عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: التحليل الاستر اتيجي والتنافسي

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تهدف هذه المادة إلى تمكين الطالب من فهم أهمية تحديد حاجات نشاط الأعمال بشكل صحيح والقيام بتحليل شامل للبيئات الداخلية والخارجية للمؤسسة قبل اتخاذ أي قرار، إدراك أهمية تقديم حلول متوافقة مع استراتيجية المؤسسة وتوقعات واحتياجات نشاط الاعمال وكذلك مع المحيط التنافسي ، تعلم كيفية التكيف مع المتغيرات البيئية للمؤسسة وصولا إلى الخيار الاستراتيجي الأمثل الذي يفسر الفهم الدقيق والشامل للفرص والتهديدات الخارجية والإمكانات والضعف الداخلية في المؤسسة. عند الانتهاء من هذه المادة، سيتمكن الطلاب من:

- فهم القرارات الاستراتيجية التي تتخذها المؤسسات واكتساب القدرة على المشاركة في التحليل الاستراتيجي.
- شرح المفاهيم الأساسية والمبادئ والممارسات المتعلقة بالتحليل التنافسي للمؤسسة.
- التحكم في ادوات التحليل المتغيرات البيئة التي تؤثر على المؤسسة داخليا وخارجيا.
- القدرة على توليد البدائل الاستراتيجية والمفاضلة فيما بينها.
- إجراء وتقديم تحليل الميزة التنافسية كذا الاستراتيجيات التنافسية المتاحة .

المعارف المسبقة المطلوبة

مبادئ التسويق، الادارة الاستراتيجية، تسيير المؤسسة.

محتوى المادة:

- المحور الأول: ماهية التحليل الاستراتيجي والتنافسي
- المحور الثاني: أدوات التحليل الاستراتيجي لحافظة الأعمال
- المحور الثالث: أدوات التحليل الاستراتيجي للبيئة الصناعية والتنافسية
- المحور الرابع: أدوات التحليل الاستراتيجي للبيئة العامة
- المحور الخامس: أدوات التحليل الاستراتيجي للبيئة الداخلية والموارد
- المحور السادس: توليد البدائل الاستراتيجية والخيار الأمثل
- المحور السابع: الميزة التنافسية والاستراتيجيات التنافسية لـ**Porter**

- المحور الثامن: البدائل الاستراتيجية والاستراتيجيات التنافسية في البيئة الحديثة
- المحور التاسع: دراسة حالات في التحليل الاستراتيجي والتنافسي

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

المراجع:

- تشارلز هيل وجاريث جونز،(2001) الادارة الاستراتيجية: مدخل متكامل، (مترجم) دار المريخ، السعودية
- طاهر محسن منصور الغالبي ووائل محمد صبحي إدريس، (2006)، الإدارة الاستراتيجية: منظور منهجي متكامل، دار وائل للنشر، عمان.
- فاضل حمد القيسي وعلي حسون الطائي، (2014)، الإدارة الاستراتيجية، نظريات، مداخل وأمثلة، دار صفاء لنشر والتوزيع، عمان.
- فيليب سادلر، (2007)، الإدارة الاستراتيجية، ترجمة علاء أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة.

- Cavagnol A. Roulle P. (2013). Management stratégique des organisations. Gualino Editeur.
- Charles W. L. Hill, Gareth R. Jones & Melissa A. Schilling. (2015). Strategic Management, Cengage Learning.
- Drummond Graeme. (2001). Strategic marketing: planning and control, Butterworth-Heinemann.
- Fred r. David and Forest r. David. (2017). Strategic Management: A Competitive Advantage, Approach, Concepts and Cases, Pearson Education.
- G.Johnson, K. Shcoles et F. fréry. (2002). Stratégique, Pearson Education, France.
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., Regnér, P., & Fréry, F. (2014). Stratégique (10e édition). Montreuil: Pearson.
- Laurence Lehmann- Ortega et al. (2005). Strategor : Politique générale de l'entreprise, 4ème édition, Edit. Dunod, Paris.
- Porter, M. E. (2023). L'avantage concurrentiel: comment devancer ses concurrents et maintenir son avance. Dunod.
- Seni, D. A. (2013). Analyse stratégique et avantage concurrentiel. Puq.
- Thiétart R.A., Xuereb, J.-M. (2005). Stratégies, Dunod.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: السلوك التنظيمي

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تطوير الجانب المعرفي في مجال الأعمال من خلال التطرق لتحليل السلوك التنظيمي للمنظمات سواء تعلق الامر بالجانب النظري او العملي.

- تحليل سلوك الأفراد والجماعات وجعله مفهومًا في العمل وفي التنظيم
- إجراء تشخيص تنظيمي من خلال تحديد منطق "الفاعلين" في الداخل التنظيم والبيئة
- تحليل القضايا الاستراتيجية وتحديد آثارها على إدارة الأفراد
- تسليط الضوء على العوامل الرئيسية التي تتدخل في الأداء التنظيمي واختلالاته

المعارف المسبقة المطلوبة :

مدخل لإدارة الاعمال، تسيير المؤسسة، علم اجتماع تنظيمي

محتوى المادة:

- المحور الأول: ماهية السلوك التنظيمي
- المحور الثاني: الشخصية والسلوك التنظيمي
- المحور الثالث: الاتجاهات والقيم
- المحور الرابع: الدوافع والحوافز
- المحور الخامس: الإدراك والتعلم
- المحور السادس: إدارة ضغوط العمل
- المحور السابع: القيادة الإدارية
- المحور الثامن: إدارة الصراع التنظيمي
- المحور التاسع: إدارة التغيير التنظيمي
- المحور العاشر: الرضا الوظيفي
- المحور الحادي عشر: سلوك المواطنة التنظيمية
- المحور الثاني عشر: الالتزام التنظيمي
- المحور الثالث عشر: الابداع التنظيمي

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

المراجع:

- كامل محمد المغربي (2010). السلوك التنظيمي: مفاهيم وأسس سلوك الفرد والجماعة في التنظيم، ط 4. دار الفكر، عمان.
- ماجد عبد المهدي مساعدة، (2016)، السلوك التنظيمي، دار المسيرة، عمان.

- Andrzej A. Huczynski and David A. Buchanan. (2013). Organizationa Behaviour, Pearson,2013
- Bauer &Erdogan. (2009). An Introduction to Organizational Behavior , washington dc flat world knowledge .
- Colquitt, Jason, Lepine Jeffery, & Wesson Michael. (2013). Organizational behavior: improving performance and commitment in the workplace, third Edition. New York: McGraw-Hill Education.
- Cross & Carbery. (2016). Organizational Behavior : An Introduction , Palgrave Macmillan.
- Don Hellriegel & John W. Slocum, Jr. (2011). Organizational behavior, 13th edition. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- John R. Schermerhorn, James G. Hunt, Richard N. Osborn, Mary Uhl-Bien. (2010). Organizational behavior, New Jersey .
- Nicole. AUBERT. (2005). Management, aspects humains et organisationnels, P.U.F.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: إدارة الأعمال الدولية

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

تمكين الطالب من إتقان مفاهيم التجارة والعمليات الدولية والقضايا و المحاور الأساسية في إدارة الأعمال الدولية.

عند الانتهاء بنجاح من هذه المفاهيم، سيتمكن الطلاب من:

- استوعاب مفهوم الإدارة الدولية والى أهمية التكيف مع نظام العولمة في ظل المتغيرات الدولية.
- شرح كيفية التحول نحو عالمية الإدارة.
- التعرف على التحالفات الاقتصادية المختلفة

المعارف المسبقة المطلوبة :

مكتسبات أساسية: مدخل لإدارة الأعمال، قانون، اقتصاد دولي.

محتوى المادة:

- المحور الأول: مقدمة لإدارة الاعمال الدولية
- المحور الثاني: بيئة الأعمال الدولية : من الاقتصاد المخطط إلى اقتصاد السوق
- المحور الثالث: نظريات التجارة والاستثمار الأجنبي المباشر و التدويل
- المحور الرابع: الشركة المتعددة الجنسيات وكيف تختلف عنها الشركات الوطنية
- المحور الخامس: تنظيم وهيكلة العمليات الدولية
- المحور السادس: القيادة الدولية
- المحور السابع: إدارة كل من التسويق والإمداد والمالية في العمليات الدولية
- المحور الثامن: الدور الاستراتيجي لإدارة الموارد البشرية الدولية
- المحور التاسع: الإدارة عبر الثقافات

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

المراجع:

- زكريا مطلك الدوري، و أحمد علي الصالح، (2008)، إدارة الأعمال الدولية، منظور سلوكي واستراتيجي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- شوقي جواد ، هيثم حجازي، (2011)، إدارة الأعمال الدولية، دار صفاء للنشر والتوزيع ، الأردن .
- محمود جاسم الصميدعي، وردينة عثمان يوسف، (2007)، إدارة الأعمال الدولية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن.
- Deresky,H. (2006). International Management: Managing Across Borders and Cultures, Pearson.
- Gross, C et al. (2001). Global Business Strategy, The American Graduate School of International Management, John Wiley & Sons, New York.

