

# الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

## نموذج مطابقة

عرض تكوين

ل. م. د

ليسانس أكاديمية

2016-2015

القسم	الكلية/ المعهد	المؤسسة
العلوم التجارية	العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير	جامعة فرحات عباس سطيف 1

التخصص	الفرع	الميدان
تسويق	العلوم التجارية	العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR  
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

## Canevas de mise en conformité

### OFFRE DE FORMATION L.M.D.

### LICENCE ACADEMIQUE

2016 - 2015

Etablissement	Faculté / Institut	Département
Université Ferhat Abbas, Sétif 1	Faculté des sciences économiques, de gestion et commerciales	Sciences commerciales

Domaine	Filière	Spécialité
sciences économiques, de gestion et commerciales	Sciences commerciales	Marketing

### الفهرس

I - بطاقة تعريف الليسانس ----- ص 04

1-تحديد مكان التكوين-----	ص05
2 - المشاركون الآخرون -----	ص05
3 - إطار وأهداف التكوين-----	ص06
أ - التنظيم العام للتكوين: مكانة المشروع-----	ص06
ب-أهداف التكوين-----	ص07
ج- المؤهلات و الكفاءات المستهدفة-----	ص07
د- القدرات الجهوية والوطنية لقابلية التشغيل-----	ص07
هـ-الجسور نحو تخصصات أخرى-----	ص08
و- مؤشرات النجاعة لمتابعة التكوين -----	ص08
4-الإمكانيات البشرية المتوفرة-----	ص09
أ- قدرات التأطير-----	ص09
ب- التأطير الداخلي المسخر للتكوين في التخصص -----	ص09
ج - التأطير الخارجي المسخر للتكوين في التخصص -----	ص10
د -الحوصلة الإجمالية للموارد البشرية المسخرة للتكوين-----	ص11
5-الإمكانيات المادية المتوفرة للتكوين في التخصص-----	ص12
أ- المخابر البيداغوجية والتجهيزات -----	ص12
ب- ميادين التربص والتكوين في المؤسسات-----	ص13
ج-التوثيق المتوفر في المؤسسة الجامعية والمتعلقة بعرض التكوين المقترح-----	ص13
د- فضاءات الأعمال الشخصية وتكنولوجيات الإعلام والاتصال المتوفرة بالمعهد أو الكلية --	ص13
<b>II -بطاقة التنظيم السداسي للتعليمالتخصصي-----</b>	ص15
- السداسي الخامس-----	ص19
- السداسي السادس-----	ص20
- الحوصلة إجمالية للتكوين-----	ص21
<b>III - البرنامج المفصل لكل مادة في السداسيين الخامس والسادس-----</b>	ص22
<b>IV - العقود/الاتفاقيات-----</b>	ص85
<b>V -سيرة ذاتية ملخصة لكل شخص من الفرقة البيداغوجية المعنية بالتكوين في التخصص-----</b>	ص88
<b>VI - رأي وتأشيرة الهيئات الإدارية والعلمية-----</b>	ص98
<b>VIII- رأي تأشيرة الندوة الجهوية-----</b>	ص99
<b>VIII- رأي وتأشيرة اللجنة البيداغوجية الوطنية للميدان-----</b>	ص99

## I- بطاقة تعريف الليسانس

### 1- تحديد مكان التكوين:

كلية أو معهد : العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة سطيف 1 – سطيف -

قسم : العلوم التجارية

رقم قرار تاهيل لليسانس: 269 (يتم إرفاق نسخة من قرار التاهيل)

## 2- المشاركون الآخرون:

- المؤسسات الشريكة الأخرى: لا شيء

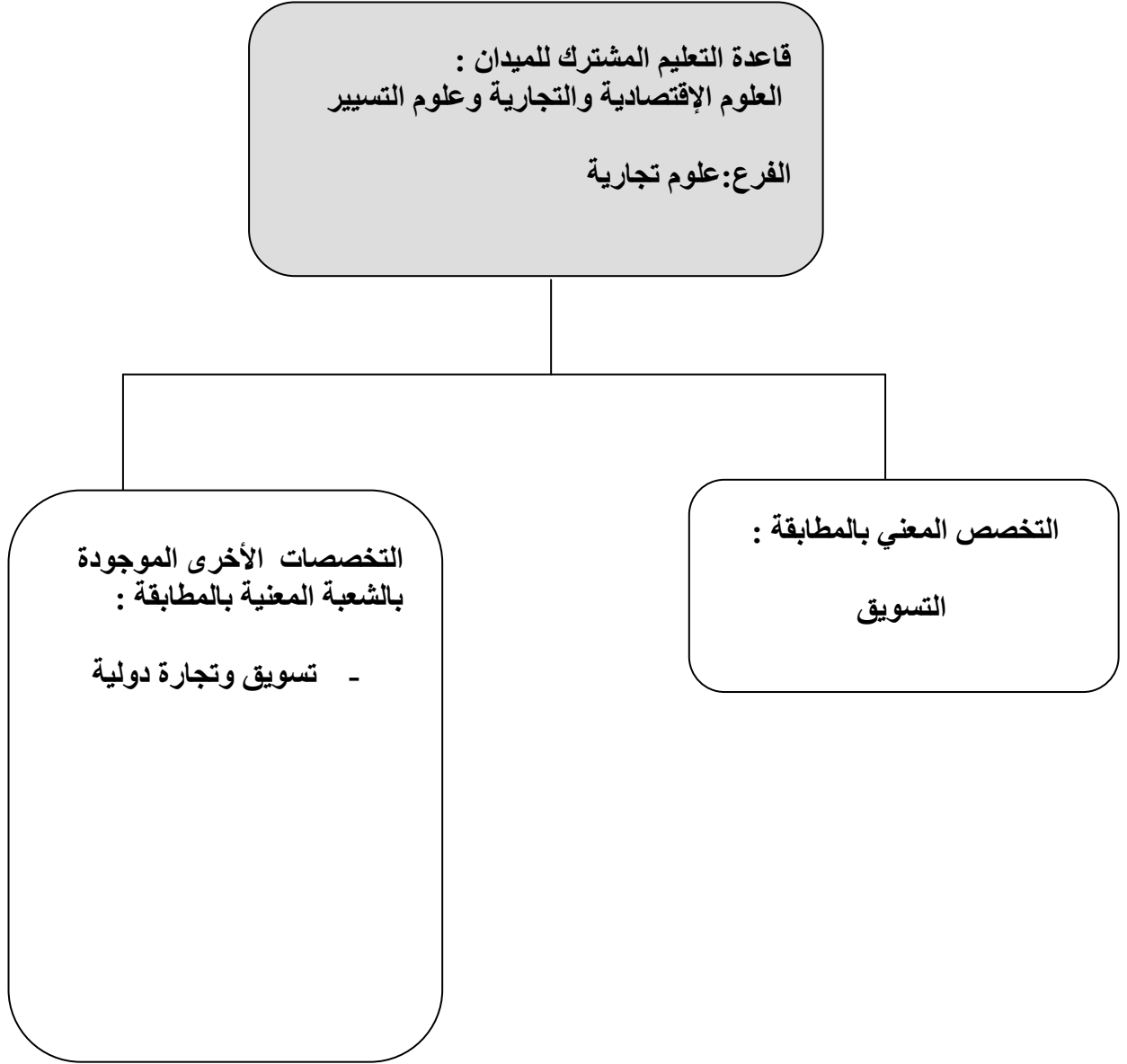
- المؤسسات و الشركاء الاجتماعيون الاقصاديون الآخرون: لا شيء

- الشركاء الدوليون الأجانب : لا شيء

## 3- إطار وأهداف التكوين:

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

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



## ب- أهداف التكوين

يسمح التسويق بتحضير و تكوين الكوادر البشرية في مجال التسويق و إعداد البحوث التسويقية و تقييم الفرص و التهديدات التسويقية في ظل بيئة متغيرة و هذا من خلال إكساب الطالب المهارات التالية:

- 1- التحكم في الأساليب و التقنيات المعتمدة في دراسة و انجاز البحوث التسويقية ؛
- 2- القدرة على تشخيص و تحليل و تقييم الفرص و التهديدات التسويقية بكفاءة و فعالية؛
- 3- القدرة على تقييم البدائل التسويقية بكفاءة و فعالية؛
- 4- تتاح للطالب القدرة على التمكن من اكتساب منهج علمي يتمثل في تحديد المشكلة و نوع مصادر البيانات و إعداد قوائم و نماذج جمع البيانات و اختبار مفردات البحث و جمع البيانات مبيدانا و مكتيبا و مراجعتها و تحليلها و استخلاص النتائج منها و كتابة التقرير ؛
- 5- القدرة في التخطيط و الرقابة و اتخاذ القرارات التسويقية بكفاءة و فعالية من اجل بناء تنبؤات مستقبلية حول الطلب المستقبلي .
- 6- القدرة على تشخيص المشاكل التسويقية و حلها و اتخاذ القرارات و رسم الاستراتيجيات و الخطط التسويقية المناسبة ، الإيداع و التفكير الخلاق و تنمية قدرتهم على نقل و تطبيق المعرفة في مجال عملهم بعد التخرج و التعيين

## ج- المؤهلات و الكفاءات المستهدفة

تكمّن المؤهلات و القدرات المستهدفة في الطلبة المسجلين في الجذع المشترك مجال العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير الذين يمتلكون مؤهلات في التسويق و اجتازوا بنفوق مرحلة الجذع المشترك.

## د- القدرات الجهوية و الوطنية للقابلية للتشغيل:

يعتمد نجاح المؤسسة على مدى جودة و كفاءة القرارات التسويقية المتخذة بداخلها و يعتبر قرار التحكم في إعداد و انجاز البحوث و الدراسات التسويقية جوهر الوظيفة التسويقية و عليهما يتوقف نجاح المؤسسة من عدمه. و تشهد السنوات الأخيرة طلبا كبيرا على الإطارات التسويقية المؤهلة في مجال دراسات و أبحاث التسويق خاصة في ظل التطورات التي تشهدها المؤسسات الاقتصادية الجزائرية نتيجة اللجوء إلى تطبيق الأساليب الحديثة في الإدارة و التسيير. و بقي سوق العمل في الجزائر يعاني من عجز في إمداد المؤسسات بإطارات متخصصة في هذا المجال، ذلك أن هذا التكوين قلما توفره المؤسسات الجامعية حاليا و هو الآن منحصر في مجالات تكوين تمنحها المعاهد المتخصصة، و عليه فإن فتح هذا التخصص على مستوى الليسانس من شأنه المساهمة في حل هذا المشكل من خلال مد الطالب بكم هائل و نوعي من المعلومات التي تسمح له بالفهم الواضح لدراسات و بحوث التسويق من مرحلة الإعداد إلى كنانة التقرير النهائي و يمد الطلبة بأساس قوى من المعرفة و الأدوات التسويقية المعاصرة و المهارات اللازمة بما يمكنهم من الحصول على وظائف متعددة في مجال التسويق، و عليه فإن دراسة هذا التخصص يسمح للطالب بالحصول على فرص عمل في العديد من المجالات ذات الصلة بالتسويق و أهمها:

- 1- العمل في مجال التسويق بالمؤسسات العمومية و الخاصة.
- 2- العمل كمختص أو مستشار تسويقي في مكاتب الدراسات التسويقية .

- 3- العمل في مكاتب الإعلان والإشهار والترويج.  
4- العمل في الهيئات و الإدارات ذات التوجه التسويقي.

#### هـ- الجسور نحو تخصصات أخرى

- يسمح هذا التكوين للطلبة المستفيدين منه في الذهاب نحو تخصصات أخرى منها:
- إمكانية متابعة الدراسة بعد الحصول على شهادة الليسانس بالتسجيل في الماستر
  - إمكانية المرور لتخصص التسويق الاستراتيجي والتسويق الخدمي
  - إمكانية متابعة ماستر قوة البيع الذي في طور الانجاز
  - إمكانية متابعة ماستر سياسة الاتصال في طور الانجاز

#### و- مؤشرات النجاعة لمتابعة التكوين

نظرا لأهمية هذا التخصص على المستوى الإقتصادي الجزئي أي مختلف المؤسسات الإقتصادية، والمستوى الكلي أي الإقتصاد الوطني ككل، فإن كل هذا يفتح أفاق كبيرة لديمومة هذا التخصص على المدى البعيد باعتباره يمثل بعد إستراتيجي للاقتصاد الوطني، وعليه فنسبة نجاح هذا التخصص سوف تكون مرتفعة نظرا للزيادة المرتقبة في الطلب على أصحاب الكفاءات والمهارات في تخصص تسويق من طرف القطاع الإقتصادي بمختلف مستوياته، كما تمتلك المؤسسة الجامعية فريق تكوين ومجموعة أساتذة ذوي خبرات وكفاءات بيداغوجية تمكن من متابعة النشاط البيداغوجي للطلبة بدقة أثناء التكوين النظري، وحتى الميداني في الخرجات الميدانية والتربصات والتقارير وانجاز المذكرات، كما يعمل طاقم التكوين على تلقين الطلبة عدة كفاءات ومهارات تساعد في التكيف والتأقلم بشكل سريع و جيد في عالم الشغل.



