوجستيك

محتوى المادة :

- إدارة العملية، إدارة المشروع
- إدارة التكنولوجيا
- الجودة
- اللوجستيك
- التنبؤ
- إدارة المخزون
- تخطيط الموارد
- الأنظمة اللينة
- إدارة سلسلة التوريد
- دراسة حالات

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

المراجع :

- Bulletin officiel, concurrence, consommation, répression des fraudes. (1995). Impr. des journaux officiels.
- Descours, B., & Blondy, M. (2020). Logistique et transports internationaux: les fondamentaux. le Génie éditeur.

- Gagnon, J., & Bergeron, F. (1995). Impact des stratégies d'affaires et de la gestion des technologies de l'information sur la performance financière des entreprises. Université Laval, Direction de la recherche, Faculté des sciences de l'administration.
- Gillot, J. (2007). La gestion des processus métiers. Jean-Noël Gillot.
- Krajewski, L. J., Ritzman, L. P., Renart, J., & Townley, C. (2010). Management des opérations: principes et applications. Pearson Education.
- Nehme, J., VanDelft, C., Kerbache, L., Baglin, G., & Bruel, O. (2013). Management industriel et logistique: concevoir et piloter la Supply Chain. Economica.
- Pereira, J. (1995). Critères de flexibilité dans les systèmes de production: analyse et évaluation par simulation. (n.p.).
- TREYER, J. (2012). Gestion de portefeuille de projets: au service de la compétitivité (Coll. management et informatique). Lavoisier.

السداسي: السادس
وحدة التعليم : الأساسية
المادة : إدارة وتقييم المشاريع
الرصيد:04
المعامل:02
نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

الهدف العام من هذه المادة التعليمية يمكن اختصاره واستعراضه في تعليم الطالب المتخصص في إدارة الأعمال كيفية خلق مشاريع خاصة به بدلا من التوجه والاعتماد التام على الوظيفة وذلك من خلال توضيح الصورة العامة لإدارة المشاريع.

إن المهارات المراد الوصول إليها من خلال تعلم هذه المادة التعليمية، يمكن حصرها في النقاط التالية:

- شرح وتعليم المصطلحات المرتبطة بالمشروع والتميز بينها؛
- التعرف على سيرورة إدارة المشروع في المؤسسة؛
- تعلم بعض التقنيات المستخدمة في إدارة المشروع؛
- تخطيط محتوى المشروع وفقا لمصفوفات WBS، RACI، OBS؛
- الجدولة الزمنية من خلال تخطيط أجال المشروع: شبكة Pert ومخطط Gantt وأسلوب المسار الحرج cpm؛
- تعلم طالب ليسانس تخصص إدارة الأعمال كيفية موازنات وتنفيذ المشروع؛
- تعليم الطالب كيفية إدارة مخاطر المشروع والرقابة عليه.

المعارف المسبقة المطلوبة

تتمثل المعارف المسبقة المطلوبة التي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم في معرفة تسيير المؤسسات والمشاريع، التسيير المالي، رياضيات المؤسسة.

محتوى المادة:

- المحور الأول: مدخل مفاهيمي حول مصطلحات إدارة المشاريع: تعريف المشروع، خصائصه، دورة حياة المشروع
- المحور الثاني: تنظيم المشروع: أصحاب مصالح المشروع، أنواع الأشكال التنظيمية للمشروع.
- المحور الثالث: تخطيط المشروع:

- تخطيط محتوى المشروع: مصفوفات WBS، RACI، OBS
- تخطيط أجال المشروع (الجدولة الزمنية للمشروع): من خلال أسلوب المسار الحرج CPM
- تخطيط أجال المشروع (الجدولة الزمنية للمشروع): من خلال أسلوب شبكة PERT
- تخطيط أجال المشروع (الجدولة الزمنية للمشروع): من خلال أسلوب مخطط GANTT
- تخطيط أجال المشروع (الجدولة الزمنية للمشروع): من خلال تسريع المشروع Crashingproject
- المحور الرابع: موازنة المشروع: طرق إعداد الموازنة التقديرية، أسس اختيار طريقة إعداد الموازنة التقديرية.
- المحور الخامس: تنفيذ المشروع: قيادة المشروع، التحفيز، الاتصال ...
- المحور السادس: الرقابة على المشروع: الرقابة على: الجودة، التكاليف، الموارد، أهداف وأنواع الرقابة على المشروع
- المحور السابع: إنهاء المشروع: طرق إنهاء المشروع؛ (الإطفاء، الإضافة، التكامل، التجويع)، خطوات إنهاء المشروع.
- المحور الثامن: إدارة الصراع: مفهوم الصراع، أدوات حل الصراع في المشاريع
- المحور التاسع: إدارة المخاطر: مفهوم المخاطر، بيئة المخاطر في المشروع، أساليب إدارة المخاطر
- طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)
- المراجع:
- موسى أحمد خير الدين، (2014)، إدارة المشاريع المعاصرة: منهج متكامل في إدارة المشاريع، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- هيثم علي حجازي، (2015)، مبادئ إدارة المشروعات وتحليل الجدوى، الطبعة الثانية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- Guide, A. (2001). Project management body of knowledge (pmbok® guide). In Project Management Institute (Vol. 11, pp. 7-8).
- JosepheHeagney. (2011). Fundamentals of Project Management. Fourth Edition. AMACOM: American Management Association.