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: ثقافة المنظمة

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

تطوير الجانب المعرفي للطالب في مجال إدارة الأعمال من خلال التعرف على كل ما يتعلق بثقافة المنظمة باعتبارها موضوع أكثر واقعية في مجال الأعمال:

- اكساب الطالب مهارات في التفكير والتحليل فيما يتعلق بموضوع ثقافة المنظمة وابعادها ورهان المؤسسة أمام النماذج الثقافية الرائدة في مجال الأعمال
- فهم آلية خلق وتغيير ثقافة المنظمة
- تطوير المهارات الاكاديمية للطالب ولما لا المهنية مستقبلا

المعارف المسبقة المطلوبة

- السلوك التنظيمي، مدخل لادارة الاعمال، تسيير المؤسسة، علم اجتماع المنظمات.

محتوى المادة:

- المحور الأول: ثقافة المنظمة: مدخل مفاهيمي
- المحور الثاني: بناء وتكوين ثقافة المنظمة
- المحور الثالث: نماذج ونظريات ثقافة المنظمة
- المحور الرابع: إدارة التنوع الثقافي
- المحور الخامس: تحليل ثقافة المنظمة
- المحور السادس: ثقافة المنظمة والأداء المتميز (حالات عملية لمنظمات رائدة)

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

المراجع:

- نعمة عباس الخفاجي، (2009)، ثقافة المنظمة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الاردن.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2005). Cultures and organizations: Software of the mind (Vol. 2). New York: Mcgraw-hill.
- Les éditions d'Organisation, 1987
- Schein, E. H. (2009). The corporate culture survival guide (Vol. 158). John Wiley & Sons.
- Schein, E. H. (2010). Organizational culture and leadership (Vol. 2). John Wiley & Sons.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

اسم المادة: إدارة المعرفة

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

- اكتساب الطلبة المصطلحات الأساسية المتعلقة المعرفة؛
- إدراك الطلبة بأهمية إدارة المعرفة في المنظمات والشركات؛
- إدراك الطلبة بأن نجاح وخلق المعارف الإبتكارية بالمنظمات يتوقف على مدى اهتمامها عمليات ونماذج إدارة المعرفة اكتساب الطلبة المصطلحات الأساسية المتعلقة المعرفة؛
- إدراك الطلبة بأهمية إدارة المعرفة في المنظمات والشركات؛
- إدراك الطلبة بأن نجاح وخلق المعارف الإبتكارية بالمنظمات يتوقف على مدى اهتمامها عمليات ونماذج إدارة المعرفة.

المعارف المسبقة المطلوبة :

مقياس إدارة الموارد البشرية، مدخل لإدارة الأعمال، نظم المعلومات

محتوى المادة:

- المحور الأول: الإطار المفاهيمي لإدارة المعرفة
- المحور الثاني: عمليات إدارة المعرفة

- المحور الثالث: مبادئ إدارة المعرفة
- المحور الرابع: نماذج إدارة المعرفة
- المحور الخامس: نظم ادارة المعرفة
- المحور السادس: مراحل تطبيق إدارة المعرفة وطرق قياسها
- المحور السايع: آثار تطبيق إدارة المعرفة
- المحور الثامن: استراتيجيات إدارة المعرفة
- المحور العاشر: دور التكنولوجيا في تحويل أنواع المعرفة
- المحور الحادي عشر: رأس المال الفكري

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

المراجع:

- محمد تركي وزياد محمد المشاقبة، (2010)، إدارة المعرفة بين النظرية والتطبيق، دار جليس الزمان للنشر، عمان.
- نجم عبود نجم، (2005)، إدارة المعرفة – المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات -، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان.
- سعد غالب ياسين، (2007)، إدارة المعرفة: المفاهيم، النظم، التطبيقات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان.
- Becerra-Fernandez, I., & Sabherwal, R. (2014). Knowledge management: Systems and processes. Routledge.
- Collins, H. (2019). Tacit and explicit knowledge. University of Chicago press.
- Dalkir, K. (2017). Knowledge management in theory and practice. MIT press.
- JAY Liebowitz, Michael S.Frank. (2011). "Knowledge Management and E-Learning", Taylor & Francis Group, Auerbach Publications.
- Liebowitz, J., & Frank, M. S. (2011). Knowledge management and e-learning. Knowledge Management and E-learning, Taylor & Francis Group.
- Prax, J. Y., & Sérieyx, H. (2000). Le Guide du Knowledge Management: Concepts et pratiques du management de la connaissance. Dunod.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

اسم المادة: الاتصال والتحرير الإداري

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تهدف هذه المادة التعليمية إلى تحقيق المكتسبات التالية:

- أن يدرك الطالب أهمية الاتصال في المنظمات لاسيما الاتصال الكتابي الذي يتجسد في تمكنه من مهارات التحرير الإداري.
- تحسين العملية الاتصالية بالمنظمة بناء على ادراكه لأهمية الاتصال
- التمييز بين الأسلوب الإداري مقار نة بأساليب التحرير الأخرى (الأدبي، الفلسفي،الصحفي،العلمي)
- تحرير مراسلة إدارية وفقا للمرتكزات الشكلية واللغوية والقانونية

المعارف المسبقة المطلوبة

حتى يتمكن الطالب من دراسة محتوى هذه المادة لابد أن يكون ملما بوظائف الإدارة أي التسيير (التخطيط، التنظيم، التوجيه والمراقبة) وهو ما تم تناوله في مادة مدخل لإدارة الأعمال ومادة تسيير المؤسسة وكذا التمكن الأولي من أدوات التحرير باستعمال البرامج المكتبية خاصة وهو متم التعرض إليه في مادة الإعلام الآلي.

محتوى المادة:

- مفهوم الاتصال (تعريف الاتصال مع الإشارة إلى أشكاله " 1/شفوي أو لفظي، 2/كتابي، 3/غير لفظي: لغة الجسد وما إلى ذلك؛ عناصر عملية الاتصال "مخطط الاتصال"؛ تعريف اتصال المنظمة/المؤسسة؛ أهمية اتصال المنظمات).
- أنواع اتصال المنظمات (الاتصال الشامل للمؤسسة ينقسم إلى أنواع، من أهمها: الاتصال الداخلي والاتصال الخارجي "الاتصال التجاري، الاتصال المالي، الاتصال المؤسساتي...الخ)
- مفهوم التحرير الإداري (تعريفه، أهميته، الأسلوب الإداري ومميزاته)
- البيانات الشكلية للرسالة الإدارية (البيانات الشكلية في الرسالة المرفقية، التمييز بين الرسالة الإدارية المرفقية والرسالة الإدارية ذات الطابع الشخصي مثل الطلبات الخطية)

- صيغ التعبير الإداري (صيغ التقديم بمرجع وبدون مرجع، صيغ العرض أو المناقشة، صيغ الخاتمة)
- المراسلات الإدارية: الرسائل الإدارية ، الدعوات، الاستدعاءات، جداول الإرسال، البرقيات
- وثائق الوصف و السرد و التحليل؛ تقرير- محضر- عرض حال
- النصوص الإدارية التنظيمية: المراسيم، القرارات، المقررات.
- النصوص الإدارية التفسيرية: المناشير، التعليمات، المذكرات التوجيهية. اعلان
- المصطلحات الإدارية
- الاتصالات الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني كأداة حديثة للاتصال داخل المنظمة (يراعي الجانب الشكلي لإنشاء بريد الكتروني مهني، وكذا مواصفات تحرير بريد الكتروني من حيث كتابة الموضوع وديباجة الإيميل من صيغة للتقديم والعرض والختام) والنسخ المرسلة وتأكيد لإستلام البريد ادارج توقيع اتوماتيكي)

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

المراجع:

- برارمةميلود. (2005). مميزات المراسلات والوثائق الإدارية، دار المعرفة،الجزائر2005.
- بشير العلاق. (2018). الاتصال في المنظمات العامة. دار اليازوري، عمان، الأردن.
- رشيد حباني. (2017). دليل تقنيات التحرير الإداري والمراسلة. دار النجاح للكتاب والنشر والتوزيع الجزائر.
- عميش علي، رزاق لعربي، رشيد جيجيق. (2010). التحرير الإداري، سند تكويني موجه لفئات الإدارة، التسيير، المعهد الوطني لتكوين مستخدمي التربية وتحسين مستواهم، وزراة التربية الوطنية.
- المجلس الأعلى للغة العربية بالجزائر. (2006). دليل وظيفي في إدارة الموارد البشرية (مصطلحات ونماذج) التحرير الإداري. منشورات المجلس، رئاسة الحكومة الجزائرية.
- وهيبة غرارمي. (2012). دليل التحرير الإداري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- Cajolet-Laganiere Gerard, Collinge Helene , Laganiere Pierre. (1997). La rédaction Technique, administrative, et sientifique. 3éme édition. Edition laganière. Hélène.
- Ferrandis Yolande. (2019). La rédaction administrative en pratique. 6 éme édition. eyrolles, France.