-الإمكانات البشرية المتوفرة

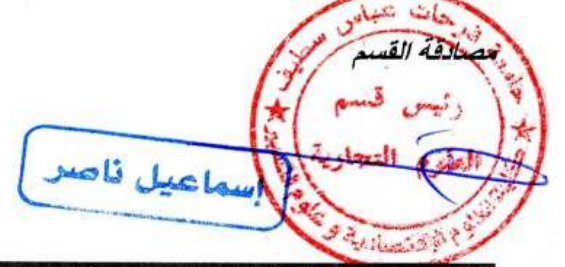
أ- قدرات التأطير (يفصح عنها من خلال أعداد الطلبة الذين يمكن إدماجهم في التكوين قيد العرض)

يمكن هذا التخصص من دمج عدد معتبر من الطلبة و ذلك راجع لقدرة الإستيعابية بالكلية من جهة، وكذلك لارتفاع عدد الطلبة في سنوات الجذع المشترك بالسنة الثانية فرع تجارة بالخصوص وتقديرها يمكن أن يصل عدد الطلبة تقريبا من 65 إلى 85 طالب .  
ب- التأطير الداخلي المسخر للتكوين في التخصص (يملا ويصادق عليه من طرف الكلية أو المعهد)

الاسم واللقب	شهادة التدرج	شهادة الإختصاص (ماجستير-دكتوراه)	الرتبة	المواد المدرسة	التوقيع
قصاص الطيب	ماجستير	تسويق	أستاذ مساعد أ	بحوث التسويق	
قطاف ليلي	دكتوراه دولة	مالية دولية وتسويق	أستاذ تعليم عالي	التسويق الالكتروني	
رقاد صليحة	ماجستير	إدارة الأعمال	أستاذ مساعد أ	إدارة العلاقة مع العملاء	
كورو غلي بدرة	ماجستير	إدارة أعمال	أستاذ مساعد أ	الأساليب الكمية في التسويق	
لعمش حسام	ماجستير	تسويق وإدارة الأعمال	أستاذ مساعد أ	التسويق الخدمي	
عصماني سفيان	ماجستير	تسويق	أستاذ مساعد أ	سلوك المستهلك- نظم المعلومات التسويقية	
بن سالم فاروق	ماجستير	تسويق	أستاذ مساعد أ	الإتصالات التسويقية – المفاوضات التسويقية	
بوناب سامية	ماجستير	تسويق	أستاذ مساعد أ	التسويق الدولي	
شياذ فيصل	دكتوراه علوم	تسويق و نماذج احصائية	أستاذ محاضر ب	نماذج إحصائية	
سمارة منية	ماجستير	اعلام الى	أستاذ مساعد أ	إعلام الي	
تبانى عبد الفتاح	ماجستير	اقتصاد	أستاذ مساعد أ	إنجليزية	
مسعودي هشام	ماجستير	تسويق	أستاذ مساعد أ	تسويق استراتيجي	

مصادقة الكلية أو المعهد

عميد الكلية  
أ.د. صباح صالحي



ج- التأطير الخارجي المسخر للتكوين في التخصص

التوقيع	المواد المدرسة	الرتبة	شهادة التخصص ماجستير - دكتوراه	شهادة التدرج	مؤسسة الانتماء	الاسم واللقب

مصادقة الكلية أو المعهد

مصادقة القسم

د- الحوصلة الإجمالية للموارد البشرية المسخرة للتكوين (سنة 3)

المرتبة	العدد الداخلي	العدد الخارجي	المجموع
أستاذ التعليم العالي	01	X	01
أستاذ محاضر ب	01	X	01
أستاذ مساعد أ	10	X	10
أخرى *	03	X	03
المجموع	15	00	15

\* أخرى: مستخدمو الدعم والتقنيين

5-الإمكانات المادية المتوفرة للتكوين في التخصص :

أ- المخابر البيداغوجية والتجهيزات : تقديم بطاقة عن التجهيزات البيداغوجية المتوفرة بالنسبة للأعمال التطبيقية للتكوين المقترح. (بطاقة لكل مخبر)

عنوان المخبر : مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورومغاربي.

رئيس المخبر : الأستاذ الدكتور : بوهزة محمد
رقم اعتماد المخبر : 2002/274
التاريخ :
رأي رئيس المخبر :  <b>مدير المخبر</b> <b>د. بوهزة محمد</b>

قدرات الاستيعاب (عدد الطلبة) : 200 طالب

الرقم	عنوان التجهيز	العدد	الملاحظات
01	جهاز الإعلام الآلي	20	في حالة جيدة
02	طابعة	08	في حالة جيدة
03	آلة نسخ	02	في حالة جيدة
04	جهاز عرض البيانات	04	في حالة جيدة
05	مكتبة	01	في حالة جيدة
06	قاعات مطالعة	01	في حالة جيدة

- التجهيزات :

الرقم	عنوان التجهيز	العدد	الملاحظات
01	قاعات التدريس	40	//
02	المدرجات	08	//
03	مراكز حسابات	05	//
04	قاعة مطالعة	02	//
05	قاعة الانترنت	01	//

## ب- ميادين التربص و التكوين في المؤسسات

مكان التربص	عدد الطلبة	مدة التربص
مؤسسة عنتر تراد condor لإنتاج الأجهزة الإلكترونية	20	يومان في الشهر
شركة موبليس	20	يومان في الشهر
بنك سوسيتي جنرال الجزائر	20	يومان في الشهر
فندق الربيع بولاية سطيف	20	يومان في الشهر
بنك البركة الجزائري	20	يومان في الشهر
نجمة	20	يومان في الشهر
كال بلاست	20	يومان في الشهر

## ج- التوثيق المتوفر في المؤسسة الجامعية و المتعلقة بعرض التكوين المقترح

تتوفر الكلية على:

- تحتوي المكتبة على 49660 كتاب منها: 7235 عنواناً باللغة العربية (35320 نسخة) و 4745 عنواناً باللغة الأجنبية (14340 نسخة) بالإضافة إلى مجموعة معتبرة من القواميس.
- بالإضافة إلى 113 مجلة - وطنية ودولية - الخاصة بالعلوم الاقتصادية، منها 87 عنواناً باللغة الفرنسية و 26 عنواناً باللغة العربية.
- البحوث والملفات -الوطنية والدولية : منها 362 عنواناً باللغة العربية، و 176 عنواناً باللغة الأجنبية.
- كتب المؤتمرات المنظمة من طرف الكلية منذ سنة 2003.

## د- مقرات الأعمال الشخصية و تكنولوجيات الإعلام و الاتصال المتوفرة بالمعهد أو الكلية

تتوفر الكلية على:

- 3 مكتبات كاملة التجهيز ومحدثة العناوين، مقسمة على مستويات الدراسة، حيث توفر مكتبة لطلبة الجذع المشترك، ومكتبة عامة على مستوى المقر الرئيس للكلية، بالإضافة إلى تخصيص مكتبة لطلبة الماستر والدراسات العليا على مستوى مدارس الدكتوراه؛
- كما أن كل مكتبة مزودة بقاعة مطالعة خاصة بها أكثر من 400 مقعد؛
- توفير خاصة البحث عن الكتب أليا عبر أجهزة مخصصة للعملية، ومن خلال موقع الكلية على الانترنت؛
- توفر الكلية خدمة الانترنت على شبكة الويفي wifi تغطي مدارس الدكتوراه وقاعات المكتبات والمطالعة جميعها؛
- مكتبة إلكترونية على شبكة الانترنت للكلية توفر إمكانية الولوج والتحميل لأكثر من 5000 مرجع علمي في الاقتصاد؛
- يوفر مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مكتبته الخاصة وقاعة الانترنت وتجهيزات الاعلام الآلي والطباعة والنسخ؛

- 3 قاعات أنترنت بها أكثر من 150 كمبيوتر ثابت؛
- 5 مراكز حسابات؛
- جميع المدرجات وقاعات الدراسة مجهزة بأجهزة الإعلام الآلي وآلات العرض P data-show؛
- بالإضافة لتوفر الكلية على موقع الكتروني ديناميكي وفعال، [www.univ-ecose.tif.com](http://www.univ-ecose.tif.com) يوفر العديد من الخدمات للطلبة.

## II- بطاقة التنظيم السداسي للتعليم التخصصي (السداسيين 5 و6)

ملحق: برنامج التعليم القاعدي المشترك لشهادة الليسانس  
 جذع مشترك لميدان " علوم اقتصادية، تسيير وعلوم تجارية "

السداسي الأول

نوع التقييم	أخرى*	الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			المعامل	الآرصدة	المواد		وحدات التعليم
			أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس			العنوان	العنوان	
X	X	00سا45	00سا45	30سا1	30سا1	2	5	مدخل للإقتصاد		وحدة تعليم أساسية الرمز: وت أس 11 الارصدة: 18 المعامل: 8
X	X	00سا45	00سا45	30سا1	30سا1	2	5	إقتصاد جزئي 1		
x	X	00سا45	00سا45	30سا1	30سا1	2	4	محاسبة عامة 1		
X	X	00سا45	00سا45	30سا1	30سا1	2	4	تاريخ الوقائع الاقتصادية		
X	X	00سا40	00سا45	30سا1	30سا1	2	4	إحصاء 1		وحدة تعليم منهجية الرمز: وت م 11 الارصدة: 9 المعامل: 5
X	X	00سا40	00سا45	30سا1	30سا1	2	4	رياضيات 1		
X		00سا40	30سا22		30سا1	1	1	منهجية البحث 1		
X		00سا40	30سا22		30سا1	1	1	مدخل للقانون		وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت إس 11 الارصدة: 2 المعامل: 2
X		00سا40	30سا22		30سا1	1	1	مدخل لعلم الاجتماع		
X	X	00سا40	30سا22	30سا1		1	1	لغة أجنبية 1		وحدة تعليم أفقية الرمز: وت أف 11 الارصدة: 1 المعامل: 1
		00سا420	00سا360	90سا0	00سا15	16	30	مجموع السداسي الأول		

\* عمل إضافي عن طريق التشاور السداسي

ملحق: برنامج التعليم القاعدي المشترك لشهادة الليسانس  
 جذع مشترك لميدان " علوم اقتصادية، تسيير وعلوم تجارية "

السداسي الثاني

نوع التقييم	أخرى*	الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			المعامل	الآرصدة	المواد		وحدات التعليم
			أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس			العنوان	العنوان	
X	X	00سا45	00سا45	30سا1	30سا1	2	6	مدخل لإدارة الأعمال		وحدة تعليم أساسية الرمز: وت أس 21 الارصدة: 16 المعامل: 6
X	X	00سا45	00سا45	30سا1	30سا1	2	6	إقتصاد جزئي 2		
X	X	00سا45	00سا45	30سا1	30سا1	2	4	محاسبة عامة 2		
X	X	00سا45	00سا45	30سا1	30سا1	2	4	إحصاء 2		وحدة تعليم منهجية الرمز: وت م 21 الارصدة: 11 المعامل: 6
X	X	00سا45	00سا45	30سا1	30سا1	2	4	رياضيات 2		
	X	00سا45	00سا45	30سا1	30سا1	2	3	إعلام ألي		
X		00سا45	30سا22		30سا1	1	1	قانون تجاري		وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت إس 21 الارصدة: 2 المعامل: 2
X		00سا45	30سا22		30سا1	1	1	علم اجتماع المنظمات		
X	X	00سا45	30سا22	30سا1		1	1	لغة أجنبية 2		وحدة تعليم أفقية الرمز: وت أف 21 الارصدة: 1 المعامل: 1
		00سا405	30سا337	30سا10	30سا10	15	30	مجموع السداسي الثاني		

\* عمل إضافي عن طريق التشاور السداسي



ملحق برنامج التعليم للسنة الثانية ليسانس  
ميدان " علوم اقتصادية، تسيير وعلوم تجارية " فرع " علوم تجارية "

سداسي الثالث

نوع التقييم	أخرى*	الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			العمل	الترصدة	المواد	وحدات التعليم	
			أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس					العنوان
X	X	00سا75	00سا45	30سا	30سا	2	6	تسيير المؤسسة	وحدة تعليم أساسية الرمز : وت أس 1.2 الأرصدة : 17 المعامل : 6	
X	X	00سا75	00سا45	30سا	30سا	2	6	اقتصاد كلي 1		
X	X	00سا55	00سا45	30سا	30سا	2	5	محاسبة تحليلية		
X	X	00سا30	00سا45	30سا	30سا	2	3	إحصاء 3	وحدة تعليم منهجية الرمز : وت م 1.2 الأرصدة : 7 المعامل : 5	
X	X	00سا30	00سا45	30سا	30سا	2	3	رياضيات المؤسسة		
X		30سا2	30سا22		30سا	1	1	منهجية البحث 2		
X	+	00سا55	00سا45	30سا	30سا	2	4	اقتصاد نقدي وأسواق رأس المال	وحدة تعليم استكشافية الرمز : وت إس 1.2 الأرصدة : 5 المعامل : 2	
X		30سا2	30سا22	30سا	30سا	2	1	إعلام آلي 2		
X		30سا2	30سا22	30سا		1	1	لغة أجنبية 3	وحدة تعليم أفقية الرمز : وت أفا 1.2 الأرصدة : 1 المعامل : 1	
		30سا327	30سا337	30سا1	00سا10	00سا12	16	30	مجموع السداسي الثالث	



ملحق برنامج التعليم للسنة الثانية ليسانس  
ميدان "علوم اقتصادية، تسيير وعلوم تجارية" فرع "علوم تجارية"

سداسي الرابع

نوع التقييم	أخرى*	الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			الساعات	الوقت	المواد	وحدات التعليم
			أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس				
X	X	00سا75	00سا45	30سا	30سا	2	6	اقتصاد المؤسسة	وحدة تعليم أساسية الرمز : وت م 2.2 الأرصدة : 16 المعامل : 5
X		00سا75	00سا45	30سا	30سا	2	6	اقتصاد كلي 2	
X	X	30سا57	30 سا 22		30سا	1	4	مالية عامة	
X	X	00سا55	00سا45	30سا	30سا	2	5	تسويق	وحدة تعليم منهجية الرمز : وت م 2.2 الأرصدة : 10 المعامل : 4
X	X	00سا80	00سا45	30سا	30سا	2	5	رياضيات مالية	
X	+	00سا30	00سا45	30سا	30سا	2	3	اعلام آلي 3	وحدة تعليم استكشافية الرمز : وت إس 2.2 الأرصدة : 3 المعامل : 2
X		30سا2	30سا22		30سا	1	1	فساد وأخلاقيات العمل	وحدة تعليم أفقية الرمز : وت أف 2.2 الأرصدة : 1 المعامل : 1
		00سا375	00سا270	30سا1	00سا6	30سا10	12	30	مجموع السداسي الرابع



- السداسي الخامس:

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي 16-14 أسبوع	وحدة التعليم
امتحان	متواصل			أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة		
		18	08	17		06	06	435	وحدات التعليم الأساسية
X	X	05	02	5		1.5	1.5	120	نظم المعلومات التسويقية
X	X	05	02	5		1.5	1.5	120	بحوث التسويق
X	X	04	02	3.5		1.5	1.5	97.5	سلوك المستهلك
X	X	04	02	3.5		1.5	1.5	97.5	الاتصال
		09	04	07.5		03	03	202.5	وحدات التعليم المنهجية
X	X	05	02	4.5		1.5	1.5	112.5	التسويق الخدمي
X	X	04	02	03		1.5	1.5	90	المفاوضات التسويقية
		02	02		1.5		1.5	45	وحدات التعليم الإستشفائية
X	X	02	02		1.5		1.5	45	إعلام ألي
		01	01			1.5		22.5	وحدة التعليم الأفقية
X	X	01	01			1.5		22.5	لغة أجنبية 5
		<b>30</b>	<b>17</b>	<b>367.5</b>	<b>22.5</b>	<b>157.5</b>	<b>157.5</b>	<b>705</b>	<b>مجموع السداسي 5</b>

-السداسي السادس:

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي 16-14 أسبوع	وحدة التعليم
امتحان	متواصل			أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة		
		18	06	18		4.5	4.5	405	وحدات التعليم الأساسية
X	X	06	02	06		1.5	1.5	135	تسويق استراتيجي
X	X	06	02	06		1.5	1.5	135	تسويق دولي
X	X	06	02	06		1.5	1.5	135	تسويق إلكتروني
		09	05	7.5		03	03	202.5	وحدات التعليم المنهجية
X	X	03	02	1.5		1.5	1.5	67.5	الأساليب الكمية في التسويق
X	X	02	02			1.5	1.5	45	إدارة العلاقة مع العملاء
X	X	04	01	06				90	تقرير تربص
		02	02		1.5		1.5	45	وحدات التعليم الإكتشافية
X	X	02	02		1.5		1.5	45	نماذج إحصائية
		01	01			1.5		22.5	وحدة التعليم الأفقية
X	X	01	01			1.5		22.5	لغة أجنبية 6
		<b>30</b>	<b>14</b>	<b>382.5</b>	<b>22.5</b>	<b>135</b>	<b>135</b>	<b>675</b>	<b>مجموع السداسي 6</b>

- حوصلة إجمالية للتكوين

المجموع	الأفقية	الاستكشافية	المنهجية	الأساسية	ح س و ت
1012.5	45	180	337.5	450	محاضرة
832.5	90	/	292.5	450	أعمال موجهة
45	/	45	/	/	أعمال تطبيقية
/	/	/	/	/	عمل شخصي
2226	123.5	207.5	595	1300	عمل آخر (حدد)
4116	258.5	432.5	1225	2200	المجموع
<b>180</b>	<b>09</b>	<b>12</b>	<b>52</b>	107	الأرصدة
<b>100</b>	<b>05</b>	<b>07</b>	<b>29</b>	<b>59</b>	% الأرصدة لكل وحدة تعليم

### **III- البرنامج المفصل لكل مادة في السداسيين الخامس والسادس**

### **III-1- البرنامج المفصل لكل مادة في السداسيين الأول والثاني**

**قاعدة التعليم المشترك لميدان علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية**

**السداسي: الأول**

عنوان الليسانس : تسويق 23

المؤسسة :كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير/ سطيف 1

السنة الجامعية : 2015 - 2016

وحدة التعليم : الأساسية

المادة : مدخل للاقتصاد

الرصيد: 5

المعامل: 2

أهداف التعليم:

تمكين الطالب من استيعاب مدخل لعلم الاقتصاد والتدريب على مواضيعه ومصطلحات المسائل الاقتصادية

المعارف المسبقة المطلوبة :

التفكير و الاستنباط العقلاني الرشيد

محتوى المادة:

1- المدخل المعرفي :

- موضوع علم الاقتصاد: التعريف (علم الثروة، علم الرفاهية، علم الاختيارات الفعالة، علم العلاقات الاجتماعية في إطار الإنتاج) المشكلة الاقتصادية، مفهوم الحاجة والسلعة، استخدام وتطبيق علم الاقتصاد  
2- المدخل النظري :

- نشاط الإنتاج (مفهوم الإنتاج، حساب الإنتاج، عناصر الإنتاج) – نشاط التبادل (أداة، موضوع وحيز التبادل)  
- نشاط التوزيع (التوزيع قبل الإنتاج كالملكية والعمل، التوزيع بعد الإنتاج كالأجر، الربح، الفائدة، إعادة التوزيع: الضرائب والرسوم)- نشاط الاستهلاك (الإفناق)- نشاط الادخار- نشاط الاستثمار.

3- المدخل النظامي :

- مفهوم النظام الاقتصادي، فلسفة ومذهبية النظام الاقتصادي، أهداف النظام الاقتصادي، آليات النظام الاقتصادي.

طريقة التقييم:

- مستمر

- امتحان

المراجع:

1- محمديسري ابراهيم دعبس، "الموارد الاقتصادية، ماهيتها، أنواعها، اقتصادياتها الإسكندرية، مصر : دار المعارف، 1996.

2- معين أمين السيد، مدخل الاقتصاد، دار المسيرة ، عمان، 1999.

3- ظاهر فاضل البياتي، مدخل الاقتصاد، دار وائل للنشر، عمان، 2009.

4- [محمد موسى الشروف](#) و [ناظم محمد نوري الشمري](#)، مدخل في علم الاقتصاد. [دار زهران للنشر والتوزيع](#) عمان، الأردن، 2009.



السداسي: الأول  
وحدة التعليم : الأساسية  
المادة : اقتصاد جزئي 1  
الرصيد: 5  
المعامل: 2

#### أهداف التعليم:

اكتساب مبادئ و تقنيات التحليل النيوكلاسيكي للطلب على السلع و لتابع الانتاج. وتحديد التحكم في دالة لاغرانج وقيودها واستخدامها .

#### المعارف المسبقة :

مراجعة في الرياضيات (الاشتقاق و التفاضل تحديدا)، النظرية الاقتصادية.

#### محتوى المادة:

- مفهوم الاقتصاد والمشكلة الاقتصادية
- 1 -نظرية سلوك المستهلك
  - أ- نظرية المنفعة القياسية (العديدية)
  - الفرضيات التي تقوم عليها النظرية
  - أنواع المنفعة (الكلية والحدية)
  - ب- نظرية المنفعة الترتيبية (التحليل بمنحنيات السواء)
  - التحليل بمنحنيات السواء، المعدل الحدي للاحلال، قيد الميزانية، توازن المستهلك، أثر الاحلال وأثر الدخل، تغير محيط المستهلك، ...
  - ج-دالة الطلب (مفهوم دالة الطلب، التمثيل الرياضي لدالة الطلب، دالة الطلب الفردي، دالة الطلب السوقي، المرونات)...
- 2- نظرية سلوك المنتج
  - أ- تعريف وأنواع دوال الانتاج
  - ب- دالة الانتاج في الفترة القصيرة.

#### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

#### المراجع:

- 1- رشيد بن ديب، نادية شطاب، الاقتصاد الجزئي، ديوان النشر الجامعي، الجزائر، 1996.
- 2- فريدريك تلون، ترجمة وردية واشد، مدخل للاقتصاد الجزئي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 2008
- 3-- محمود حسين الوادي، الاقتصاد الجزئي. الطبعة 3، دار المسيرة، الاردن، 2012.

السداسي: الأول  
وحدة التعليم : الأساسية  
المادة : محاسبة عامة 1  
الرصيد: 4  
المعامل: 2

#### أهداف التعليم:

الإلمام بمبادئ المحاسبة العامة من تحكم في حسابات الأصول و الخصوم ومسك الحسابات والقوائم المالية

#### المعارف المسبقة المطلوبة :

بعض المبادئ الأولية في الرياضيات ، الإحصاء و التسيير .

#### محتوى المادة:

- الإطار التصوري المحاسبي للمحاسبة المالية.
- دراسة كيفية سير الحسابات(دراسة الصنف 1 الأموال الخاصة، دراسة حسابات الأصول الثابتة الصنف 2، دراسة حسابات المخزونات والحسابات الجارية الصنف 3، دراسة حسابات غير الصنف 4، دراسة الحسابات المالية الصنف 5)
- دراسة حسابات التسيير ( دراسة الصنف 6 الأعباء، والصنف 7 النواتج)
- دراسة عرض وتقديم القوائم المالية(الميزانية، حساب النتائج، جدول تدفقات الخزينة، جدول تغيرات رقم الأعمال)

#### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

#### المراجع:

- 1- عبد الرحمن عطية، المحاسبة العامة وفق النظام المحاسبي المالي(المخطط المحاسبي الجديد)دار جيطلي للنشر و التوزيع، الجزائر، 2011.
- 2- عبد الرحمن عطية، تمارين في المحاسبة العامة وفق النظام المحاسبي المالي مع الحلول، دار جيطلي للنشر و التوزيع، الجزائر، 2011.
- 3- أمينة بن بوتلجة - محاسبة الشركات -Eurl Pages Bleues Internationales- الجزائر، فيفري 2011.
- 4- المرسوم التنفيذي رقم 08 - 156 المؤرخ في 26ماي 2008 المتضمن تطبيق أحكام القانون رقم 07 - 11 المؤرخ في 2007/11/25.

السداسي: الأول  
وحدة التعليم : الأساسية  
المادة : تاريخ الوقائع الاقتصادية  
الرصيد: 4  
المعامل: 2

أهداف التعليم:

إدراك و استيعاب الوقائع الاقتصادية في سياقها التاريخي منذ العصور القديمة إلى الوقت الراهن.

المعارف المسبقة المطلوبة :

بعض المبادئ العامة في مجال الاقتصاد .

محتوى المادة:

- مفهوم الوقائع الاقتصادية و أهميتها

1- الوقائع الاقتصادية في العصور القديمة

- عند اليونان

- عند الرومان

2- الوقائع الاقتصادية في العالم الإسلامي

3- الوقائع الاقتصادية في العالم الغربي

-النظام الإقطاعي

-النظام الحرفي

-النظام الرأسمالي(الرأسمالية التجارية، الرأسمالية الصناعية، الرأسمالية المالية)

-الوقائع الاقتصادية ما بين الحربين ( معاهدات السلام والمشكلة الألمانية، الأزمة الاقتصادية العالمية

1929، ظهور النظام الاقتصادي الاشتراكي)

-الوقائع الاقتصادية المعاصرة(نظام BW والنظام الاقتصادي الجديد، بروز الاقتصاديات الآسيوية،

انهيار المعسكر الاشتراكي، العولمة الاقتصادية، الأزمة المالية 2008،.....).

طريقة التقييم:

- مستمر

- امتحان

المراجع:

- 1- خبابة عبد الله : الوقائع الاقتصادية ؛ العولمة الاقتصادية - التنمية المستدامة، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2009.
- 2- ميشيل تودارو (ترجمة حامد محمود)، التنمية الاقتصادية. دار المريخ، السعودية، 2009.
- 3- رضا عبد السلام، العلاقات الاقتصادية الدولية. المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2010.
- 4- مدحت القرشي، تطور الفكر الاقتصادي. دار وائل للنشر والتوزيع، الاردن، 2008.

السداسي: الأول  
وحدة التعليم : المنهجية  
المادة :إحصاء 1  
الرصيد : 4  
المعامل : 2

أهداف التعليم:  
الإلمام بمبادئ و أدوات الإحصاء الوصفي تحديدا

المعارف المسبقة المطلوبة :  
الإلمام بمبادئ الحساب

محتوى المادة:

- 1- مفاهيم عامة
  - مفهوم الاحصاء
  - المجتمع والعينة والفرد
  - مصادر وطبيعة البيانات الاحصائية
- 2- عرض البيانات الإحصائية
  - بناء الجداول وأنواعها(ايجاد الفئة، التكرارات، مركز الفئة، التكرار المتجمع).
- 3- التمثيل البياني حسب نوع المتغير
- 4- مقاييس النزعة المركزية الموضوعية(الوسط الحسابي، الوسيط، المنوال).
- 5- مقاييس التشتت
  - التوزيع المغلق(الانحراف المعياري)، التوزيع المفتوح(نصف المدى الربيعي)
  - المؤشرين
- 6- الأشكال(الشكل المتماثل، الالتواء، التفلطح والتدبب).

طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

المراجع:

- 1- أحمد السيد عامر، الإحصاء الوصفي و التحليلي، دار الفجر للنشر والتوزيع .مصر، 2007.
- 2- السيفو ولد اسماعيل، أساسيات الأساليب الإحصائية، زمزم ناشرون و موزعون، عمان، 2010
- 3- موراي سبيغل (ترجمة عبد القادر حمود)، الاحصاء والاحتمال. أكاديمية انترناشيونال، لبنان، 2001.

السداسي: الأول  
وحدة التعليم : المنهجية  
المادة : رياضيات 1  
الرصيد: 4  
المعامل: 2

#### أهداف التعليم:

اكتساب مهارة التحليل الرياضي التطبيقي.

#### المعارف المسبقة المطلوبة :

مبادئ الحساب و الجبر

#### محتوى المادة:

- 1- مبادئ نظرية المجموعات
- 2- مفاهيم عامة حول المنتاليات والسلاسل
- 3- التطبيقات المستمرة
- 4- المشتقات
- 5- الدوال الآسية واللوغاريتمية
- 6- الدوال الاصلية وحساب التكامل
- 7- الدوال ذات عدة متغيرات

#### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

#### المراجع:

- 1- سعود محمود، التحليل الرياضي، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009.
- 2- بابا حامد، محاضرات في التحليل ، ديوان المطبوعات الجامعية، 1988.
- 3- بن عيسى لخضر ، التحليل الرياضي ، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009.
- 4- حسن رجب محمد، أساسيات الرياضيات الجبر والهندسة التحليلية والإحصاء، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2000.

السداسي: الأول  
وحدة التعليم: المنهجية  
المادة : منهجية البحث 1  
الرصيد: 1  
المعامل: 1

أهداف التعليم:

اكتساب مؤهل التحليل المنهجي السليم للمشكلات الاقتصادية.

المعارف المسبقة المطلوبة :

معرفة فن التفكير المنطقي، الاستقراء والاستنباط والتحليل السليم .

محتوى المادة:

- مدخل لعلم المنهجية
- تعريف المنهجية
- المدارس المنهجية
- المناهج

طريقة التقييم:

- امتحان

المراجع:

- 1- كمال الدين مصطفى الدهراوي، منهجية البحث العلمي، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2010.
- 2- ناصر محمود جرادات و آخرون، أساليب البحث العلمي و الإحصاء : كيف تكتب بحثا علميا؟، اثناء للنشر و التوزيع، عمان، 2012.
- 3- انجرس ترجمة بوزيد صحراوي و كمال بوشرف و سعيد سعيون : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية – تدريبات عملية ، دار القصبه للنشر ، الجزائر 2004 .
- 4- أوما سيكاران، طرق البحث في الإدارة : مدخل لبناء المهارات البحثية، دار المريخ للنشر، الرياض، 2009.

السداسي: الأول  
وحدة التعليم : الاستكشافية  
المادة : مدخل للقانون  
الرصيد: 1  
المعامل: 1

أهداف التعليم:  
اكتساب مهارة التحكم في المصطلحات القانونية التي لها علاقة بالاقتصاد و خصوصا الأوراق التجارية.

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

- 1- مدخل للقانون
- 2- القانون التجاري  
أ- تقديم :  
- تعريف القانون التجاري  
- أساس ومجال تطبيق القانون التجاري  
- العلاقات بين القانون والقانون المدني  
- مصادر القانون التجاري  
ب- الشركات :  
- شركة الأشخاص (شركة باسم مشترك ،شركة التوصية البسيطة ، شركة التضامن)  
- شركات رؤوس الأموال : شركة الأسهم ، شركة مختلطة ، شركة ذات مسؤولية محدودة  
3- الأوراق التجارية .

طريقة التقييم:

- امتحان

المراجع:

- 1- عباس الصراف، المدخل إلى علم القانون : نظرية القانون-نظرية الحق، دار النشر للثقافة و التوزيع، عمان، 2011.
- 2- فوزي محمد سامي، الشركات التجارية الأحكام العامة والخاصة، دار النشر للثقافة و التوزيع، عمان، 2012.
- 3- بعلي محمد الصغير المدخل إلى العلوم القانونية ، درا العلوم للنشر و التوزيع 2006.
- 4- القانون التجاري الجزائري.