السداسي: السادس
وحدة التعليم : المنهجية
المادة : التسويق الرقمي
الرصيد:05
المعامل:02
نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

- إتقان التسويق الإلكتروني وأدواته والاسات
 - التعرف على القناة المفضلة للعميل
 - قياس نتائج الإجراءات التجارية عبر الإنترنت
 - المعارف المسبقة المطلوبة
 - التسويق، الإدارة، إدارة علاقات العملاء، أداء الأعمال.
- محتوى المادة :

- المفاهيم الأساسية للتسويق (الأهداف التسويقية، الاستراتيجية التسويقية، الأدوات التسويقية أو المزيج التسويقي)
- مدخل لتكنولوجيا المعلومات (المفهوم، البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال)
- مدخل للتسويق الرقمي (المفهوم، الخصائص، التسويق الرقمي والتسويق متعدد القنوات)
- تحليل السوق عبر الانترنت -المستوى الجزئي- (البيئة التسويقية الرقمية، المستهلك الرقمي، المنافسون، الموردون، هيكل القنوات التسويقية الرقمية، نماذج أعمال التجارة الالكترونية)
- تحليل السوق عبر الانترنت -المستوى الكلي- (معدل تغير البيئة، القوى التكنولوجية، القوى الاقتصادية، القوى السياسية، القوى القانونية والتشريعية، القوى الاجتماعية والثقافية)
- استراتيجية التسويق الرقمي (الحاجة لاستراتيجية تسويق رقمي متكاملة، كيفية بناء استراتيجية تسويق رقمي، الأهداف، التجزئة، الاستهداف، التوقع، صياغة استراتيجية التسويق الرقمي، تنفيذ الاستراتيجية)
- تأثير الوسائط الرقمية والتكنولوجية على المزيج التسويقي (المنتج، السعر، التوزيع، الترويج، الأفراد، العمليات، الدليل المادي)
- المزيج التسويقي الاضافي وفق البيئة الرقمية(موقع الويب، خدمات الزبائن، المجتمعات الافتراضية)
- المزيج التسويقي الرقمي للجذب والدعم (الأمن، التخصيص، الخصوصية)

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

- Colantonio, F. (2013). Référencement, e-marketing et visibilité web: 30 pratiques pour décideurs et webmasters. EdiPro.
- Competitive Inteligence 2.0: Organization, Innovation and Territory. (2013). Wiley.
- CwakoMonkam, G. (2021). Le marketing digital appliqué à l'entreprise: Outils, stratégies et performances sur les réseaux sociaux. Academia.
- Delabre, C. (2017). La boîte à outils du e-commerce. Dunod.
- Henneberry, R., & Deiss, R. (2021). Le marketing digital pour les nuls. First interactive.
- Johnsen, M. (2016). Le Marketing Digital: Comment devenir leader de marché local. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Lehu, J. (2011). Stratégie de fidélisation: Coll. Les références. Eyrolles.
- Lendrevie, J., Baynast, A. d., & Lévy, J. (2021). Mercator: Tout le marketing à l'ère de la data et du digital. Dunod.
- Stefano Calicchio. (2020). Le plan marketing en 4 étapes: Stratégies et étapes clés pour créer des plans de marketing qui fonctionnent. Italy.
- Stenger, T., & Bourliataux-Lajoinie, S. (2014). E-marketing & e-commerce - 2e éd: Concepts, outils, pratiques. Dunod.

السداسي: السادس

وحدة التعليم : منهجية

المادة : مشروع التخرج ليسانس

الرصيد:4

المعامل:2

نمط التعليم: حضوري وعن بعد

أهداف التعليم

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

المعارف المسبقة المطلوبة

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

محتوى المادة:

- دراسة جدوى مشروع من إعداد الطالب تحت إشراف أستاذ، ووضع مخطط الأعمال لتجسيد فكرة المشروع وينضوي تحت مرافقة دار المقاولاتية أو حاضنات الأعمال ويخضع للتقييم من خبراء وفق القرار الوزاري 1275؛
- تنظيم ومشاركة وحضور الطلبة لأيام وورشات مفتوحة على الجامعة والمحيط بدعوة ممثل عن كل قطاع اقتصادي واجتماعي لتأطير كل ورشة أو ندوة لطلبة السنة الثالثة مثلا (قطاع البنوك/ الخبراء المحاسبين/ مديرية التجارة/ مديرية الصناعة/ قطاع التأمينات/ شركات الاتصالات/ المؤسسات الإنتاجية/ المؤسسات الصناعية....)؛
- ندوة في التخصص أو ورشات تدريبية تضم عدة مواضيع مختلفة وقد تشمل إنشاء قواعد بيانات إحصائية، متابعة وتحليل مؤشرات البورصة، ترجمة مقالات أجنبية متخصصة، ... إلخ؛
- إجراء تربص ميداني وإعداد تقرير عملي تحت إشراف أستاذ 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 حول إشكالات مطروحة في ميدان العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية.

طريقة التقييم: تقييم مستمر (100%)

المراجع: تختلف المراجع من مشروع بحث لآخر على حسب الموضوع المختار.

السداسي: السادس

وحدة التعليم: استكشافية

المادة: تحليل البيانات

الرصيد: 2

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

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

- 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: العمليات على جبر المصفوفات
 - المحور الثاني: التطبيقات الخطية والقيم الذاتية
 - المحور الثالث: التحليل بالمركبات الأساسية ACP
 - المحور الرابع: التحليل العاملي بالتوفيقات AFC
 - المحور الخامس: التحليل العاملي بالتوفيقات المتعدد M AFC
 - المحور السادس: التحليل العنقودي CA
 - المحور السابع: التحليل التمييزي AFD
- طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- صواليلي صدر الدين، (2021)، تحليل المعطيات، دار هومة، الجزائر.
- Bardos, M. (2001). Analyse discriminante : application au risque et scoring financier. Dunod.
- Croutsche, J. J. (1997). Pratique de l'analyse des données en marketing et gestion. Éditions ESKA, Collection Marketing, Paris.
- Escofier, B., & Pagès, J. (1998). Analyses factorielles simples et multiples. Dunod, Paris.
- Jambu, M. (1999). Méthodes de base de l'analyse des données. Eyrolles, Paris
- Judd, C. M., McClelland, G. H., Ryan, C. S., Muller, D., & Yzerbyt, V. (2018). Analyse des données: une approche par comparaison de modèles. De Boeck Supérieur.
- Judd, C. M., McClelland, G. H., Ryan, C. S., Muller, D., & Yzerbyt, V. (2018). Analyse des données: une approche par comparaison de modèles. De Boeck Supérieur.
- Lebart, L., Morineau, A., & Piron, M. (1995). Statistique exploratoire multidimensionnelle (Vol. 3). Paris: Dunod.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). Qualitative data analysis: An expanded sourcebook. sage.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2003). Analyse des données qualitatives. De Boeck Supérieur.
- Washington, S., Karlaftis, M. G., Mannering, F., & Anastasopoulos, P. (2020). Statistical and econometric methods for transportation data analysis. CRC press.

السداسي: السادس
وحدة التعليم : أفقية
المادة : لغة أجنبية متخصصة 2
الرصيد:01
المعامل:01
نمط التعليم: حضوري + عن بعد
أهداف التعليم

- Understand and analyze 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, S3 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:

- Strategic Management
- Budget Management
- Supply Chain Management
- Production Management
- Total Quality Management
- Business Letters

طريقة التقييم: تقييم مستمر (100%)

المراجع:

- A. Littlejohn. (2008). Professional English Company to Company: A Task-based Approach to business emails, letters, and faxes. Cambridge University Press, 4th Edition.
- Bill Mascull. (2010). Business Vocabulary in Use: Advanced. Cambridge University Press, 2nd Edition.
- D. Baker and R. Clark. (2011). Oxford English for Careers: Finance. Oxford University Press.
- D. Cotton, D. Falvey, and S. Kent. (2011). Market Leader: Upper Intermediate. Pearson Longman, Third Edition.
- Eddie McLaney. (2009). Business Finance: Theory and Practice. Pearson Education Ltd, 8th Edition.
- Ian Mackenzie. (2008). English for the Financial Sector. Cambridge University Press.
- Ian Mackenzie. (2010). English for Business Studies: A Course for Business Studies and Economic Studies. Cambridge University Press, 3rd Edition.
- J. Schofield and A. Osborn. (2011). Collins English for Business: Speaking. Harper Collins Publishers.
- Julie Pratten. (2009). Absolute Financial English. Delta Publishing
- Robert C. Appleby. (1994), Modern Business Administration, Financial Times Management. 6th Edition.
- Simon Sweeney. (2019). English for Business Communication. Cambridge University Press, Second Edition.
- Simon Sweeney. (2002). Professional English: Management. Pearson Longman.