- Garnett, J. (Ed.). (1997). Handbook of administrative communication (Vol. 63). CRC Press.
- Kadyss Roselyne, Nishimata Aline. (2020). Rédiger avec succès lettres, e-mails et documents administratifs 11éme édition. Gualino, Lextenso.
- Libaert Thierry, Westphalen Marie-Hélène. (2012). Communicator : toute la communication d'entreprise, 6ème édition, Dunod.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الاستكشافية

اسم المادة: النمذجة الاحصائية

الرصيد: 02

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

التعرف على مختلف المفاهيم الأساسية للمقياس، والقدرة على توظيف الأساليب الإحصائية المناسبة للتنبؤ بمختلف الظواهر الاقتصادية والمالية، وذلك من خلال اكتساب مهارات تسمح له بـ:

- النمذجة القياسية وفق نموذج الانحدار البسيط (أثر متغير مستقل واحد على متغير تابع)
- النمذجة القياسية وفق نموذج الانحدار الخطي المتعدد (أثر عدة متغيرات مستقلة على متغير تابع)
- التعرف على أهم طرق تقدير النماذج القياسية (خاصة طريقة المربعات الصغرى العادية)
- استيعاب المفاهيم المتعلقة بالسلسلة الزمنية وطرق تقدير مركباتها والكشف عنها.
- استيعاب المفاهيم الأساسية الضرورية لموضوع السلاسل الزمنية مثل الإستقرارية، بنوعيها التامة والضعيفة، ودالتي الارتباط الذاتي والذاتي الجزئي وطرق تقديرهما وأهم التحويلات الرياضية لجعل السلسلة مستقرة.
- معرفة أهم نماذج التمهيد الأسي للتنبؤ بالسلاسل الزمنية.

المعارف المسبقة المطلوبة :

التحكم في الرياضيات خاصة الجبر الخطي والمصفوفات، الاقتصاد الجزئي والكلي؛ الإحصاء بكل فروعه.

محتوى المادة:

- المحور الأول: مقدمة في النمذجة الإحصائية (مفهوم النموذج، أنواع النموذج، تخصيص النموذج)
- المحور الثاني: تحليل الانحدار الخطي البسيط (تحديد قيمة معلمات النموذج، اختبار الموثوقية، التنبؤ)
- المحور الثالث: تحليل الانحدار الخطي المتعدد (خطوات صياغة نموذج متعدد، تقدير معلمات النموذج، دراسة صلاحية النموذج)
- المحور الرابع: الارتباط الجزئي، الازدواج الخطي وطرق اختيار المتغيرات التفسيرية
- المحور الخامس: المشاكل القياسية: الارتباط الذاتي للأخطاء، عدم ثبات تباين الأخطاء، التوزيع غير الطبيعي للأخطاء.
- المحور السادس: عموميات حول السلاسل الزمنية وتقدير مركباتها

- المحور السابع: الاستقرارية والارتباط الذاتي والجزئي
- المحور الثامن: نماذج التمهيد الأسي للتنبؤ بالسلاسل الزمنية

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

المراجع:

- جوجارات .د، (2015)، الاقتصادالقياسي، الجزء الأول، ترجمة هند عبد الغفار عودة و عفاف علي حسين الدش، دارالمريخ للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية.
- سمير مصطفى شعراوي، (2005)، مقدمة في التحليل الحديث للسلاسل الزمنية، كلية العلوم، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى.
- غزال عبد العزيز عامر، (2015)، الاقتصاد القياسي وتحليل السلاسل الزمنية (النظرية، الطرق، التطبيقات)، مطابع الشرطة، مصر.
- محمد عبد القادر عطية، (2004)، الحديث في الاقتصاد القياسي بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية للطباعة والنشر.
- محمد فروخي جمال، (1992)، نظرية الاقتصاد القياسي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- مولود حشمان، (1998)، نماذج وتقيات التنبؤ على المدى القصير، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- Bourbonnais, R. (2022). Analyse des séries temporelles-5e éd.: Cours et exercices corrigés-Applications à l'économie et à la gestion. Dunod.
- Christian Gourieroux. (2012). Econometrics of qualitative dependent variables. Cambridge University
- Daudin, JJ, Duby. C, Robin.S et P. Trécourt. (1996). Analyse des Séries Chronologiques. INAPG, Mathématiques.
- Delignieres, D. (2001). L'analyse des processus stochastiques. EA 2991 "Sport performance, santé", Université de Montpellier 1.
- Dimitrios Asteriou & Stephen G. Hall. (2002). Applied Econometrics. Macmillan Education, UK
- Hamilton, J-D. (2016). Time Séries Analysis. Princeton University Press.
- Johnston, J. & Dinardo, J. (1996). Econometric methods. 4th Edition, McGraw-Hill. US.
- Maddala.G.S. (1988). Introduction to econometrics. Mac Millan publishing company. New York, USA.
- Thomas A . (2002). Économétrie des variables qualitatives. Dunod
- William H. Greene .(2012). Econometric analysis, 7th Edition. Pearson, New York, US.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأفقية

اسم المادة: لغة أجنبية متخصصة 01

الرصيد: 01

المعامل: 01

نمط التعليم: حضوري + عن بعد

أهداف التعليم

The program is designed for students majoring in Economics, Commerce, Management, Accounting and Finance who wish to improve their language skills in specific contexts. It focuses on providing students with a good mastery of the English language along developing solid competencies in the above-mentioned fields of expertise. The lessons cover a wide range of topics in each specialty.

المعارف المسبقة المطلوبة :

Students must have successfully completed the lessons of S1, S2, S3, S4, S5 and S6. 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:

- Business Correspondence
- Strategic management and competitiveness
- Business Organizational Behavior
- Organization culture
- Organization structure
- Knowledge management
- Fundamentals of International Business Management
- The Japanese, German and American Model of management
- Logistics and supply-chain management

- E-business Management

طريقة التقييم: تقييم مستمر (100%)

المراجع

- Burns, P. (2016). Entrepreneurship and small business: start-up, growth and maturity. Bloomsbury Publishing.
- Collins, K. (2012). An introduction to business. Creative Commons by-nc-sa, 3.
- Cotton, D., Falvey, D., & Kent, S. (2011). Upper-Intermediate Market Leader. Business English Course Book.(third edition). Harlow, England: Pearson Longman.
- D. Baker and R. Clark (2011). Oxford English for Careers: Finance. Oxford University Press.
- Helm, S., Cotton, D., Falvey, D., & Kent, S. (2010). Market leader. Accounting and finance: business English. Pearson Longman.
- MacKenzie, I. (2010). English for Business Studies Student's Book: A Course for Business Studies and Economics Students. Cambridge University Press.
- Marks, J. (2007). Banking and Finance. A & C Black Publishers. Second Edition.
- McLaney, E. (2005). Business finance: theory and practice. Pearson education.
- Simon Sweeney. (2019). English for Business Communication. Cambridge University Press.
- Simon Sweeny. (2002). Professional English: Management. Pearson Longman.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: نظرية المنظمة

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

الهدف من المادة هو فهم فلسفة عمل المنظمة من خلال مجموعة نظريات مرتبطة بالمقاربة الاقتصادية من خلال التحكم في أهم أساسياتها و مساهماتها و كذلك أهم الانتقادات الموجهة لها أو ما يعرف بنهايات النظرية.

المعارف المسبقة المطلوبة :

علم اجتماع المنظمات ، مدخل لإدارة الأعمال ، إقتصاد المؤسسة، تسيير المؤسسة ، إدارة إستراتيجية، قانون تجاري، السلوك التنظيمي.