السداسي: الأول  
وحدة التعليم : الاستكشافية  
المادة : مدخل لعلم الاجتماع  
الرصيد: 1  
المعامل: 1

#### أهداف التعليم:

الإلمام بنشأة و تطور علم الاجتماع، رواد علم الاجتماع ومساهماتهم .

#### المعارف المسبقة المطلوبة :

#### محتوى المادة:

- 1- علم الاجتماع النشأة والتطور
- 2- نظريات علم الاجتماع
- 3- موضوعات علم الاجتماع وفروعه
- 4- رواد علم الاجتماع (ابن خلدون،...)
- 5- الظاهرة الاجتماعية وتحليلها

#### طريقة التقييم:

- امتحان

#### المراجع:

- 1- سمير ابراهيم حسن، تمهيد في علم الاجتماع، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الاردن، 2012.
- 2- عبد الله محمد عبد الرحمن،: تطور الفكر الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 1999 .
- 3- السيد عبد العاطي السيد،: النظرية في علم الاجتماع ، دار المعرفة الجامعية، 2005.



السداسي: الأول  
وحدة التعليم : الأفقية  
المادة : لغة أجنبية 1  
الرصيد: 1  
المعامل: 1

#### أهداف التعليم:

اثراء الرصيد الغوي للطالب ليتمكن من الاستفادة من القراءات المتنوعة لمختلف المراجع..

#### المعارف المسبقة المطلوبة :

المباديء الاساسية في اللغة الأجنبية المختارة و قواعدها

#### محتوى المادة:

برنامج مقترح من الفريق البيداغوجي للمقياس يتماشى مع التخصص

#### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

#### المراجع:

- مراجع في الاقتصاد و إدارة الأعمال باللغة الأجنبية المختارة.

السداسي: الثاني  
وحدة التعليم : الأساسية  
المادة : مدخل لإدارة الأعمال  
الرصيد: 6  
المعامل: 2

#### أهداف التعليم:

تمكين الطالب من إدراك مفهوم إدارة الأعمال و خصائصها، والتعرف على أبرز إسهامات مختلف المدارس الفكرية، و تمكينه من التمييز بين مختلف وظائف الإدارة وأهمية كل واحدة منها.

**المعارف المسبقة المطلوبة :**  
بعض المعارف في الاقتصاد و تاريخ الوقائع الاقتصادية.

#### محتوى المادة:

- 1- مقدمة
- 2- مفهوم ومداخل إدارة الأعمال الأهمية والأهداف
- 3- مراحل تطور الفكر الإداري
- 4- وظائف التسيير ( التخطيط، التنظيم، التوجيه والرقابة).

#### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

#### المراجع:

- 1- Aktouf Omar : Le management entre tradition et renouvellement. 3ème edition . Edition Gaetan Morin , Montreal 1994
- 2- Chandler .A.D : Stratégies et structures de l'entreprise , traduction française de Strategy and Structure , Les éditions d'Organisation 2 édition Paris 1989.
- 3- Koontz.H&O'donnell.C : Management – Principes et méthodes de gestion. M<sup>c</sup>Graw Hill editions .Montréal 1980.
- 4- KALIKA.M , « Structures d'entreprises » , Les petites affiches , n° 122 , Octobre 1985.

السداسي: الثاني  
وحدة التعليم : الأساسية  
المادة : اقتصاد جزئي 2  
الرصيد: 6  
المعامل: 2

#### أهداف التعليم:

اكتساب مبادئ وتقنيات التحليل النيوكلاسيكي للطلب على السلع و لتابع الانتاج. وتحديد التحكم في دالة لاغرونج وقيودها.

#### المعارف المسبقة المطلوبة :

بعض المكتسبات في الرياضيات (الاشتقاق و التفاضل تحديدا)، النظرية الاقتصادية، اقتصاد جزئي 1.

#### محتوى المادة:

- 1- دالة الانتاج في الفترة الطويلة (دالة الإنتاج عند تغيير جميع عوامل الإنتاج، غلة الحجم أو إقتصاديات السلم)
- 2- الانتاج عند توفر عاملين متغيرين(منحنيات الناتج التساوي وخصائصه، المعدل الحدي للإحلال التقني، خط التكلفة المتساوية، توازن المنتج، مسار التوسع).
- 3- المرونة (مرونة عوامل الإنتاج، مرونة الاحلال)
- 4- دالة العرض (تعريف، دالة العرض الفردي، دالة العرض السوقي، مرونة العرض)
- 5- نظرية التكاليف والإيرادات
- 6- توازن السوق(مفهوم التوازن، تفاعل العرض والطلب، فائض المستهلك وفائض المنتج)
- 7- المنافسة التامة (تعريف، الخصائص، التحليل على فترات)
- 8- الاحتكار التام (التعريف والأنواع وشروطه، منحني الطلب والإيراد الحدي الذي يواجهه المحتكرين، توازن المحتكر، تنظيم الإحتكار، مؤسسة إحتكارية بعدة مصانع، التمييز الإحتكاري)

#### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

#### المراجع:

- 1- رشيد بن ديب، الاقتصاد الجزئي، ديوان المطبوعات الجامعية، 1996.
- 2- أحمد فريد مصطفى، التحليل الإقتصادي الجزئي : أساسيات-تطبيقات رياضية-حلول تمارين، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2009.
- 3- سليمان وارد المساعيد، أساسيات الإقتصاد الجزئي: مدخل مبسط لأساسيات الإقتصاد الجزئي، دار زهران للنشر و التوزيع، الأردن، 2013.
- 4- عبد اله محمد شامية، مبادئ الإقتصاد الجزئي، دار الفكر للنشر و التوزيع ، الأردن، 2011.

السداسي: الثاني  
وحدة التعليم : الأساسية  
المادة : محاسبة عامة 2  
الرصيد: 4  
المعامل: 2

**أهداف التعليم:**  
اكتساب الطالب لأساسيات عمليات الخزينة الاستثمارات، أعمال نهاية السنة و التسوية.

**المعارف المسبقة المطلوبة :**  
الإلمام بمادة " محاسبة عامة 1 "

### محتوى المادة:

- 1- المعالجة المحاسبية لعملية إنشاء المؤسسة
- 2- المعالجة المحاسبية لعمليات الشراء و البيع، التخفيضات التجارية و الرسم على القيمة المضافة.
- 3- المعالجة المحاسبية لعمليات للأوراق التجارية
- 4- محاسبة الأغلفة
- 5- أعمال نهاية الدورة المحاسبية

### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

### المراجع:

- 1 - عبد الرحمن عطية - المحاسبة العامة (وفق النظام المحاسبي المالي) - دار النشر جيطلي، برج بوعرريج، الجزائر 2009 .
- 2- عبد الرحمن عطية - المحاسبة المعمقة(وفق النظام المحاسبي المالي) - دار النشر جيطلي، برج بوعرريج، الجزائر 2011.
- 3- لخضر علاوي - نظام المحاسبة المالية (سير الحسابات وتطبيقاتها) Pages Bleues Internationales --الجزائر، جانفي 2011.
- 4 - محمد بوتين - المحاسبة المالية – Pages Bleues Internationales - الجزائر، مارس 2010.

السداسي: الثاني  
وحدة التعليم: المنهجية  
المادة : إحصاء 2  
الرصيد: 4  
المعامل: 2

#### أهداف التعليم:

التحكم في أدوات الإحصاء الرياضي (الاحتمالات، المتغير العشوائي والتوزيعات الاحتمالية)

#### المعارف المسبقة المطلوبة :

احصاء 1 ، رياضيات 1.

#### محتوى المادة:

- 1-مدخل للاحتتمالات
  - التجربة العشوائية
  - الاحتمال، الاحداث(التلاؤم، التنافي، الاستقلالية، الشرطية)
- 2- المتغير العشوائي
  - المتغير العشوائي المنفصل والمتصل
  - التوزيع الاحتمالي ودالة التوزيع الاحتمالي
  - الأمل الرياضي والانحراف المعياري
- 3-التوزيعات الاحتمالية
  - التوزيعات الاحتمالية للمتغير العشوائي المنفصل (التوزيع الثنائي، بواسون، .....
  - التوزيعات الاحتمالية للمتغير المتصل (قانون التوزيع الطبيعي، التحول من القانون الطبيعي إلى الثنائي والبواسوني، ...)

#### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

#### المراجع:

- 1- السعدي رجال، نظرية الإحتمالات : مبادئ الحساب الإحتمالي (دروس وتمارين) الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
- 2- جلاطو جيلالي، الإحصاء مع تمارين ومسائل مطولة، ديوان المطبوعات الجامعية 2002.
- 3- دومينيك سالفاتور، الاقتصاد القياسي والإحصاء التطبيقي، سلسلة شوم، دار ماك غراو هيل، 1985.
- 4- نصيب رجم، الإحصاء التطبيقي، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، الجزائر، 2004.

السداسي: الثاني  
وحدة التعليم : المنهجية  
المادة : رياضيات 2  
الرصيد: 4  
المعامل: 2

#### أهداف التعليم:

تعزيز مكتسبات الرياضيات 1 بأدوات الجبر الخطي و حساب المصفوفات.

#### المعارف المسبقة المطلوبة :

الإلمام بالرياضيات 1

#### محتوى المادة:

- 1- بنية الفضاء الشعاعي
- 2- التطبيقات الخطية
- 3- مفاهيم عامة حول المصفوفات
- العمليات الأساسية على المصفوفات
- رتبة المصفوفات وحساب المقلوب
- 4- حل جملة معادلات خطية
- 5- القيم الذاتية والاشعة الذاتية

#### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

#### المراجع:

- 1- سعود محمود، التحليل الرياضي، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009.
- 2- بابا حامد، محاضرات في التحليل، ديوان المطبوعات الجامعية، 1988.
- 3- بن عيسى لخضر، التحليل الرياضي، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009.
- 4- حسن رجب محمد، أساسيات الرياضيات الجبر والهندسة التحليلية والإحصاء، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2000.

السداسي: الثاني  
وحدة التعليم : المنهجية  
المادة : اعلام ألي  
الرصيد: 3  
المعامل: 2

#### أهداف التعليم:

إمداد الطالب بمدخل في الإعلام الألي والتحكم في الحاسوب.

المعارف المسبقة المطلوبة :

#### محتوى المادة:

- 1- تعريف الحاسوب
- 2-القسم المادي للحاسوب(العتاد)
- 3-القسم البرمجي
- 4-أنظمة التشغيل
- 5-برامج التطبيقات المساعدة
- 6-الإنترنت وتطبيقاتها

#### طريقة التقييم:

- مستمر

#### المراجع:

- 1- زياد محمد عبود، أساسيات الحاسوب و الإنترنت، اثناء للنشر و التوزيع، عمان، 2011
- 2- أيمن جميل النسور، الحاسوب و البرمجيات الجاهزة : مهارات الحاسوب، دار وائل، عمان، 2012.
- 3- Myriam Gris : Initiation à Internet. édition Ini. 2014
- 4- Auteurs collectif : Initiation à l'informatique. édition Ini. 2013

السداسي: الثاني  
وحدة التعليم : الاستكشافية  
المادة : قانون تجاري  
الرصيد: 1  
المعامل: 1

أهداف التعليم:

تدعيم مدخل للقانون بأساسيات القانون التجاري

المعارف المسبقة المطلوبة :

مدخل للقانون

محتوى المادة:

- 1- العقود التجارية
- مفهوم العقد التجاري
- أهمية العقد التجاري
- التمييز بين العقد المدني والعقد التجاري
- أ- عقد البيع
- ب- عقد النقل
- ج- عقد نقل البضائع
- د- عقد نقل الأشخاص
- 5- الإفلاس والتسوية القضائية

طريقة التقييم:

- امتحان

المراجع:

- 1-نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري : الأعمال التجارية - التاجر - المحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011.
- 2- محمود الكيلاني، الموسوعة التجارية و المصرفية(المجلد الثاني) : التشريعات التجارية والإلكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2008.



السداسي: الثاني  
وحدة التعليم: الاستكشافية  
المادة : علم اجتماع المنظمات  
الرصيد: 1  
المعامل: 1

#### أهداف التعليم:

الإلمام بالتنظيم و المنظمة والنظريات المفسرة لها.

#### المعارف المسبقة المطلوبة :

مدخل لعلم الاجتماع، مدخل للاقتصاد

#### محتوى المادة:

- 1- علم اجتماع المنظمات
- 2- المنظمة ونظرياتها
- 3- الظاهرة التنظيمية
- 4- تقنيات التنظيم الاجتماعي
- 5- نظريات التنظيم : تايلور، مدرسة العلاقات الإنسانية، المدرسة السوسيو تقنية، الحاجات والحوافز، تجربة نظم العمل.
- 6- نظرية التنظيم
- 7- سيولوجيا المؤسسة : التسيير وإستراتيجية التنظيم، الجهاز التنظيمي لاستراتيجيات التنظيم .
- 8- السلوك الإنساني في التنظيم-القيادة الإدارية في تنظيمات العمل.

#### طريقة التقييم:

- امتحان

#### المراجع:

- 1- حسين رحيم، مبادئ الإدارة الحديثة : النظريات-العمليات الإدارية-وظائف المنظمة، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2006.
- 2- حسين رحيم، السلوك التنظيمي، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2009.

السداسي: الثاني  
وحدة التعليم : الأفقية  
المادة : لغة أجنبية 2  
الرصيد: 1  
المعامل: 1

#### أهداف التعليم:

اثراء الرصيد اللغوي للطالب لتمكينه من الاستفادة من قراءة مختلف المراجع في ميدان التكوين باللغة الأجنبية المختارة.

#### المعارف المسبقة المطلوبة:

معارف في اللغة المختارة و في تحليل النصوص المتعلقة بالاقتصاد و إدارة الأعمال .

#### محتوى المادة:

برنامج مقترح من الفريق البيداغوجي للمقياس يتماشى مع التخصص

#### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

#### المراجع:

- بعض المراجع في الاقتصاد و إدارة الأعمال باللغة الأجنبية المختارة.

## III - 2- البرنامج المفصل لكل مادة في السداسيين الثالث والرابع

ميدان علوم اقتصادية والتسيير و علوم تجارية

السنة الثانية فرع " علوم تجارية "

السداسي: الثالث

وحدة التعليم: الأساسية

المادة : تسيير المؤسسة

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف التعليم :

الإلمام بمبادئ إنشاء المؤسسة و أهم وظائفها مع اكتساب بعض المعارف فيما يتعلق بنظرية اتخاذ القرار .

المعارف المسبقة المطلوبة :

مدخل للاقتصاد، مدخل لإدارة الأعمال.

محتوى المادة:

- 1- مقدمة حول تسيير المؤسسة .
- 2- أنواع المؤسسات (الشكل القانوني، قطاع الأعمال، الحجم، الانتشار الجغرافي،.....إلخ).
- 3- تكوين وتطور المؤسسة .
- 4- وظائف المؤسسة : الوظيفة المالية ، الموارد البشرية ، التمويل ، الإنتاج ، التسويق ، البحث والتطوير).
- 5- نظرية اتخاذ القرار ( العمليات والنماذج)

طريقة التقييم:

- مستمر

- امتحان

المراجع:

- 1- جمال الدين العويصات ، الإدارة و عمليات إتخاذ القرار ، دار هوما ، الجزائر ، 2002 .
- 2- Charpentier .P : Organisation et gestion de l'entreprise. Ed. Nathan .Paris 2000.
- 3- Balland Stephan & Bouvier Anne-Marie: Management des entreprises. Edition Dunod.Paris 2011.
- 3- DAYAN et al. « Manuel de gestion » vol 1 et 2, Editions Ellipses 2008

السداسي: الثالث

وحدة التعليم: الأساسية

المادة : اقتصاد كلي 1

## الرصيد: 6

### المعامل: 2

أهداف التعليم: التحليل الكلي للظواهر الاقتصادية و التحكم في المجاميع الكلية  
المعارف المسبقة المطلوبة: مدخل للاقتصاد، اقتصاد جزئي.

### محتوى المادة:

- 1- مفهوم النظرية الاقتصادية :  
بناء النماذج، دراسة المتغيرات الداخلة والخارجة، التحليل الديناميكي والساكن، الخصائص الأساسية للاقتصاد الكلي، المعادلات السلوكية والتعريفية، شروط التوازن.
- 2- بعض المفاهيم والمجاميع الخاصة بالاقتصاد الكلي :  
حساب الناتج الوطني والدخل الوطني، الناتج المحلي الإجمالي، الناتج الوطني الإجمالي، الدخل الوطني، الدخل الشخصي، الدخل التصرفي.
- 3- النظرية الكلاسيكية في التوازن الكلي:  
فرضيات المدرسة، التوازن العام عند الكلاسيك، تقييم التوازن العام عند الكلاسيك.
- 4- التحليل الكلي الكينزي  
- تحديد الدخل الوطني مع وجود قطاعين (أهم أفكار كينز، نظرية الطلب الفعال والاستخدام الكامل، دالة الاستهلاك ودالة الادخار، دالة الاستثمار، الكفاية الحدية لرأس المال، التحليل الكينزي بسعر الفائدة، المضاعف وأنواعه، ظاهرة المعجل) .  
- تحديد الدخل الوطني مع وجود قطاع حكومي، أثر الاستثمار والانفاق الحكومي على الدخل، مضاعف الضرائب ومضاعف التحويلات، مضاعف الميزانية المتوازنة، الضرائب المرتبطة بالدخل ودراسة المضاعف.  
- الدخل الوطني مع وجود التجارة الخارجية (المعاملات الاقتصادية الدولية وتحديد معاملات الدخل الوطني، دالة الصادرات ودالة الواردات، الصادرات والواردات وتحديد الدخل الوطني في التوازن، مضاعف التجارة الخارجية).

### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

### المراجع:

- 1- كاظم جاسم العيساوي، الإقتصاد الكلي، دار المسيرة، عمان، 2010.
  - 2- أياد عبد الفتاح النسور " أساسيات الإقتصاد الكلي " — دار صفاء للنشر — عمان — 2013
  - 3- سعيد بريش، الإقتصاد الكلي، ديوان المطبوعات، الجزائر، 2000.
  - 4- بريش السعيد " الإقتصاد الكلي، نماذج وتمارين محلولة " - دار العلوم للنشر- الجزائر 2010
  - 5- صخري عمر " الإقتصاد الكلي"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008
- 6-DE VROEY M., « Keynes, Lucas : d'une macroéconomie à l'autre », Editions Dalloz. 2009

### السداسي: الثالث

### وحدة التعليم: الأساسية

### المادة : محاسبة تحليلية

## الرصيد: 5

## المعامل: 2

### أهداف التعليم:

الأخذ بيد الطالب و الدخول به في مجال المحاسبة التحليلية من خلال تعريفه طريقة حساب التكاليف و التي لها استخدامات متعددة :

- تبرير سعر البيع و هو تبرير مطلوب في التقديرات ، و الصفقات العمومية .. إلخ.
- المساعدة على اتخاذ القرارات
- الرقابة البعيدة من خلال الانحرافات بين ما تم تقديره و ما تم تحقيقه.
- تقييم بعض السلع المنتجة و المستعملة من طرف نفس المؤسسة.

### المعارف المسبقة المطلوبة :

مكتسبات في المحاسبة العامة و تسيير المؤسسات.

### محتوى المادة:

- 1- مدخل للمحاسبة التحليلية (تعريف المحاسبة التحليلية، المقارنة بين نظام المحاسبة المالية و نظام المحاسبة التحليلية)
- 2- مدخل إلى مفهوم التكاليف والأعباء
- 3- محاسبة المخزونات
- 4- طريقة التكلفة الكلية ومحاسبة الأنشطة.

### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

### المراجع:

- 1- بويعقوب عبد الكريم، " المحاسبة التحليلية "، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005
- 2- د.سماش كمال : دروس في المحاسبة التحليلية ، مطبوعة موجهة لطلبة السنة الثانية لكل التخصصات ، " دروس في المحاسبة التحليلية "
- 2- LAUZEL P. et BOUQUIN H., « Comptabilité analytique et gestion » Edition Sirey
- 3- MAKHLOUF F., « Cas pratiques de comptabilité analytique », Alger, les pages bleues, 2007
- 4- SAHRAOUI , « Comptabilité analytique de gestion, exercices et études de cas », Berti 2004

السداسي: الثالث

وحدة التعليم : المنهجية

المادة : احصاء 3

الرصيد: 3

المعامل: 2

أهداف التعليم:

الإلمام بمبادئ الإحصاء التطبيقي بدءا بالمعاينة، التقدير بالنقطة و مجال ثقة وصولا إلى الاختبارات الإحصائية.

المعارف المسبقة المطلوبة :

الاحصاء 1 و 2

محتوى المادة:

- 1- توزيع المعاينة (مفاهيم، توزيعات المعاينة، تقييم المقدر النقطي) .
- 2- مجال الثقة (عينة طبيعية، مجال الثقة، مجال الثقة للتباين، عينة غير طبيعية، مجال الثقة المتوسط، مجال الثقة بين المتوسطين، مجال الثقة للنسبة بين تباينين).
- 3- الاختبارات الإحصائية(مقدمة واختبار غوص، اختبار ستودنت...تحليل الانحدار وتقديم المعالم.

طريقة التقييم:

- مستمر

- امتحان

المراجع:

- 1- حسن ياسين طعمة، أساليب الإحصاء التطبيقي، دار صفاء، 2010
- 2- عبد الحميد عبد المجيد البلداوي، أساليب الإحصاء للعلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال مع استخدام برنامج SPSS، دار وائل، عمان، 2010.
- 3- المحمدي شاكر مصلح، " الإحصاء وتصميم الاختبارات "، دار أسامة للنشر، عمان، 2011
- 4- ANDERSON, SWEENEY et WILLIAMS : Statistiques pour l'économie et la gestion, Editions De Boeck, 2010
- 5- GHARBI M.N. :Statistiques et probabilités, cours et applications informatique , Editions Menouba, Tunis 2011

السداسي: الثالث  
وحدة التعليم : المنهجية  
المادة : رياضيات المؤسسة  
الرصيد: 3  
المعامل: 2

#### أهداف التعليم:

التحكم في حل مشاكل اقتصادية بأدوات البرمجة الخطية وغير الخطية.

#### المعارف المسبقة المطلوبة :

الرياضيات 1 و2.

#### محتوى المادة:

##### 1- البرمجة الخطية

- صياغة المسألة (المشكلة)

- الحل البياني

- عرض الحل بطريقة السمبلكس

- المسألة الثنائية وتحليل الحساسية

##### 2- مشاكل النقل

- صياغة المسألة (المشكلة)

- تمثيل مشكلة النقل بنظرية الشبكة

- عرض الحل بطريقة الشبكة

3- مدخل للبرمجة غير الخطية بقيود أو بدون قيود.

#### طريقة التقييم:

- مستمر

- امتحان

#### المراجع:

- 1- عزام صبري " الرياضيات في الإدارة والاقتصاد "، إريد، عالم الكتب الحديث، 2006
- 2- MELIANI H., :les applications mathématiques à la discipline économie , OPU, 2012
- 3- Pierre Borne, Khaled Mellouli, Programmation linéaire et applications, Technip, Paris, 2004.
- 4- Pierre Borne, Khaled Mellouli : Programmation linéaire et applications, Technip, Paris, 2004.



السداسي: الثالث  
وحدة التعليم : المنهجية  
المادة : منهجية البحث 2  
الرصيد: 1  
المعامل: 1

أهداف التعليم :

اكتساب الطالب لمؤهل التفكير السليم بخصوص معالجة مسألة اقتصادية

المعارف المسبقة المطلوبة :

منهجية 1

محتوى المادة:

- منهجية إعداد البحث(تقرير التربص)
- مقدمة البحث وخطة البحث
- تحرير مضمون البحث
- التهميش، المراجع
- ملاحق البحث
- فهرس البحث
- إعداد الاستبيانات

طريقة التقييم:

- امتحان

المراجع:

- 1- المشهداني خالد : مناهج البحث العلمي ، دار أيام للنشر ، عمان - 2013
- 2- قنديلجي ع.إ. : البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012

السداسي: الثالث

وحدة التعليم : الإستكشافية

المادة : اقتصاد نقدي و أسواق رأس المال

الرصيد: 4

المعامل: 2

أهداف التعليم:

فهم النقود و وظائفها، الأنظمة النقدية و التمييز بين مختلف أقسام السوق المالي.

المعارف المسبقة المطلوبة :

مدخل للاقتصاد

محتوى المادة:

I- الإقتصاد النقدي:

- مقدمة: مدخل للاقتصاد الحقيقي و للإقتصاد النقدي

2- النقود: المفهوم، الأشكال، الوظائف و التطورات

3- المحملات (Agrégats) و الإحصاءات النقدية

4- الأنظمة النقدية (القاعدة الذهبية، الصرف بالذهب، نظام سعر الصرف المعموم)

5- النظريات (الكلاسيكية و الحديثة) و السياسات النقدية

6- الوساطة المالية

7- الجهاز المصرفي الجزائري

II- سوق رؤوس الأموال

1- السوق النقدي: التعريف، التصنيف، الأدوات، الهيئات و الدور

2- السوق المالي: التعريف، التصنيف، الخيارات و المبادلات

3- الأسواق الأجلة (المستقبليات، الخيارات و المبادلات)

4- سوق رؤوس الأموال الدولي (سوق الأورو- عملة)

5- الساحات المالية الدولية (نيويورك، لندن، طوكيو، دبي، بيروت...)

طريقة التقييم:

- مستمر

- امتحان

المراجع:

1- مفتاح صالح، النقود و السياسة النقدية ، دار الفجر، عمان، 2005.

2- مصطفى رشدي شيخة " الاقتصاد النقدي والمصرفي " الدار الجامعية 1981

3- سهير محمد معتوق " الاتجاهات الجديدة في التحليل النقدي " الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة مصر، ط1. 1988.

4- MISHKIN F. : Monnaie, banque et marchés financiers , Pearson 2007

5- SZPIRO D. : Économie monétaire et financière , Édition De Boeck, Bruxelles, 2009

السداسي: الثالث  
وحدة التعليم : الاستكشافية  
المادة : اعلام آلي 2  
الرصيد: 1  
المعامل: 2

أهداف التعليم:

تعزيز معارف الطالب بخصوص المجالات المتعددة لاستخدام الحاسوب

المعارف المسبقة المطلوبة :

إعلام آلي 1.

محتوى المادة:

- 1- استخدام الحاسوب في حل مسألة
- 2- هيكل البرمجة
- 3- الخوارزميات
- 4- الحلقات

طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

المراجع:

- 1- أيمن جميل النسور، الحاسوب والبرمجيات الجاهزة : مهارات الحاسوب، دار وائل، عمان، 2012.
- 2- Rifflet Jean-Marie, Yunès Jean-Baptiste : Fondements de la programmation (concepts et techniques) édition ELLIPSES 2014.
- 3- Auteurs collectif : Initiation à l'informatique. édition Ini. 2013

السداسي: الثالث  
وحدة التعليم : الأفقية  
المادة : لغة أجنبية 3  
الرصيد: 1  
المعامل: 1

#### أهداف التعليم:

بلوغ مستويات عالية من الثراء اللغوي في مجال الاقتصاد و تسيير المؤسسة .

#### المعارف المسبقة المطلوبة :

التحكم في قواعد الكتابة بلغة أجنبية.

#### محتوى المادة:

برنامج مقترح من الفريق البيداغوجي للمقياس يتماشى مع التخصص

#### طريقة التقييم:

- امتحان

#### المراجع:

- مراجع يتفق بشأنها من طرف فريق التكوين .

السداسي: الرابع  
وحدة التعليم : الأساسية  
المادة : اقتصاد المؤسسة  
الرصيد: 6  
المعامل: 2

#### أهداف التعليم:

يدرك الطالب أهمية الإدارة الاقتصادية للمؤسسة بما يسمح لها بالبقاء و النمو.

#### المعارف المسبقة المطلوبة :

تسيير المؤسسات.

#### محتوى المادة:

- 1- مفهوم المؤسسة
- 2- المؤسسة والمحيط
- 3- تنظيم المؤسسة
- 4- وظائف المؤسسة
- 5- أدوات التحليل الاقتصادي للمؤسسة
- 6- انماط نمو المؤسسة

#### طريقة التقييم:

تقويم مستمر و امتحان نهائي

#### المراجع:

- 1- ناصر دادي عدون (1998) : اقتصاد المؤسسة . طبعة 2 ، دار المحمدية العامة ، الجزائر
- 2- عبد الرزاق بن حبيب (2002) : اقتصاد و تسيير المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية . الجزائر
- 3 - M. DARBELET (1996) : Économie d'Entreprise , éditions Foucher . Paris
- 4 - S. SEPARI et al.(2001) : Économie d'Entreprise , éditions Dunod . Paris
- 5 - LASARI : Economie et gestion de l'entreprise.

السداسي: الرابع  
وحدة التعليم : الأساسية  
المادة : اقتصاد كلي 2  
الرصيد:6  
المعامل:2

#### أهداف التعليم:

تعزيز مكتسبات الاقتصاد الكلي 1 بتابع الاستهلاك، الطلب على النقد، التوازن العام، نماذج النمو.

#### المعارف المسبقة المطلوبة :

اقتصاد كلي 1.