محتوى المادة:

المحور الأول: تكوين وتحول المنظمات

- ماهية نظرية المنظمات وأسباب دراستها
- مفهوم وطبيعة المنظمات ومداخل دراستها
- مراحل تكون المنظمات المعاصرة

المحور الثاني: تطور نظرية المنظمات: مدارس الفكر الاداري

- النظريات العقلانية للمنظمة (المدرسة الكلاسيكية)
- المقاربات الاجتماعية والإنسانية للمنظمة (مدرسة العلاقات الانسانية)
- إسهامات المدارس والنظريات الحديثة
- التصور الشامل لنظرية المنظمات (النظرية الموقفية)

المحور الثالث: النظريات الاقتصادية للمنظمة

- المنظمة في النظرية الاقتصادية النيوكلاسيكية
- النظريات التعاقديةContractual Theories
- النظريات التطوريةEvolutionary Theories
- نظرية التسوية واقتصاد الاتفاقياتRegulation School

المحور الرابع: النظرية الإستراتيجية وآفاق التصور الشامل لنظرية المنظمات

- نظرية الاقتصاد الصناعي
- مدرسة التحليل الاستراتيجي
- مقاربة الموارد والكفاءات
- نظرية أصحاب المصالح

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

المراجع:

- حريم، ح. (2010). إدارة المنظمات (منظور كلي). دار الحامد للنشر والتوزيع: الأردن.
- حيرش، ع. (2015). نظرية المنظمات. جامعة الملك فيصل .
- سويسي، ع. (2009). المنظمة المتغيرات – الأبعاد - التصميم. دار النجاح للكتاب: الجزائر .
- الشماغ، خ. م. ح. وحمود، خ. ك. (2009). نظرية المنظمة. دار المسيرة للنشر والتوزيع: الأردن.
- Baudry, B. (2003). Economie de la firme. Paris: La découverte.
- Daft, R. L., Murphy, J., & Willmott, H. (2010). Organization theory and design (Vol. 10). Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Hatch, M. J. (2018). Organization theory: Modern, symbolic, and postmodern perspectives. Oxford university press.
- KENEDY Carol. (2003). « Toutes les théories du management », Edition Maxima
- Lægaard, J. & Bindslev, M. (2006). Organizational-theory. Ventus Publishing ApS.
- McAuley, J., Duberley, J., & Johnson, P. (2007). Organization theory: Challenges and perspectives. Pearson Education.
- Miles, J. A. (2012). Management and organization theory: A Jossey-Bass reader (Vol. 9). John Wiley & Sons.
- Rostan G., (2005-2006). Histoire du management - Théorie des organisations. Conservatoire national des arts et métiers de lyon.
- Williamson, O. (2000). The Economic Intstitutions of Capitalism. Collier macmillan: london.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: تخطيط موارد المؤسسة (ERP)

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

- التعرف على المفاهيم الأساسية للسيرورات
- التعرف على مفهوم تخطيط موارد المؤسسة
- التعرف على الخصائص التقنية لبرمجية تخطيط موارد المؤسسة
- الإلمام بالتطور التاريخي لبرمجية تخطيط موارد المؤسسة (قبل سنة 2009 وبعدها)
- التعرف على الموردين الرئيسيين لبرمجيات تخطيط موارد المؤسسات (SAP، SAGE، Oracle، Microsoft)
- التعرف على الأجزاء الوظيفية لبرمجية تخطيط موارد المؤسسة (إدارة العلاقة مع الزبون، إدارة سلسلة التوريد، الخ)
- إدراك الارتباط بين تخطيط موارد المؤسسة وأدوات ذكاء الأعمال
- الإلمام بتخطيط موارد المؤسسة كرافعة استراتيجية لتطوير المؤسسة
- إدراك أهم معوقات تخطيط موارد المؤسسة
- التعرف على أنواع برمجيات تخطيط موارد المؤسسة (البرمجيات المملوكة والبرمجيات مفتوحة المصدر)
- التعرف على أجيال برمجيات تخطيط موارد المؤسسة (البرمجيات غير السحابية والبرمجيات السحابية)
- الإلمام بالخطوات اللازم توفرها لإنجاز مشروع ناجح لنظام تخطيط موارد المؤسسة
- دراسة وتحليل حالة إعداد نظام تخطيط موارد المؤسسة
- التعرف على أبرز برمجيات تخطيط موارد المؤسسة

المعارف المسبقة المطلوبة :

من أجل الاستيعاب الجيد لمحتوى المادة، يتعين على الطالب أن يكون ملما بالمواد التعليمية التالية: الأعمال الإلكترونية، إدارة أنظمة المعلومات، نظام إدارة قواعد البيانات، مدخل لشبكات الإعلام الآلي ومادة الإدارة بالسيرورات.

محتوى المادة:

- المحور الأول: المفاهيم الأساسية للسيرورات
- المحور الثاني: مفهوم وخصائص تخطيط موارد المؤسسة
- المحور الثالث: التطور التاريخي لبرمجية تخطيط موارد المؤسسة
- المحور الرابع: الموردين الرئيسيين لبرمجيات تخطيط موارد المؤسسات
- المحور الخامس: الأجزاء الوظيفية لبرمجية تخطيط موارد المؤسسة
- المحور السادس: تخطيط موارد المؤسسة وأدوات ذكاء الأعمال
- المحور السابع: مساهمات ومعوقات تخطيط موارد المؤسسة
- المحور الثامن: أنواع وأجيال برمجيات تخطيط موارد المؤسسة
- المحور التاسع: الخطوات اللازم توفرها لإنجاز مشروع ناجح لنظام تخطيط موارد المؤسسة مع دراسة حالة
- المحور العاشر: عرض لأبرز برمجيات تخطيط موارد المؤسسة.

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

المراجع:

- Harwood, S. (2003). ERP: The implementation cycle. Butterworth-Heinemann.
- Jean-François Bourdeau. (2011). Processus et ERP - Les processus : principaux concepts, Université Paris Dauphine.
- Jouffroy, P. (2010). ERP: méthode pratique de mise en oeuvre pour PME et PMI. Eyrolles.
- Lequeux, J. L. (2011). Manager avec les ERP: architecture orientée services (SOA). Editions Eyrolles.
- O'Leary, D. E. (2000). Enterprise resource planning systems: systems, life cycle, electronic commerce, and risk. Cambridge university press.
- Ptak, C. A., & Schragenheim, E. (2003). ERP: tools, techniques, and applications for integrating the supply chain. Crc Press.
- Wagner, B., & Monk, E. (2008). Enterprise resource planning. Course Technology Press.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: إدارة الابداع والابتكار

الرصيد: 04

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 والمطورة؛
- 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. Teknologiainfo Teknova 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.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: ذكاء الأعمال و وتنافسية المؤسسة

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

يسمح نظام ذكاء الأعمال باستخدام جميع البيانات المتاحة، التي يتم تحويلها إلى معلومات ومعرفة، وبهذه الطريقة يتخذ أفضل القرارات للمؤسسة.

على إثر التحكم الجيد في هذه المادة، سيتمكن الطالب من معرفة، ووصف، وفهم جميع المفاهيم المتعلقة بذكاء الأعمال؛ وكيفية إدارة المعلومات الداخلية والخارجية من أجل اتخاذ أفضل القرارات لمنظمات الأعمال، بغرض تقديم أفضل خدمة لزبائنهم والحصول على ربحية جيدة. بالإضافة إلى ذلك، ستتم مراجعة أفضل قواعد البيانات لذكاء الأعمال، مع مراعاة خاصة لمستودع البيانات.

- وصف وفهم ما هو ذكاء الأعمال.**(BI)**
- وصف واستيعاب ما هو مستودع البيانات وإدارة قاعدة البيانات.
- وصف ذكاء الأعمال المتقدم وتحليلات الأعمال وتصور البيانات.
- وصف وشرح ما هو تعدين البيانات وتطبيقاته الرئيسية في عالم الأعمال.
- شرح إدارة أداء الأعمال وبطاقات الأداء ولوحات المعلومات.
- التعرف على نظم المعلومات الإدارية.
- تسليط الضوء على أهمية ذكاء الأعمال في عملية اتخاذ القرار.
- معرفة الجوانب الأخلاقية لذكاء الأعمال ونظم المعلومات.

المعارف المسبقة المطلوبة :

من أجل الاستيعاب الجيد لمحتوى المادة التعليمية، يجب أن يمتلك الطالب المهارات والمعارف القاعدية المتعلقة بنظم المعلومات، الأعمال الالكترونية، وبحوث العمليات.