#### محتوى المادة:

- 1- دوال الاستهلاك الحديثة(نظرية Kuznets في الاستهلاك، نظرية الدخل الدائم، نظرية الدخل النسبي، نظرية دورة الحياة، تأثير الأصول على الاستهلاك)
- 2- دوال الطلب على النقد (أسس الطلب على النقد، تطور الطلب على النقد)
- 3- تحليل هيكل هانس لسعر الفائدة (منحنى التوازن الاقتصادي العام)  
- دراسة منحنى IS من طرف هانسن، دراسة منحنى LM من طرف هيكل  
- توازن التوازنين أو توازن الاقتصاد العام، التغيير في التوازن العام، مرونة الأجور والأسعار واثار سعر الفائدة على التوازن العام، أثر Pigou على الأسعار
- 4- نماذج النمو الاقتصادي  
- نموذج هارد، نموذج دومار، نموذج كالدور، نموذج جون روبنسون، نموذج سولو
- 5- الدورات الاقتصادية  
- تعريف الدورة الاقتصادية ومراحلها، أنواع الدورات الاقتصادية مراحلها

#### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

#### المراجع:

- 1- كاظم جاسم العيساوي، الإقتصاد الكلي، دار المسيرة، عمان، 2010.
- 2- أياد عبد الفتاح النصور " أساسيات الإقتصاد الكلي " -- دار صفاء للنشر - عمان - 2013
- 3- سعيد بريش، الإقتصاد الكلي، ديوان المطبوعات، الجزائر، 2000.
- 4- سعيد بريش " الإقتصاد الكلي، نماذج وتمارين محلولة " - دار العلوم للنشر- الجزائر 2010
- 5- صخري عمر " الإقتصاد الكلي"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008

السداسي: الرابع  
وحدة التعليم : الأساسية  
المادة : مالية عامة  
الرصيد: 4  
المعامل: 1

#### أهداف التعليم:

تفهم الطالب لموازنة الدولة العامة بشقيها الإيرادات و النفقات العامة

المعارف المسبقة المطلوبة :  
مدخل للاقتصاد، تسيير المؤسسات

#### محتوى المادة:

- 1- نشأة وتطور المالية العامة وعلاقتها بالعلوم الأخرى
- 2- النفقات العامة (مفهوم النفقات العامة والخاصة، أنواع النفقات العامة، تقسيم النفقات العامة، الآثار الاقتصادية والاجتماعية للنفقات العامة)
- 3- الإيرادات العامة (مفهوم الإيرادات العامة، أنواع الإيرادات العامة، مصادر الإيرادات)
- 4- الميزانية العامة وأصولها العلمية (مبادئ الميزانية العامة، إعداد وتنفيذ الميزانية العامة والتوازن الاقتصادي والاجتماعي).

#### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

#### المراجع:

- 1- لعمارة جمال، منهجية الميزانية العامة للدولة في الجزائر، دار الفجر، مصر، 2004.
- 2- عبد الغفور ابراهيم أحمد، مبادئ الاقتصاد والمالية العامة، دار زهران، عمان، 2012
- 3- زغدود علي. المالية العامة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 4- عادل فليح العلي. المالية العامة، دار الحامد، الأردن، 2007.

السداسي: الرابع  
وحدة التعليم: المنهجية  
المادة : التسويق  
الرصيد: 5  
المعامل: 2

#### أهداف التعليم:

تمكين الطلبة من التعرف على مبادئ التسويق ، البيئة التسويقية ، تجزئة السوق و عناصر المزيج التسويقي.

#### المعارف المسبقة المطلوبة :

بعض المكتسبات في مجال إدارة الأعمال و تسيير المؤسسات

#### محتوى المادة:

- 1- طبيعة و أهمية التسويق
- 2- معرفة البيئة و السوق
- 3- تجزئة السوق
- 4- سلوك المستهلك
- 5- المزيج التسويقي
- 6- أنواع التسويق

#### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

#### المراجع:

- 1- محمد إبراهيم عبيدات، مبادئ التسويق- مدخل سلوكي-، الطبعة الثانية، الأردن، 1992.
- 2- Marie Camille Debourg, Joel Clavelin & Olivier Perrier, (2004) : Pratique du Marketing , Berti édition, 2<sup>ème</sup> édition, Alger.
- 3- Philip Kotler et Bernard Dubois, (2010) : Marketing Management, édition Publi-Union, 10<sup>ème</sup> édition, paris, France .



السداسي: الرابع  
وحدة التعليم : المنهجية  
المادة : رياضيات مالية  
الرصيد: 5  
المعامل: 2

#### أهداف التعليم:

الإلمام بمفهوم القيمة الزمنية للنقود، معدل الفائدة، اهتلاك القروض

#### المعارف المسبقة المطلوبة :

قواعد الحساب والجبر بالإضافة إلى فهم مادة اقتصاد نقدي و أسواق رأس المال

#### محتوى المادة:

- 1- الفائدة البسيطة و الخصم
- 2- الفائدة المركبة و الدفعات
- 3- تكافؤ المعدلات و رؤوس الأموال
- 4- معايير اختيار الاستثمارات
- 5- القروض و اهتلاكها
- 6- التقنيات البورصية: تقييم السندات و الأسهم

#### طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

#### المراجع:

- 1- عدنان كريم نجم الدين، الرياضيات المالية، دار الأكاديميون، 2009.
- 2- Pierre Devolder, Mathématiques financières, Pearson, 2012
- 3- F.Chabriol : Mathématiques Appliquées – Mathématiques financières. Les éditions Foucher. Paris
- 4- Olivier Le Dantec et Olivia Lenormand ,Mathématiques financières, édition Nathan, paris, 2013.

السداسي: الرابع  
وحدة التعليم : الاستكشافية  
المادة : إعلام آلي 3  
الرصيد: 3  
المعامل: 2

أهداف التعليم:

اكتساب الطالب من مهارات في الإعلام الآلي تساعده في مشروع تخرجه.

المعارف المسبقة المطلوبة :

الإعلام الآلي 1 و 2

محتوى المادة:

- 1- برامج التطبيقات المكتبية : معالجة النصوص Ms Word
- 2- برامج التطبيقات المكتبية: الجداول الالكترونية Ms Excel
- 3- برامج التطبيقات المكتبية: العرض Ms Power Point
- 4- برامج التطبيقات المكتبية: تصميم قواعد البيانات Ms Access
- 5- برامج التطبيقات المكتبية : تصميم صفحات الويب Ms Front Page

طريقة التقييم:

- مستمر
- امتحان

المراجع:

- 1- أيمن جميل النسور، الحاسوب و البرمجيات الجاهزة : مهارات الحاسوب، دار وائل، عمان، 2012.
- 2- Rifflet Jean-Marie, Yunès Jean-Baptiste : Fondements de la programmation (concepts et techniques) édition ELLIPSES 2014.
- 3- Auteurs collectif : Initiation à l'informatique . édition Ini. 2013

السداسي: الرابع  
وحدة التعليم : الأفقية  
المادة : الفساد و أخلاقيات العمل  
الرصيد: 1  
المعامل: 1

أهداف التعليم:

توعية الطالب وتحسيسه من خطر الفساد، ودفعه للمساهمة في محاربتة.

المعارف المسبقة المطلوبة :

ثقافة عامة و اقتصادية.

محتوى المادة:

- 1- جوهر الفساد (الفساد لغة، الفساد إصطلاحاً، الدين والفساد)
- 2- أنواع الفساد
- 3- مظاهر الفساد الإداري والمالي
- 4- أسباب الفساد الإداري والمالي
- 5- آثار الفساد الإداري والمالي
- 6- محاربة الفساد من طرف الهيئات والمنظمات الدولية والمحلية
- 7- طرق العلاج وسبل محاربة ظاهرة الفساد
- 8- نماذج لتجارب بعض الدول في مكافحة الفساد

طريقة التقييم:

- امتحان

المراجع:

- 1- موسى صافي إمام (1985): استراتيجية الإصلاح الإداري وإعادة التنظيم في نطاق الفكر والنظريات (ط1) . الرياض ، دار العلوم للطباعة والنشر .  
<http://www.islameiat.com/doc/article.php?sid=276&mode=&order=0>
- 2- بحر يوسف : الفساد الإداري ومعالجته من منظور إسلامي  
[http://www.scc-online.net/thaqafa/th\\_1.htm](http://www.scc-online.net/thaqafa/th_1.htm)
- 3- حمودي همام : مصطلح الفساد في القرآن الكريم .  
[http://209.61.210.137/uofislam/behoth/behoth\\_quran/16/a1.htm](http://209.61.210.137/uofislam/behoth/behoth_quran/16/a1.htm)
- 4- الفقي مصطفى: الفساد الإداري والمالي بين السياسات والإجراءات  
<http://www.undp-pogar.org>

### III-3- البرنامج المفصل لكل مادة في السداسيين الخامس والسادس

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : أساسية

## المادة :نظم المعلومات التسويقية

الرصيد: 05

المعامل: 02

أهداف التعليم:

تزويد الطالب بمعارف نظرية عن المبادئ الأساسية لنظم المعلومات التسويقية والمكونات الرئيسية لنظم المعلومات التسويقية ودورها في اتخاذ القرارات.

المعارف المسبقة المطلوبة :

أن يكون الطالب على دراية بمبادئ التسويق، وبحوث التسويق وجميع مكونات النظم.

محتوى المادة:

- 1- مفهوم نظم المعلومات وخصائصها؛
- 2- مدخل لنظم المعلومات التسويقية (المفهوم، الخصائص، الأهمية)؛
- 3- خطوات بناء نظم المعلومات التسويقية؛
- 4- مكونات نظم المعلومات التسويقية؛
- 5- المجالات التطبيقية لنظم المعلومات التسويقية؛
- 6- دور نظم المعلومات التسويقية في صنع القرار التسويقي؛
- 7- دور نظم المعلومات التسويقية في صنع قرار التوزيع التسويقي (المنتج، السعر، الترويج، التوزيع)؛
- 8- نظام دعم القرار التسويقي؛
- 9- تطبيقات نظم المعلومات التسويقية

طريقة التقييم:

يقيم الطالب على أساس إختبار في نهاية السداسي، وكذلك تقييم مستمر ومتواصل للأعمال الموجهة والتطبيق من حيث المواظبة و إنجاز البحوث والأعمال الموكلة إليه.

المراجع: (كتب ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

1- kotler et keller (2010), "marketing management" (pearson,)

2-Claude Deneure, Marketig ,Daloz, paris, 1992.

3-Philip kotler ,Bernard Dubois, Marketing management, Paris, 2006

4- طارق هشام، نظم المعلومات التسويقية، دار التنسيم، الاردن ، 2007

5- عجرامة والطائي ، نظم المعلومات التسويقية، دار الحامد، الأردن ، 2007

6- ثامر البكري : الاتصال ، دار الخادم ، 2009.

7- محمد بسطامى منصور ، نظام المعلومات التسويقية المتكامل وأهميته نفى التخطيط ، الكويت 1977.

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : أساسية

المادة :بحوث التسويق

الرصيد: 05

المعامل: 02

## أهداف التعليم:

توضح المادة للطالب المفاهيم والمراحل الأساسية لبحوث التسويق ودورها في البيئة الحديثة للأعمال كما تناقش المنهجية العلمية المستخدمة في جمع وتسجيل وتحليل البيانات السوقية بهدف مساعدة المدراء على اتخاذ قرارات التسوق كما تهتم المادة بالممارسات العلمية في بحوث التسويق بالإضافة للجوانب النظرية وأدوات التحليل الإحصائي للبيانات .

## المعارف المسبقة المطلوبة :

يجب أن تكون للطالب الإحاطة الشاملة بمجموعة من المجالات أهمها : التسويق والتحكم في بعض الأدوات الإحصائية بغية دراسة العينات

## محتوى المادة:

- 1- مدخل لبحوث التسويق؛
- 2- أنواع بحوث التسويق؛
- 3- وفق معيار الهدف؛
- 4- بحوث موجهة لتحديد المشكلة؛
- 5- بحوث موجهة لحل المشكلة؛
- 6- وفق معيار موضوع البحث؛
- 7- بحوث المنتج؛
- 8- بحوث التسعير؛
- 9- بحوث الترويج؛
- 10- بحوث التوزيع.
- 11- خطوات إعداد البحوث التسويقية:  
التعريف بالمشكلة .  
تحديد البيانات المطلوبة ومصادر ها وطرق تجميعها .  
البيانات الأولية  
البيانات الثانوية  
معاينة طرق وأساليب تحليل البيانات  
إعداد التقرير النهائي
- 12- الإطار الميداني لبحوث التسويق (تحديد هدف الدراسة، تحديد أنواع المعلومات، تحديد نوع الدراسة وسيلتها، تصميم استبيان الدراسة، تحديد مجتمع عينة الدراسة، جمع وتحليل معطيات الدراسة)

## طريقة التقييم:

يقيم الطالب على أساس إختبار في نهاية السداسي، وكذلك تقييم مستمر ومتواصل للأعمال الموجهة والتطبيق من حيث المواظبة و إنجاز البحوث والأعمال الموكلة إليه.

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

- 1- محمود صادق بازرعة ، بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية ، الدار النهضة العربية ، القاهرة، مصر 1987.
- 2- عمرو حسن خير الدين، أصول بحوث التسويق، عين الشمس، مصر، 2001
- 3- خير الدين حسن محمد، بحوث التسويق ، عين شمس ، القاهرة ، 1987.

- 4- العاصي شريف، بحوث التسويق، الناشر غير مبين، بدون تاريخ.
- 5- ثابت عبد الرحمان إدريس، بحوث التسويق، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2002.
- 6- ثابت عبد الرحمان إدريس، بحوث التسويق، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2005.
- 7- ناجي معلا، بحوث التسويق، دار وائل للنشر الجامعية، عمان، 2002.
- 8- الطيب قصاص، البحوث التسويقية ودورها في اتخاذ القرارات، جامعة سطيف، الجزائر، 2005.
- 9- الشريف بقة، الدراسات التسويقية في المؤسسة الاقتصادية، جامعة سطيف، 1978.
- 10- محر الدين الازهرى، بحوث التسويق علم وفن، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
- 11- على السلمي، بحوث التسويق مدخل سلوكي، دار المعارف، مصر، 1968.
- 12- Peter Marchal, research methods, dar el Farouk, egypt, 2003
- 13- diana derval, reussir son étude de marché en 5 jours, editios d'organisation, 2011.
- 14- zikmund, w.g. exploring Marketing Research, dryden press. n.y, 2002.
- 15- ANTOINE (jaques), Le sondage outil du marketing, 2 éme édition, DUNOD, Paris, 1990.
- 16- BENNETT. P, Dictionary of Marketing terms, 2éme, Chicago, (American Marketing Association), 1995.
- 17- DJTLI MD SEGHIR, Marketing, Berti édition, Alger, 1998.
- 18- (Eric), Etudes de marché, édition Vuibert, ParisK, (Jean-luc) & VERNETTE GIANNELLONI 1995.
- 19- KOTLER (PH) & DUBOIS (B), Marketing Management, Publi Union, Paris, 10 éme édition, 2000.
- 20- LAMIIRI. ABDELHAK, Management de l'information, redressement et mise à niveau des entreprises, Office des publications universitaires, Alger, 2003.
- 21- LENDREVIE .J & DLINDON .D, Mercator théorie et pratique du marketing, Dalloz, Paris, 5 éme Édition, 1997.
- 21- (Christian), Etudes de marché, 3éme éd, édition SIREY, Paris, 1991. LHERMIE SAPORTA .B, Marketing industriel, édition Eyrolles, Paris, 1989

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : أساسية

المادة : سلوك المستهلك

الرصيد: 04

المعامل: 02

أهداف التعليم:

تهتم مادة سلوك المستهلك بدراسة السلوك الشرائي للأفراد والعائلات والعوامل المختلفة المؤثرة على قراراتهم الشرائية والاستهلاكية بما في ذلك العوامل الثقافية والاجتماعية والظروف البيئية والنفسية والشخصية. يناقش كذلك المفاهيم والنظريات التي تستمد جذورها من العلوم الاجتماعية ويطبقها على السلوك الشرائي والاستهلاكي للأفراد تولى المادة اهتماما كبيرا لما تعنيه هذه النظريات والمفاهيم لمسؤولي التسويق وكيفية الاستفادة منها وتطبيقها في خططهم التسويقية بطريقة فعالة .

## المعارف المسبقة المطلوبة :

تتطلب دراسة مقياس سلوك المستهلك أن يكون للطالب خلفية معرفية حول التسويق والمستهلك والسلوك الشرائي والخطط التسويقية

## محتوى المادة:

- 1- مفهوم مسلو كالمستهلك
- 2- أهمية وأهداف دراسة سلوك كالمستهلك
- 3- أنواع المستهلكين
- 4- أنواع القرار اتالشرائية
- 5- العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك (النهائيو الصناعي)
- 6- مراحل اتخاذ القرار اتالشرائية.
- 7- نماذج دراسة سلوك كالمستهلك.
- 8- التسويق المباشر وسلو كالمستهلك.

## طريقة التقييم:

يقيم الطالب على أساس إختبار في نهاية السداسي، وكذلك تقييم مستمر ومتواصل للأعمال الموجهة والتطبيق من حيث المواظبة و إنجاز البحوث والأعمال الموكلة إليه.

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

1. عناني بن عيسى ، سلوك المستهلك . د.م.ج، الجزائر، 2003.
2. حمود جاسم الصميدعي ، سلوك المستهلك، دار النهضة المناهج، 2007.
3. فبييب كوتلر، التسويق -السلوك -البيئة -المعلومات ، دمشق ، 2002.
4. محمود صادق بلزوعة , سلوك المستهلك , التعليم المفتوح. القاهرة, 2002.
5. عبيدلت ابراهيم محمد، سلوك المستهلك ،دار المستقبل ،الاردن ،1999.
6. محمود فؤاد محمد، سلوك المستهلك ،القاهرة ،1993.
7. DenisPettgrew, Le Consommateur acteur clé en Marketing. Les editions, SMG, Paris, 2002.
8. Guillaume Loiseau, L'evolution du comportement du consommateur dans L'e-commerce, Paris, 2008.
9. -J.Lendrevie et autre , Mercator, Tome 2, 9ed, Dunod, Paris, 2009.
10. M S Djitli, Comprendre le Marketing. Ed. berti, Alger 1996.
11. Brilman jean , Les Meilleurs pratiques de Management. Paris, 2003
12. Yves churouz, Le marketig. Editions Chotard, Paris, 1990.
13. Christian derbaix, joel brée ,comportement du consommateur ,edition economica, paris, 2000.
14. Richard ladwin ,le comportement du consommateur et de l'acheteur ,edition economica, paris, 2003



السداسي: الخامس

وحدة التعليم : أساسية

المادة:الاتصال

الرصيد:04

المعامل:02

**أهداف التعليم:**

الهدف من تدريس هذه المادة هو إمداد الطالب بمختلف المداخل الحديثة للاتصال وكيف يمكن التنسيق بينها وبين الإستراتيجية الفعالة للتسويق بصورة تكاملية، تشمل هذه المداخل الإعلان والبيع الشخصي وطرق تنشيط المبيعات والنشر والتسويق المباشر، تستمد هذه المادة الطلبة ببحث وتقييم البرامج الترويجية واستخدام هذه المعلومات في إعداد استراتيجيات وبرامج الاتصال

**المعارف المسبقة المطلوبة :**

حتى يتمكن الطالب من مواصلة التعليم وتحصيل متطلبات هذه المادة، يجب أن يكون على دراية مسبقة ببعض المواد كالتسويق والمالية العامة، ومفاهيم أخرى متعلقة بميزان المدفوعات والعملة والتنافسية الدولية.

**محتوى المادة:**

- 1- مفاهيم حول الاتصال ( التطور التاريخي، الإتصال في الفكر الإداري، مفهومه)...
- 2- أهمية الإتصال وأهدافه
- 3- وظيفة الإتصال في المؤسسة
- 4- مبادئ ومهارات الاتصال
- 5- معوقات عملية الإتصال وتنظيمها
- 6- وسائل إتصال ( الكتابي، الشفهي، الإتصال غير اللفظي)...
- 7- نظام الإتصال الإلكتروني.

#### طريقة التقييم:

يقيم الطالب على أساس إختبار في نهاية السداسي، وكذلك تقييم مستمر ومتواصل للأعمال الموجهة والتطبيق من حيث المواظبة و إنجاز البحوث والأعمال الموكلة إليه.

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

- 1- ثامر البكري، الاتصال والترويج، دار المسيرة، عمان، الأردن 2009
- 2- ريحي مصطفى، الاتصال والعلاقات العامة ، الصفا ، عمان، 2005.
- 3- حسين ياسين طعمة، نظرية القرارات الإدارية اسلوب كمي تحليلي، دار صفا للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن 2010.
- 4- تيسير العجارمة ،نظم المعلومات التسويقية ، الحامد للنشر، الاردن، 2002.
- 5- زير منير عليوى ،نظم المعلومات التسويقية ، الراية للنشر، الاردن، 2008.
- 6- بشير عباس العلق، الاتصال الإلكتروني، (دار الوراق للخدمات الحديثة، الرياض 2006).
- 7- حميد الطائي، أحمد شاكر العسكري، الاتصال المتكاملة، (دار اليازوري العلمية، عمان 2008).
- 8- ثامر البكري، الاتصال والترويج، (دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان 2010).
- 9- علي فلاح الزعبي، الاتصال: مدخل منهجي تطبيقي، إدارة التوزيع دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان 2010).
- 10- محسن فتحي عبد الصبور، أسرار الترويج في عصر العولمة، (مجموعة النيل العربية، القاهرة

11- Catherine vioti, l'essentiel sur le marketing, bertiedition, Alger 2006

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : منهجية

المادة : التسويق الخدمي

الرصيد: 05

المعامل:02

أهداف التعليم:

تمكين الطالب من تناول المفاهيم الأساسية للخدمات كمدخل ثم تسويق الخدمات واهم متغيراته من حيث المفهوم الطبيعة الخصائص والتصنيفات المختلفة وأسباب نمو الخدمات

المعارف المسبقة المطلوبة :

يجب أن تكون للطالب الإحاطة الشاملة بمجموعة من المجالات ذات العلاقة بالتسويق

محتوى المادة:

مقدمة

1. مفاهيم عامة حول التسويق الخدمي
2. طبيعة وتصنيف الخدمات
3. أسباب نمو الخدمات
4. العوامل المؤثرة في تقديم الخدمات

5. استراتيجيات التسويق الخدمي وأنواعه
6. حالات تطبيقية في التسويق الخدمي-المزيج التسويقي للخدمة-
7. تسويق الخدمات الدولية
8. ادارة الجودة الشاملة للخدمات
9. ادارة التميز من خلال جودة الخدمة

#### طريقة التقييم:

يقيم الطالب على أساس إختبار في نهاية السداسي، وكذلك تقييم مستمر ومتواصل للأعمال الموجهة والتطبيق من حيث المواظبة و إنجاز البحوث والأعمال الموكلة إليه.

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

- 1-الضمور هاني حامد ،2005،تسويق الخدمات ،دار وائل للنشر ،الأردن.
- 2-ابو نبعة عبد العزيز ، 2005 ،تسويق الخدمات المتخصصة :منهج تطبيقي، الوراق للنشر العربي ،عمان.
- 3-فريد كورتل ،2009،تسويق الخدمات ،دار الكنوز المعرفية ،الجزائر.
- 4-هاني حامد الضمور ،2005،تسويق الخدمات ،دار وائل ، الأردن.
- 5-حميد عبد النبي الطائي ، 2004، ،التسويق السياحي ، المؤسسة الوراق للنشر والتوزيع .
- 6-زيد منير سلمان ، 2008، ،الاقتصاد السياحي ،بيروت.
- 7- فريد كورتل،تسويقالخدمات، (داركنوزالمعرفة،الأردن 2009).
- 8-أدرينابالممر،مبادئتسويقالخدمات،الطبعةالخامسة،ترجمةوتحقيق: محمدعزتعامر، (مجموعهالنيلالعربية،القاهرة 2009).
- 9- زكيخليلالمساعد،تسويقالخدماتوتطبيقاته، (دارالمناهجلنشر والتوزيع،عمان 2005).
- 10- هانيحامدالضمور،تسويقالخدمات،الطبعةالخامسة، (داروايلللنشر والتوزيع،الأردن 2009).
- 11- بشير عباسالطائيالعلاق،تسويقالخدمات : مدخلاستراتيجي،وظيفة،تطبيقي، (دارالعقل 2004).

12- christopher ,h, "service marketing", paris, 1997.

13-brillan jean, "les meilleurs pratiques de management», paris, 2002.

14-Phillippe Callot, marketing des services, 1ère édition, (Vuibert Paris 2007)

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : منهجية

المادة : المفاوضات التسويقية

الرصيد: 04

المعامل: 02

أهداف التعليم:

تعريف الطالب بالقدرة على اكتشاف الآخر وتعريفه بتقنيات وأساليب المفاوضات وسبل التطوير الذاتي وكيفية التصدي للضغوطات والقدرة على اتخاذ القرارات.

المعارف المسبقة المطلوبة :

أن يكون على دراية بالتسويق المباشر والتسويق وسياسة الاتصال

محتوى المادة:

مقدمة

1. اعتماد روح المفاوضات
2. تقنيات وأساليب المفاوضات
3. الاستفادة من الفرص
4. المؤهلات الأساسية للمفاوض
5. التحديات التي تواجه المفاوض وكيفية التعامل معها
6. حالات تطبيقية

طريقة التقييم:

يقيم الطالب على أساس إختبار في نهاية السداسي، وكذلك تقييم مستمر ومتواصل للأعمال الموجهة والتطبيق من حيث المواظبة و إنجاز البحوث والأعمال الموكلة إليه.

المراجع: (كتب ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

1-Patrick David, la négociation Commerciale en pratique, édition, organisation, Paris, 2008.

2-Laurent Harmel, "la gestion de la réclamation, paris,2002.

كل المراجع الموجودة في المكتبة التي تناولت المفاوضات التجارية.

السداسي: الخامس

وحدة التعليم : الاستكشافية

المادة :إعلام آلي

الرصيد: 02

المعامل: 02

أهداف التعليم:

تهدف هذه المادة بشكل عام إلى تعريف الطالب بقواعد البيانات، أهميتها، مكوناتها، طرق التعامل معها، بالإضافة إلى تمكينه من إنشاء قواعد البيانات باستخدام برنامج الأكسس، والتعامل مع قواعد البيانات باستخدام برنامج الأكسس (إدخال المعلومات في قاعدة البيانات، البحث فيها، إظهارها).

المعارف المسبقة المطلوبة :

تتطلب هذه المادة التحكم في جهاز الكمبيوتر .

محتوى المادة:

1-قواعد البيانات

1-1- تعريف قاعدة البيانات

1-2- تعريف نظام تسيير قاعدة البيانات (SGBD)

1-3- المراحل المختلفة للحصول على قاعدة البيانات

1-4- النموذج التصوري للمعطيات Le Modèle Conceptuel de Données

- تعريف الكائن أو الفرد entité، العلاقة Relation، الخاصية Propriété، معرف الكائن

L'identifiant، التكرار Cardinalité.

1-5- النموذج المنطقي للعلاقاتي Le Modèle logique de Données Relationnel

2- برنامج ميكروسوفت أكسس (Access)

2-1- ملخص برنامج ميكروسوفت أكسس.

2-2- تطبيقات مختلفة حول قواعد البيانات باستخدام ميكروسوفت أكسس .

طريقة التقييم:  
امتحان

المراجع: (كتب ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

1- محمد بلال الزعبي، دروس في Office 2007 ، زمزم ناشرون وموزعون، عمان، 2009.

2- زياد محمد عبود، أساسيات الحاسوب والانترنت، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2011.

3- Aubert Jérôme, Bases de données : informatique de gestion implémentation avec Access, Ellipses, paris, 2004.

4- Sornet Jacques, Informatique de gestion : analyse et partage des bases de données, Dunod, Paris, 2003.

السداسي: الخامس

وحدة التعليم: الأفقية

المادة: لغة أجنبية 5

الرصيد: 02

المعامل: 01

أهداف التعليم:

تهدف هذه المادة إلى تمكين الطالب من معرفة أهم العبارات والمفردات والأفعال التي يحتاجون إليها للتعبير وطرح الأسئلة وكيفية الإجابة باللغة الأجنبية في مجال المال والأعمال.

المعارف المسبقة المطلوبة :

تتطلب هذه المادة أن تكون للطالب أدنى قاعدة للغة الأجنبية من حيث معرفة الضمائر وبعض الأفعال الأساسية والمعروفة وكذلك أدوات الربط وظروف المكان والزمان وبعض الصفات.

محتوى المادة:

<b>1 Telephoning</b>	<b>Dialogues 1</b> Beginning a call Checking information Asking the caller to hold Asking a caller to leave a message Making sure you understand Ending a call An automated message	<b>Dialogues 2</b> A voicemail message Leaving a message You can't talk The reason for calling You can't hear the caller You have to end the call	
<b>2 A company visit</b>	<b>Dialogues 1</b> Directions to the office Getting lost Arrival Meeting	<b>Dialogues 2</b> Introducing a company (1) Introducing a company (2) Company history A tour of the office	<b>Dialogues 3</b> Business activities (1) Business activities (2) Markets The competition
<b>3 Job information</b>	<b>Dialogues 1</b> Responsibilities Qualifications for the job A typical day Discussing a new appointment	<b>Dialogues 2</b> Working conditions Financial rewards Job benefits Redundancy and retirement	
<b>4 Presentations</b>	<b>Dialogues 1</b> Setting the scene Moving on Dealing with questions Dealing with the unexpected Recapping Coming to an end	<b>Dialogues 2</b> Some facts and figures Predictions Trends (upwards) Trends (downwards) Trends (steady)	

طريقة التقييم:

امتحان

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

1- Lan Badger, Everyday Business English, Longman, Bristol 2003.