محتوى المادة:

- المحور الأول: تقديم عام لذكاء الأعمال **(BI)**
- المحور الثاني: مستودع البيانات وإدارة قاعدة البيانات **(D W & DBA)**
- المحور الثالث: تحليلات الأعمال وتصوير البيانات **(BA & DV)**

- المحور الرابع: نظم المعلومات الجغرافية (**GIS**)
- المحور الخامس: تنقيب البيانات (**Data Mining**)
- المحور السادس: إدارة أداء الأعمال (**BPM**)
- المحور السابع: نظم المعلومات الإدارية (**KMS**)
- المحور الثامن: الشبكات العصبية وشجرات القرار (**NN & DT**)
- المحور التاسع: ذكاء الأعمال واتخاذ القرار (**BI & DM**)
- المحور العاشر: أخلاقيات ذكاء الأعمال ونظم المعلومات الإدارية (**Ethics**)

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

المراجع:

- Anandarajan, M. (2004). Business intelligence techniques. Springer-Verlag Berlin Heidelberg GmbH.
- Davenport, T., & Harris, J. (2017). Competing on analytics: Updated, with a new introduction: The new science of winning. Harvard Business Press.
- Grossmann, W., & Rinderle-Ma, S. (2015). Fundamentals of business intelligence.
- Howson, C. (2007). Successful business intelligence. Emeryville: McGraw-Hill Professional Publishing.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2004). Management information systems: Managing the digital firm. Pearson Educación.
- Mircea, M. (Ed.). (2012). Business Intelligence: Solution for Business Development. BoD—Books on Demand.
- Sharda, R., Delen, D. y Turban, E. (2014). Business Intelligence, A Managerial Perspective on Analytics. Boston: Pearson.
- Turban, E., Volonino, L., Sipior, J. C., & Wood, G. R. (2011). Information technology for management: Improving strategic and operational performance. New York: John Wiley.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

اسم المادة: الأساليب الكمية في الادارة

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

يتيح المقياس للطالب التعرف على الأساليب الكمية المختلفة التي يستخدمها المدراء في اتخاذ القرارات الادارية المهمة ، ذلك أن القرارات الإدارية ولا سيّما القرارات الاستراتيجية مرتبطة بالتطورات البيئية، ولذا كان من المهم للمدراء بناء قراراتهم على التحليل الكمي من اجل أن تكون نتائج تطبيق هذه القرارات سليمة وتساهم في تطوير القيمة المضافة للمؤسسة..

تم تصميم هذا المقياس ليعطي معرفة واسعة عن مختلف الأساليب الكمية، مع التركيز بشكل كبير على أهم الأدوات والنماذج الاحصائية وغير الاحصائية، مثل البرمجة الخطية، شجرة القرار و نظرية الألعاب .

عند نهاية المقياس سيكون الطالب قادرا على:

- معرفة الدور الرئيسي الذي تؤديه الأساليب الكمية في اتخاذ القرارات المثلى في مختلف الظروف، ولا سيّما تلك القرارات المرتبطة بتحقيق القدرة التنافسية للمؤسسة؛
- معرفة مدى أهمية القرارات في نجاح تنفيذ استراتيجية المؤسسة؛
- تطوير تحاليل رياضية تعزز عملية صنع القرارات التنظيمية.

المعارف المسبقة المطلوبة :

من المكتسبات المهمة في تدريس البرنامج أن يكون الطالب ملما بالأساليب الرياضية (المعادلات الخطية)، والأساليب الاحصائية (المتغير ات الاحصائية) وبحوث العمليات.

محتوى المادة:

- المحور الأول: مقدمة في الأساليب الكمية في الإدارة ومنهجية التحليل الكمي في اتخاذ القرارات
- المحور الثاني: البرمجة الخطية (شجرة القرار، مشاكل التخصيص، صفوف الانتظار)
- المحور الثالث: تحليل التكاليف لغرض اتخاذ القرارات
- المحور الرابع: نقطة التعادل
- المحور الخامس: نظرية الألعاب
- المحور السادس: محاكاة النموذج (**Simulation Modeling**)
- المحور السابع: الأساليب الاحصائية في مراقبة الجودة

- المحور الثامن: البرمجة الديناميكية

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

المراجع:

- أسماء محمد باهرمز، (2015)، مقدمة في بحوث العمليات، دار سيبويه للنشر والتوزيع، السعودية
- حامد سعد نور الشمتري، (2007)، مدخل إلى بحوث العمليات، دار مجدلاوي، الأردن
- محمد الفاتح محمود بشير المغربي، (2017)، الأساليب الكمية في إدارة الأعمال، ط1، درا الجنان، الأردن
- محمد راتول، (2006)، بحوث العمليات، ط2، ديوان المطبوعات الجامعة، الجزائر
- مؤيد عبد الحسين الفضل، (2019)،المنهج الكمي في اتخاذ القرارات الإدارية المثلى، دار اليازوري، الأردن
- Badri, T.N.; Hale, Trevor S.; Hanna, Michaele.; Render, Barry; Stair, Ralph M. (2016). Quantitative analysis for management, Pearson India Education Services.
- Brandimarte, P. (2012). Quantitative methods: An introduction for business management. John Wiley & Sons.
- Render, B., & Stair Jr, R. M. (2016). Quantitative Analysis for Management, 12e. Pearson Education India .

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

اسم المادة: منهجية إعداد مذكرة الماستر

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

تعطى الأولوية التامة لتدريس الصيغة الأولى

الصيغة الأولى (مشروع تخرج بما يتو افق مع القرار الوزاري رقم 1275)

أهداف التعليم

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب المقاول صاحب فكرة مشروع بالخطوات الواجب إتباعها من أجل إعداد مذكرة مشروع، وذلك من خلال جعله يفكر تفكيرا عملي ومنطقيا اتجاه مختلف عناصر بناء بحث مذكرة التخرج لمؤسسة، بداية بتحديد المشكل، ووصولا إلى التوثيق العلمي السليم لنتائج البحث. وكذا خطوات الواجب إتباعها في مخطط الأعمال ودراسة المشروع.

المعارف المسبقة المطلوبة

حتى يتمكن الطالب من دراسة محتوى هذه المادة لابد أن يكون متحكما في مكتسبات مادة منهجية و ريادة الأعمال (السنة الثانية ليسانس)، ومادة مشروع التخرج ليسانس (سنة ثالثة ليسانس).

محتوى المادة:

- **المحور الأول: إشكالية المشروع:**تحديد المشكل- الحاجة- المراد تلبتها في السوق عن طريق الاستعانة بأدوات التصميم التفكيري.
- **المحور الثاني:** تحديد الفئة المستهدفة – من هو الزبون-
- **المحور الثالث:** تحديد القيمة المقترحة لزبون. ما الذي يبحث عنه الزبون.
- **المحور الرابع:** تحديد هيكل العمليات أي ذكر ما هي خطوات إنتاج المنتج
- **المحور الخامس:** الدراسة المالية لمشروع-المؤسسة- هيكل التكاليف والأرباح
- **المحور السادس :** تحديد بيئة الموسسة PESTEL ET 6 FORCES DE PORTER

- **المحور السابع:** تصميم النموذج الأولي–SCRATCH TO PROTOTYPING
- **المحور الثامن:** تحديدMVP

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان 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.
- إبراهيم بختي. (2015). الدليل المنهجي لاعداد البحوث العلمية (المذكرة، الأطروحة، التقرير، المقال) وفق طريقة **IMRAD**، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- أحمد بدر. (1998). أصول البحث العلمي ومناهجه. وكالة المطبوعات. الطبعة الرابعة، الكويت.
- حسن ملحم. (1993). التفكير العلمي والمنهجية. مطبعة دحلب، الجزائر.
- زرواتي رشيد. (2007). مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. ط1. دار الهدى، عين مليلة، الجزائر،.
- محسن أحمد الخضيري. (1996). الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه. مكتبة الأنجلو المصرية، مصر.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). Research methods for business: A skill building approach. John Wiley & Sons.
- Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). Sage Publications.
- Field, A. (2013). Discovering statistics using IBM SPSS statistics (4th ed.). Sage Publications.
- Frenay, M., & Romainville, M. (2013). L'accompagnement des mémoires et des thèses : Presses universitaires de Louvain.

الصيغة الثانية (مذكرة ماستر كلاسيكية)

أهداف التعليم

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بالخطوات الواجب إتباعها من أجل إعداد مذكرة التخرج، وذلك من خلال جعله يفكر تفكيرا علميا ومنطقيا اتجاه مختلف عناصر بناء بحث مذكرة التخرج، بداية بتحديد المشكلة وبناء فرضيات حلها، ووصولا إلى التوثيق العلمي السليم لنتائج البحث.

المعارف المسبقة المطلوبة

حتى يتمكن الطالب من دراسة محتوى هذه المادة لابد أن يكون متحكما في مكتسبات مادة منهجية (السنة الثانية ليسانس)، ومادة مشروع التخرج ليسانس (سنة ثالثة ليسانس).

محتوى المادة:

- **منهج البحث العلمي:** مراجعة للأصول الأساسية (معنى البحث، تعريفات البحث، أهداف البحث، الدافع في البحث، الخصائص العامة للبحث، معايير البحث الجيد، أنواع البحث، خصوصية البحث في العلوم الادارية والاقتصادية)؛
- **مشكلة البحث العلمي:** التفكير العلمي، ما هي مشكلة البحث، اختيار المشكلة، مصادر المشكلة، تحديد المشكلة، تقييم المشكلة؛
- **مراجعة الأدبيات:** معنى مراجعة الأدبيات، الحاجة إلى مراجعة الأدبيات، أهداف مراجعة الأدبيات، مصادر الأدبيات، وظائف الأدبيات، كيفية إجراء مراجعة للأدبيات؛
- **بناء فرضيات البحث:** معنى الفرضية، تعريفات الفرضية، طبيعة الفرضية، وظائف الفرضية، أهمية الفرضية، أنواع الفرضية، خصائص الفرضية الجيدة، المتغيرات في الفرضية، تحديد نموذج الدراسة، صياغة الفرضية ، اختبار الفرضية؛
- **طرق جمع البيانات:** كيفية إجراء المسوحات والاستبيانات، المقابلات، الملاحظة وتحليل الوثائق والبحوث الأرشيفية
- **اختيار العينات:** معنى العينة وتعريفها، طرق أخذ العينات، خصائص العينة الجيدة، حجم العينة؛ الاستشهاد والتوثيق في البحث العلمي؛
- **تقنيات تحليل البيانات:** تحليل البيانات الكمية (الإحصاء الوصفي ، الإحصاء الاستدلالي ، تحليل الانحدار...)؛ التحليل النوعي للبيانات (التحليل الموضوعي ، تحليل المحتوى ، ...)؛ مناهج الطرق المختلطة

- **هيكل وتنظيم مقدمة البحث:** عرض خلفية الدراسة وتحديد الفجوة البحثية، عرض أهمية وأهداف الدراسة، ...
- **الاقتباس والتهميش واستخدام المراجع**
- **هيكل وتنظيم الإطار المنهجي للبحث:** وصف إجراءات تصميم البحث وعينة وجمع البيانات، عرض خطة تحليل البيانات...
- **هيكل وتنظيم عرض نتائج البحث ومناقشتها**
- **هيكل وتنظيم خاتمة البحث**
- **التحريروالتوثيق بطريقة APA**: تحرير البحث، المراجع، الجدول، الأشكال، الملاحق، ...
- **فنيات العرض والإلقاء**

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

المراجع:

- إبراهيم بختي. (2015). الدليل المنهجي لاعداد البحوث العلمية (المذكرة، الأطروحة، التقرير، المقال) وفق طريقة **IMRAD**، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- أحمد بدر. (1998). أصول البحث العلمي ومناهجه. وكالة المطبوعات. الطبعة الرابعة، الكويت.
- حسن ملحم. (1993). التفكير العلمي والمنهجية. مطبعة دحلب، الجزائر.
- زرواتي رشيد. (2007). مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. ط1. دار الهدى، عين مليلة، الجزائر،.
- محسن أحمد الخضيري. (1996). الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه. مكتبة الأنجلو المصرية، مصر.
- Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). Sage Publications.
- Field, A. (2013). Discovering statistics using IBM SPSS statistics (4th ed.). Sage Publications.

- Frenay, M., & Romainville, M. (2013). L'accompagnement des mémoires et des thèses : Presses universitaires de Louvain.
- Gavard-Perret, M.-L., Gotteland, D., Haon, C., Aubert, B., & Jolibert, A. (2012). Méthodologie de la recherche en sciences de gestion : Réussir son mémoire ou sa thèse : Pearson.
- Neuman, W. L. (2013). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches (7th ed.). Pearson.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). Research methods for business students (8th ed.). Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business: A skill building approach (7th ed.). Wiley.
- Silverman, D. (2016). Doing qualitative research: A practical handbook (4th ed.). Sage Publications.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الاستكشافية

اسم المادة: التسويق الاستراتيجي

الرصيد: 02

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

- التعرف على طبيعة ودور التخطيط التسويقي الاستراتيجي في منظمات الأعمال والعلاقة بينه وبين التخطيط الاستراتيجي على مستوى المنظمة.
- القدرة على تحديد وتحليل القوى والعوامل الداخلية والخارجية المؤثرة على عملية التخطيط الاستراتيجي للأنشطة التسويقية.
- القدرة على تحديد وتحليل عناصر ومكونات الخطط التسويقية الإستراتيجية والتكتيكية وكيفية إعدادها وأساليب تقييمها.

المعارف المسبقة المطلوبة :

التسويق ، الإدارة الاستراتيجية.

محتوى المادة:

- المحور الأول: مفهوم التسويق الاستراتيجي وأبعاده.
- المحور الثاني: مجال التسويق الاستراتيجي.
- المحور الثالث: العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التسويق الاستراتيجي.
- المحور الرابع: الاختلاف بين التسويق الاستراتيجي وادارة التسويق.
- المحور الخامس: لاختلاف بين التسويق الاستراتيجي والتسويق العملياتي.
- المحور السادس: تحديد اهداف الإستراتيجية التسويقية.
- المحور السابع: تصميم الاستراتيجية التسويقية.
- المحور الثامن: أنواع استراتيجيات التسويق.
- المحور التاسع: الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة (استراتيجية الرائد، استراتيجية التحدي، استراتيجية التابع)...

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

المراجع

- سليمان، أحمد علي، (2010)، التسويق الإستراتيجي، الأصول العلمية والتطبيقات العملية. الرياض: مكتبة الشقري للنشر والتوزيع.
- محمد إبراهيم عبيدات، (2009)، إستراتيجيات التسويق، دار وائل للنشر والتوزيع. عمان.
- Chernev, A. (2018). Strategic marketing management. Cerebellum Press.
- Cravens, D. W., & Piercy, N. (2006). Strategic marketing (Vol. 6). New York: McGraw-Hill.
- Drummond, G., Ensor, J., & Ashford, R. (2010). Strategic marketing. Routledge.
- McDonald, M., & Brown, L. (5). Strategic marketing planning. The marketing book, 86.
- Wilson, R. M. S., & Gilligan, C. (2005). Strategic marketing management: planning, implementation and control. Routledge

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأفقية

اسم المادة: لغة أجنبية متخصصة 02

الرصيد: 01

المعامل: 01

نمط التعليم: حضوري + عن بعد

أهداف التعليم

The program is designed for students majoring in Economics, Commerce, Management, Accounting and Finance who wish to improve their language skills in specific contexts. It focuses on providing students with a good mastery of the English language along developing solid competencies in the above-mentioned fields of expertise. The lessons cover a wide range of topics in each specialty.

المعارف المسبقة المطلوبة

Students must have successfully completed the lessons of S1, S2, S3, S4, S5 and S6. 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

- Enterprise resource planning (ERP)
- Organizational theory
- Creativity and innovation management
- Business Intelligence (BI)
- Strategic Marketing
- Performance management and excellence
- Strategic Human Resource Management
- Job interviews
- Leadership

- Entrepreneurship
- Risk and crisis management

طريقة التقييم: تقييم مستمر (100%)

المراجع:

- Burns, P. (2016). Entrepreneurship and small business: start-up, growth and maturity. Bloomsbury Publishing.
- Collins, K. (2012). An introduction to business. Creative Commons by-nc-sa, 3.
- Cotton, D., Falvey, D., & Kent, S. (2011). Upper-Intermediate Market Leader. Business English Course Book.(third edition). Harlow, England: Pearson Longman.
- D. Baker and R. Clark (2011). Oxford English for Careers: Finance. Oxford University Press.
- Helm, S., Cotton, D., Falvey, D., & Kent, S. (2010). Market leader. Accounting and finance: business English. Pearson Longman.
- MacKenzie, I. (2010). English for Business Studies Student's Book: A Course for Business Studies and Economics Students. Cambridge University Press.
- Marks, J. (2007). Banking and Finance. A & C Black Publishers. Second Edition.
- McLaney, E. (2005). Business finance: theory and practice. Pearson education.
- Simon Sweeney. (2019). English for Business Communication. Cambridge University Press.
- Simon Sweeny. (2002). Professional English: Management. Pearson Longman.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: إدارة الأداء والتميز

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعيم: حضوري

أهداف التعليم:

تعريف الطالب بالإطار الفكري والمفاهيمي لإدارة التميز على اعتبار أنها أحد الموضوعات الحديثة التي بدأ الاهتمام بها في نهاية القرن العشرين .

المعارف المسبقة المطلوبة :

نظرية المنظمة، مدخل لعلم اجتماع المنظمات، الإدارة الاستراتيجية ،إدارة الموارد البشرية .

محتوى المادة:

- المحور الأول: الاطار الفكري لإدارة التميز؛
- المحور الثاني: سمات ومتطلبات إدارة التميز؛
- المحور الثالث: نماذج إدارة التميز(النموذج الأوروبي، النموذج الياباني، النموذج الأمريكي)؛
- المحور الرابع: سمات قادة التميز؛
- المحور الخامس: دراسة بعض أنماط التميز(على مستوى جزئي وكلي)؛
- المحور السادس: التميز في الفكر الإسلامي(دراسة بعض الشواهد).

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

المراجع:

- بشار يزيد الوليد، (2009)، المفاهيم الإدارية الحديثة، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن.
- علي السلمي، محمد عبد الفتاح الصيرفي، (2001)، إدارة التميز نماذج وتقنيات معاصرة في عصر المعرفة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.
- Grunig, J. E. (2013). What is excellence in management?. In Excellence in public relations and communication management (pp. 219-250). Routledge.
- Hickman, C. R., & Silva, M. A. (2018). Creating excellence: Managing corporate culture, strategy, and change in the new age. Routledge.

- Kanji, G. K. (2012). Measuring business excellence. Taylor & Francis.
- Porter, L., & Tanner, S. (Eds.). (2012). Assessing business excellence. Routledge.
- Toma, S. G., & Marinescu, P. (2018, May). Business excellence models: a comparison. In Proceedings of the international conference on business excellence (Vol. 12, No. 1, pp. 966-974).

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

- اكتساب الطلبة المصطلحات الأساسية المتعلقة الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية؛
- إدراك الطلبة بأهمية الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية في المنظمات والشركات؛
- إدراك الطلبة بأن نجاح وتحقيق التميز بالمنظمات يتوقف على مدى اهتمامها بالإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية.

المعارف المسبقة المطلوبة :

مقياس الادارة الاستراتيجية؛ مقياس إدارة الموارد البشرية.

محتوى المادة:

- المحور الأول: النظرة الإستراتيجية للمورد البشري.
- المحور الثاني: مدخل للإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية.
- المحور الثالث: تحليل العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية وإستراتيجية المنظمة.
- المحور الرابع: إعداد إستراتيجية الموارد البشرية.
- المحور الخامس: نماذج تصميم إستراتيجية الموارد البشرية.
- المحور السادس: التوظيف الإستراتيجي في المؤسسة.
- المحور السابع: التكوين الإستراتيجي في المؤسسة.
- المحور الثامن: نظام التحفيز كعامل إستراتيجي.
- المحور التاسع: الرقابة الإجتماعية للموارد البشرية كعامل إستراتيجي.
- المحور العاشر: الأدوار الحديثة لإستراتيجية الموارد البشرية.

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

المراجع:

- Armstrong, M. (2011). Armstrong's handbook of strategic human resource management. Kogan Page Publishers.

- Bailey, C., Mankin, D., Kelliher, C., & Garavan, T. (2018). Strategic human resource management. Oxford University Press.
- Ingham, J. (2007). Strategic human capital management. Routledge.
- Salaman, G., Storey, J., & Billsberry, J. (Eds.). (2005). Strategic human resource management: Theory and practice. Sage.
- Schuler, R. S., & Jackson, S. E. (2008). Strategic human resource management. John Wiley & Sons.
- Storey, J., & Wright, P. M. (2023). Strategic human resource management: A research overview.
- Peretti, J. M. (2020). Gestion des ressources humaines. Vuibert.
- Peretti, J. M. (2015). Ressources humaines. Vuibert.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: القيادة الادارية

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

يهدف هذا المقرر لتعريف الطالب بأهم المعارف الضرورية اللازمة لصقل قدرات القادة بمختلف المستويات الإدارية وبكافة أنواع المؤسسات على إدارة وقيادة فرق العمل من خلال تجسيد نموذج أداء للقائد المثالي، القادر على بناء رؤية لفريقه، وإدارة عملية التغيير الإيجابي، من خلال:

- تعريف للطالب على مفهوم القيادة الإدارية وكل المفاهيم المرتبطة به.
- معرفة الطالب على أهم نماذج وأنواع القيادة الإدارية الموجودة في المنظمات
- تمكين الطالب على كيفية بناء فريق العمل.
- فهم الطلبة على طرق إدارة فرق العمل بالمنظمة.

المعارف المسبقة المطلوبة :

معرفة السلوك التنظيمي، نظريات الإدارة، وظائف الإدارة وعلم إجتماع المنظمات

محتوى المادة:

- المحور الأول: ماهية القيادة الإدارية.
- المحور الثاني: أنماط القيادة.
- المحور الثالث: نظريات القيادة.
- المحور الرابع: صناعة القادة.
- المحور الخامس: قيادة التغيير.
- المحور السادس: الاتجاهات الحديثة في القيادة الإدارية.
- المحور السابع: قيادة المنظمات المتعلمة.
- المحور الثامن: قيادة فرق العمل.
- المحور التاسع: القيادة الافتراضية.
- المحور العاشر: نماذج قيادية رائدة.

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

المراجع:

- Benlamri, R., & Sparer, M. (Eds.). (2016). Leadership, Innovation and Entrepreneurship as Driving Forces of the Global Economy: Proceedings of the 2016 International Conference on Leadership, Innovation and Entrepreneurship (ICLIE). springer.
- KEN Blanchard, Susan Fowler, Laurence Hawkins. (2005). Self Leadership and the one Minute Manager: Increasing Effectiveness Through Situational Self Leadership. Harper Collins e-books.
- Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. (2006). The leadership challenge (Vol. 3). John Wiley & Sons.
- MacArthur, J. F. (2006). The book on leadership. Thomas Nelson.
- Morrill, R. L. (2010). Strategic leadership: Integrating strategy and leadership in colleges and universities. Rowman & Littlefield Publishers.
- Sutton, J. (2008). Coaching leadership transitions. The 2008 Pfeiffer annual leadership development.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: إدارة المشاريع الإلكترونية

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

الهدف العام من هذه المادة التعليمية هو التعرف على استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في إدارة المشاريع و التحكم في مختلف وظائف الإدارة (التخطيط-التنظيم-التوجيه-المراقبة)باستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال.

كما يمكن حصر الأهداف التي يراد تحقيقها من خلال تعلم هذه المادة في النقاط التالية:

- التمييز بين المفاهيم المرتبطة بإدارة المشاريع الالكترونية:الأعمال الكترونية-التجارة الالكترونية-الإدارة الالكترونية
- التعرف على المتطلبات الثقافية ،البشرية و التكنولوجية الضرورية لإرساء إدارة المشاريع الالكترونية
- التعرف على بعض التطبيقات الأساسية المستخدمة في إدارة المشاريع الكترونيا على مستوى الوظائف الأساسية للمؤسسة

المعارف المسبقة المطلوبة :

- إدارة المشاريع ، نظام المعلومات الإدارية و إدارة نظام المعلومات

محتوى المادة:

- المحور الأول: مدخل مفاهيمي حول إدارة المشاريع الالكترونية و المصطلحات المرتبطة بها
- المحور الثاني: دور مدير الأعمال **Manager** في تبني و إرساء إدارة المشاريع الالكترونية
- المحور الثالث: المتطلبات الأساسية لإرساء إدارة المشاريع الالكترونية
- المحور الرابع: وظائف إدارة المشاريع الالكترونية (التخطيط ، التنظيم ، التوجيه والرقابة)
- المحور الخامس: الإدارة الالكترونية لبعض الوظائف الأساسية في المؤسسة.

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

المراجع

- Chaffey, D. (2007). E-business and E-commerce Management: Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education.

- Chesbrough, H. (2011). Open services innovation: Rethinking your business to grow and compete in a new era. John Wiley & Sons. Nutting, M. R., & Freedman, D. M. (2015). Equity crowdfunding for investors: A guide to risks, returns, regulations, funding portals, due diligence, and deal terms. John Wiley & Sons.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2004). Management information systems: Managing the digital firm. Pearson Educación. Kenneth Kalika, M. (2006). Management et TIC, 5 ans de e-management.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

اسم المادة: برمجيات إحصائية

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

يهدف هذا المقياس إلى تمكين الطالب من التعامل مع مختلف البرمجيات الإحصائية المستخدمة في التحليل الإحصائي والكيفي، كما سيكون قادرا على إجراء مختلف الاختبارات الإحصائية ومعالجة مختلف البيانات الكمية والكيفية مما يمكنه من إعداد مذكرته وأبحاثه بسهولة.

المعارف المسبقة المطلوبة :

يجب أن يكون الطالب له قدرة التحكم استخدام تقنيات وأدوات الاعلام الألي خاصة برنامج الإكسل وأن يملك خلفية عن الإحصاء بشكل عام.

محتوى المادة:

- المحور الأول: مدخل إلى البرمجيات الإحصائية وآليات عملها
- المحور الثاني: تطبيقات برمجية التحليل الاحصائي SPSS
- المحور الثالث: تطبيقات برمجية التحليل القياسي EVIEWS
- المحور الرابع: تطبيقات برمجيات النمذجة بالمعادلة البنائية: (AMOS, SMARTPLS...)
- المحور الخامس: تطبيقات برمجيات التحليل الكيفي: (NVIVO، MAXQDA، ...)

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

المراجع:

- Agung, I. G. N. (2011). Time series data analysis using EViews. John Wiley & Sons.
- Griffiths, W. E., Hill, R. C., & Lim, G. C. (2012). Using EViews for principles of econometrics. John Wiley & Sons, Inc.
- Jackson, K., & Bazeley, P. (2019). Qualitative data analysis with NVivo. Sage.
- Mehmetoglu, M., & Jakobsen, T. G. (2022). Applied statistics using Stata: a guide for the social sciences. Sage.

- Mueller, R. O., & Hancock, G. R. (2019). Structural equation modeling. Routledge/Taylor & Francis Group.
- Pallant, J. (2020). SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using IBM SPSS. McGraw-hill education (UK).
- Rädiker, S. (2020). Focused analysis of qualitative interviews with MAXQDA: Step by step.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

اسم المادة: إدارة التعاقد والتفاوض

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

تمكين الطالب من إتقان مراحل عملية التفاوض وكيفية إدارة كل منها مع الإلمام بماهية العقد التجاري وصوره.

.المعارف المسبقة المطلوبة :

مكتسبات أساسية: قانون تجاري، تقنيات التجارة والتجارة الدولية.

محتوى المادة

- المحور الأول: مقدمة حول ادارة التعاقد والتفاوض
- المحور الثاني: مفاهيم التفاوض
- المحور الثالث: استراتيجيات التفاوض وتكتيكاته
- المحور الرابع: الاجراءات العملية للتحضير للتفاوض
- المحور الخامس: المتغيرات الاساسية في التفاوض واهمية كل متغير
- المحور السادس: استراتيجيات التفاوض بحسب الاهداف التفاوضية
- المحور السابع: استخدام مهارات التفاوض
- المحور الثامن: العقود: آلياتها وأشكالها
- المحور التاسع: عناصر العقد
- المحور العاشر: نماذج عن بعض العقود.

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

المراجع:

- السيد عليوة، (2002)، مهارات التفاوض والعقود التحكيم الدولي، الطبعة الأولى، دار الأمين، مصر.
- محمد طارق، (2006)، مهارات التفاوض والتعاقد الحديثة في المجالات المختلفة، الدار الجامعية، مصر.
- مصطفى محمود أبو بكر، (2005)، التفاوض الناجح مدخل استراتيجي سلوكي، الدار الجامعية، مصر.

- Garrett, G. A. (2005). Contract negotiations: Skills, tools, and best practices. Wolters Kluwer.
- Gooden, V. (1998). Contracting and negotiation: Effective practices of successful human service contract managers. Public Administration Review, 499-509.
- Guth, S. (2007). The Contract Negotiation Handbook: An Indispensable Guide for Contract Professionals. Lulu. com.
- Raiffa, H. (1982). The art and science of negotiation. Harvard University Press.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الاستكشافية

اسم المادة: قانون المنافسة وحماية المستهلك

الرصيد: 02

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

- معرفة الطالب لمجال قانون المنافسة وحماية المستهلك وكيفية تجسيد المكتسبات في الحياة العملية تكوين الطلبة في مجال قانون المنافسة.
- إرساء قواعد وقائية من شأنها تحسين وحماية وضعية المستهلك، وفي هذا الإطار يحاول قانون المنافسة التوفيق بين حماية السوق من جهة، وحماية المستهلك من جهة ثانية. وعندما لا تكفي هذه القواعد الوقائية تتدخل قواعد المنافسة بالتنسيق مع قواعد حماية المستهلك لردع المخالفات.

المعارف المسبقة المطلوبة :

معرفة الطالب لمجال مدخل للقانون ، قانون تجاري، قانون الاعمال

محتوى المادة:

- المحور الأول: مدخل الى قانون المنافسة وحماية المستهلك
- المحور الثاني: تشريع المنافسة في الجزائر
- المحور الثالث: العلاقة بين تشريع المنافسة و حماية المستهلك
- المحور الرابع: كيفية حماية المستهلك من خلال قانون المنافسة
- المحور الخامس: الهيئات الادارية المشرفة على المنافسة.

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

المراجع:

- المرسوم الرئاسي رقم 15-247 المتعلق بالصفقات العمومية و تفويضات المرفق العام المؤرخ في 16 سبتمبر 2015(الجريدة الرسمية رقم 50 لسنة 2015.)
- أحمد محمد الرفاعي، (1994)، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية.
- أمر رقم 03/03المؤرخ في2003/07/19 يتعلق بالمنافسة، ج.ر عدد43 المعدل والمتمم بالقانون رقم:12/08المؤرخ في25يوليو2008جر عدد36.
- القانون رقم02/04المؤرخ في2004/06/23المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ج.ر عدد41.

- المرسوم التنفيذي رقم 11-241 المؤرخ في 10 يوليو 2011 الذي يحدد تنظيم مجلس المنافسة و سيره المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 15-79 المؤرخ في 8 مارس 2015 . متوفر في الموقع الالكتروني لمجلس المنافسة
- المرسوم التنفيذي رقم 11-242 المؤرخ في 10 يوليو 2011 المتضمن إنشاء النشرة الرسمية للمنافسة و يحدد مضمونها و كذا كيفيات إعدادها.
- Amato, G., & Ehlermann, C. D. (2007). EC competition law. A critical assessment.
- François brunet , (2009), jury Canivet , le nouveau droit communautaire de la concurrence , paris.
- Geradin, D., Layne-Farrar, A., & Petit, N. (2012). EU competition law and economics. OUP Oxford.
- Laurence Nicole . (2008). Droit de la concurrence théorie et pratique, Paris, Vuibert.
- Louis Vogel . (2012). Droit de la concurrence , Paris .
- Whish, R., & Bailey, D. (2021). Competition law. Oxford University Press.

عنوان الماستر: إدارة الأعمال

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأفقية

اسم المادة: ندوة في إدارة الأعمال

الرصيد: 01

المعامل: 01

نمط التعليم: حضوري + عن بعد

أهداف التعليم:

يهدف هذا المقرر لتعريف الطالب بالموضوعات الحديثة والمعاصرة في علم الادارة، والتي لم يتم تناول معظمها في المقاييس السابقة، وخصوصاً ان بعض هذه الموضوعات ما زالت حديثة، فهي تبقى مواضيع مختارة يكيفها أستاذ المقياس حسب الظروف الراهنة

المعارف المسبقة المطلوبة :

مدخل لإدارة الاعمال، تسيير المؤسسة، وظائف الادارة وعلم اجتماع المنظمات، معرفة السلوك التنظيمي.

محتوى المادة:

- المحور الأول: أداء المنظمات
- المحور الثاني: إدارة التميز
- المحور الثالث: إدارة الوقت
- المحور الرابع: رأس المال الفكري
- المحور الخامس: اليقظة الاستراتيجية
- المحور السادس: الذكاء التنافسي
- المحور السابع: المنظمات الذكية

طريقة التقي تقييم مستمر (100%)

المراجع:)

- حسين علي الزعبي، (2019)، قضايا معاصرة في موضوعات الإدارة، دار وائلللنشر والتوزيع، الاردن.
- Certo, S. C., & Certo, S. T. (2009). Modern management: concepts and skills. 11th. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Cohen, W. A. (2009). Drucker on leadership: New lessons from the father of modern management. John Wiley & Sons.
- Drucker, P. (2018). The daily drucker. Routledge.

- Drucker, P. F. (1993). Managing for the Future. Routledge.
- Drucker, P. F. (2020). The essential drucker. Routledge.
- Edersheim, E. H. (2007). The definitive drucker (Vol. 162). New York: McGraw-Hill.
- Wilson, J. F., & Thomson, A. (2006). The making of modern management: British management in historical perspective. OUP Oxford.

السداسي : الرابع

وحدة التعليم : أساسية

المادة : دراسة ميدانية تتوج بمذكرة ماسترتناقش

الرصيد: 30

المعامل: 4

نمط التعليم: حضوري وعن بعد

طريقة التقييم: تقيم مستمر