مواقع الانترنت:

- www.longman-elt.com

السداسي: السادس



وحدة التعليم : أساسية

المادة : تسويق استراتيجي

الرصيد: 06

المعامل: 02

#### أهداف التعليم:

تهدف هذه المادة إلى التركيز على التخطيط والتنظيم والتنفيذ والرقابة الخاصة بالنشاط التسويقي للمؤسسة كما يركز على التخطيط قصير المدى والاستراتيجي وكيفية وضع خطة إستراتيجية للتسويق في ظل الظروف البيئية الداخلية والخارجية مع مناقشة أدوات تحليل للمزيج التسويقي والعوامل المؤثرة على التخطيط الاستراتيجي ودراسة الإستراتيجية التسويقية والمنافسة.

#### المعارف المسبقة المطلوبة :

يجب أن تكون للطالب الإحاطة الشاملة بمجموعة من المجالات أهمها : التسويق ودراسة السوق والتخطيط الاستراتيجي

#### محتوى المادة:

- 1- مفهوم التسويق والاستراتيجي وأبعاده.
- 2- مجال التسويق الاستراتيجي.
- 3- العوامل المؤثرة في اتخاذ قرار التسويق الاستراتيجي.
- 4- الاختلاف بين التسويق الاستراتيجي وإدارة التسويق.
- 5- الاختلاف بين التسويق الاستراتيجي والتسويق العملي.
- 6- تحديد أهداف الإستراتيجية التسويقية
- 7- تصميم الإستراتيجية التسويقية
- 8- أنواع استراتيجيات التسويق
- 9- تشخيص وتحليل البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة تحليل SWOT
- 10- أدوات التحليل الإستراتيجي: دراسة المصفوفات
- 11- استراتيجيات التجزئة - الإستهداف - التموقع
- 12- الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة (استراتيجية الرائد، استراتيجية التحدي، استراتيجية التابع)...

#### طريقة التقييم:

يقيم الطالب على أساس إختبار في نهاية السداسي، وكذلك تقييم مستمر ومتواصل للأعمال الموجهة والتطبيق من حيث المواظبة و إنجاز البحوث والأعمال الموكلة إليه.

المراجع: (كتب ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- 1- jean jaque Lamb. et Ruben chumpitan,. (2005) marketing stratégique et opérationnel ,dunod
- 2- medseghirdjitli. (1998) marketing stratégique, Berti, 1<sup>ere</sup> édition.
- 3- Marian burkwood , (2005) marketing planning, paris, Pearson.

- 4-محمود صادق بازرعة ، بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية ، دار النهضة العربية ، القاهرة، مصر 1987.
- 5- على السلمى ،بحوث التسويق مدخل سلوكى ،دار المعارف ،مصر ،1968.
- 6-بوفرمة مفيدة ،التخطيط الاستراتيجي ،الجزائر ،2004.
- 7-بشير العلاق،التخطيط الاستراتيجي ،دار اليازورى ،عمان،2008.

السداسي: السادس

وحدة التعليم: أساسية

المادة : تسويق دولي

الرصيد: 06

المعامل: 02

## أهداف التعليم:

بعد نجاح الطالب في هذه المادة يصبح ملم بجميع الحثيات والجوانب المتعلقة بمفاهيم التسويق الدولي ومتغيرات المزيج التسويقي الدولي وأهم الإستراتيجيات التسويقية على مستوى الأسواق الدولية، ومحاولة فهم سلوك المستهلك والعوامل المؤثرة فيه على مستوى الأسواق الدولية بشكل عام .

## المعارف المسبقة المطلوبة

حتى يتمكن الطالب من مواصلة التعليم وتحصيل متطلبات هذه المادة، يجب أن يكون على دراية مسبقة ببعض المواد كمبادئ التسويق والأسواق الدولية وبعض المفاهيم العامة كالمنافسة والتنافسية الدولية.

## محتوى المادة:

- 1-مدخل للتسويق الدولي (التطور التاريخي، مجال الممارسة، المفهوم)....
- 2-أهمية وأهداف التسويق الدولي
- 3-بيئة التسويق الدولي
- 4-استراتيجيات دخول الأسواق الدولية (استراتيجية التكيف، الإستراتيجية النمطية أو التوحيد)...
- 5-سياسات المزيج التسويقي الدولي : المنتج، السعر، التوزيع، الترويج

## طريقة التقييم:

يقيم الطالب على أساس إختبار في نهاية السداسي، وكذلك تقييم مستمر ومتواصل للأعمال الموجهة والتطبيق من حيث المواظبة و إنجاز البحوث والأعمال الموكلة إليه.

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

- 1-locale ; Edit. d'organisation ;2007: - **Eliane Karsakliane** ; Le marketing international : strategie globale, compagne
- 2- **Nathalie Prime**, Jean-Claude Usunier ; Le marketing international : développement des marches et management international ;2° edition ; 2004
- 3- **C. Pasco-Berho** ; Le marketing international : Edition Dunod ; 2007
- 4- **Ulrike Myrhofer** ; Le marketing international
- 5- Nouvelle économie géographique ; edition la decouverte ; Paris ; 2009
- Charles Croué ; Le marketing international -
- 6- Le marketing direct international

## السداسي: السادس

## وحدة التعليم : أساسية

## المادة : التسويق الالكتروني

## الرصيد: 06

## المعامل: 02

## أهداف التعليم:

يهدف مقياس التسويق الإلكتروني إلى تزويد الطالب بالمهارات التي تساعد على فهم طرق استخدام الإنترنت ونظم المعلومات في الأنشطة التسويقية وتبيان للطالب قدرة التسويق الإلكتروني على مساعدة المؤسسة في الترويج لمنتجاتها.

## المعارف المسبقة المطلوبة :

يجب أن يكون الطالب متحكماً في الاستراتيجيات التسويقية واستخدام الإنترنت ونظم المعلومات في الأنشطة التسويقية والتحكم في الإعلان الالى والتحكم في مختلف البرمجيات ذات الصلة والتسويق العملي و مقياس التسويق

## محتوى المادة:

- 1-مدخل للتسويق الإلكتروني
- 2-متطلبات ممارسة التسويق الإلكتروني
- 3-نظرة شاملة على التجارة الإلكترونية
- 4-نواحي الاختلاف بين التسويق الإلكتروني والتسويق التقليدي
- 5-سياسة المنتجو الإنترنت
- 6-سياسة التسعير و الإنترنت
- 7-سياسة التوزيع و الإنترنت
- 8-سياسة الترويج و الإنترنت
- 9-تصميم المواقع الإلكترونية والتسويق
- 10-مزايا و عيوب التسويق الإلكتروني

## طريقة التقييم:

يقيم الطالب على أساس إختبار في نهاية السداسي، وكذلك تقييم مستمر ومتواصل للأعمال الموجهة والتطبيق من حيث المواظبة و إنجاز البحوث والأعمال الموكلة إليه.

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

- 1-نجم عبود نجم، 2004، الإدارة الإلكترونية، دار المريخ للنشر، م.ع.السعودية.
- 2-سعيد جمعة عقل، 2007، التسويق عبر الإنترنت ، مكتبة المجتمع العربي، القاهرة.
- 3-طارق طه، 2006، التسويق بالانترنت ، والتجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، القاهرة
- 4-يوسف احمد أبو فارة، 2004، التسويق الإلكتروني، دار وائل ، الأردن.
- 5-محمد احمد أبو قاسم، 2000، التسويق عبر الإنترنت، دار الأمين ، القاهرة .
- 1- كاترين قيو ، 2008، التسويق الإلكتروني، مجد للدراسات ، بيروت.

7- يوسف ابو فارة ، التسويق الإلكتروني ، دار وائل للنشر، الاردن ، 2004

- 8\_ بشير العلاق ,تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الاعمال \_مدخل تسويقي \_مؤسسة الوراق , 2002
- 9- \_محمد احمد , التسويق عبر الانترنت ,دار وائل للنشر ,الاردن ,2000
- 10 – Henri Isaac et Pierre volle, 2008, E-commerce ( De la stratégie à la mise en oeuvre opérationnelle),Pearson Education , Paris.
- 11-James Perry et Gary Schneider der ,2002,E-Commerce,Edition Reynald Goulet Inc ,Canada.
- 12-Emanuel Marcovitch .2000.Demain de l'Internet ,nouveaux usages nouvelle technologie,les cahiers français.N 295.
- 13-Rechenmann ,Jean-Jaques,200,l'internet et le marketing “edition d'organisation 3 ed Paris.
- 14-Olivier Bender,2007,les mutations medias d'aujourd'hui et de demain dans un monde marketing fait d'innovation et de génie,editionfacilys , Suisse.
- 15-Gean Haghet,1996, internet?Guide stratégique pour l'entreprise.,RD Maison , Paris .
- 16- Olivier Andrieu, Denis LAFONT,1996 ,l'internet et l'entreprise ,edition EYROLLES, Paris.
- 17-Guillaume Loiseau ,2008,l'évolution du comportement du consommateur dans l'e-commerce , Mitko VELCEV , Paris.

السداسي: السادس

وحدة التعليم : منهجية

المادة : الأساليب الكمية في التسويق

الرصيد: 03

المعامل:02

أهداف التعليم:

تمكين الطالب من التحكم في الأساليب الكمية المستخدمة في التنبؤ بحجم السوق

المعارف المسبقة المطلوبة :

أن يكون الطالب ملماً بمحتوى بحوث التسويق ومبادئ التسويق والتحكم في الأساليب الكمية والنوعية .

## محتوى المادة:

1. ماهية دراسة السوق-المفهوم والأبعاد
2. أنواع الأسواق
3. الأساليب الكمية المستخدمة في دراسة المنتج
4. الأساليب الكمية في التسعير
5. الأساليب الكمية في التسعير
6. الأساليب الكمية في التوزيع
7. الأساليب الكمية في الترويج
8. طرق التنبؤ بالمبيعات
9. الاتجاهات الكمية في دراسة سلوك المستهلك
10. البرمجة الخطية
11. دراسة حالات تطبيقية

## طريقة التقييم:

يقيم الطالب على أساس إختبار في نهاية السداسي، وكذلك تقييم مستمر ومتواصل للأعمال الموجهة والتطبيق من حيث المواظبة و إنجاز البحوث والأعمال الموكلة إليه.

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

- 1-محمود صادق بازرعة ، بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية ، الدار النهضة العربية ، القاهرة، مصر 1987.
- 2- عمروحسن خير الدين، أصول بحوث التسويق، عين الشمس، مصر، 2001
- 3- خير الدين حسن محمد،بحوث التسويق ،عين شمس ، القاهرة ،1987.
- 4- العاصى شريف،بحوث التسويق،الناشر غير مبين،بدون تاريخ.
- 5- ثابت عبد الرحمان إدريس، بحوث التسويق ،الدار الجامعية ، الاسكندرية ،2002
- 6- ثابت عبد الرحمان إدريس، بحوث التسويق ،الدار الجامعية ، الاسكندرية ،2005
- 7- ناجى معلا، بحوث التسويق ،دار وائل للنشر الجامعية ، عمان ،2002
- 8- الطيب قصاص، البحوث التسويقية ودورها في اتخاذ القرارات ،جامعة سطيف ، الجزائر ،2005
- 9- الشريف بقة ، الدراسات التسويقية فى المؤسسة الاقتصادية ،جامعة سطيف ،1978.
- 10- محى الدين الازهرى ،بحوث التسويق علم وفن ،دار الفكر العريى ، القاهرة ،1993.
- 11- على السلمى ،بحوث التسويق مدخل سلوكى ،دار المعارف ،مصر ،1968.
- 12-Peter Marchal, research methods, dar el Farouk,egypt ,2003
- 13-diana derval,reussir son étude de marché en 5 jours,editions d'organisation,2011.
- 14-zikmund,w.g .exploring Marketing Research, dryden press.n.y,2002.
- 15-Genot Gilbert ,les études en marketing ;Nathan entreprises, paris 1998.
- 16-daniel caument ,les études s de marche ,dunod ,paris 1998.
- 17-Chirouze yves , le Marketing de l'étude de marche au lancement d'un nouveau produit ,alger,1987.

السداسي: السادس

وحدة التعليم : منهجية

المادة : إدارة العلاقة مع العملاء

الرصيد: 02

المعامل: 02

أهدافالتعليم:

هدف هذه المادة هو إكساب الطالب بالمعارف الكافية حول جودة بناء علاقة متينة مع العملاء كأحد أهم المداخل المساهمة في زيادة وتطوير القدرات التنافسية للمؤسسة وتحسين أدائها التسويقي مما يسمح لها بكسب اكبر عدد ممكن من العملاء بغية زيادة مبيعاتها في ظل بيئة تسويقية تمتاز بالدينامكية والحركية وعدم الثبات والاستقرار .

المعارف المسبقة المطلوبة :

على الطالب أن يكون قد استوعب مادة التسويق المباشر ومبادئ التسويق وسلوك المستهلك والتسويق الاستراتيجي

## محتوى المادة :

### مقدمة

- 1- المضامين الأساسية لإدارة العلاقة مع العملاء- المفاهيم والأبعاد
- 2- خطوات تطبيق التسويق بالعلاقات
- 3-شروط نجاح تطبيق التسويق بالعلاقات
- 4-تحليل العلاقة بين المؤسسة والعميل
- 5-5-دراسات تطبيقية لنماذج جودة الخدمة في المؤسسات
- 7- تقديم نماذج عن كيفية ادارة العلاقة مع العملاء

### طريقة التقييم:

يقيم الطالب على أساس إختبار في نهاية السداسي، وكذلك تقييم مستمر ومتواصل للأعمال الموجهة والتطبيق من حيث المواظبة و إنجاز البحوث والأعمال الموكلة إليه.

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

- 1-أبو نبعة، عبد العزيز، تسويق الخدمات المتخصصة: منهج تطبيقي، عمان، الوراق للنشر و التوزيع، 2005.
- 2-الدراركة، مأمون سليمان، إدارة الجودة الشاملة و خدمة العملاء، عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2006.
- 3-حمود خضير كاظم، ادارة الجودة وخدمة العملاء ، دار المسيرة ، عمان،2002.
- 4-العزاوى محمد عبد الوهاب، ادارة الجودة الشاملة، دار اليازورى ، عمان، 2005.
- 5-ادريس ثابت عبد الرحمان ،كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية، الاسكندرية، 2006.
- 6-عبد القادر حسن العداقي ، التميز فى خدمة العملاء ، ط 1، دار كطنوز المعرفة، عمان، 2010.
- 7-Duadin, Jean-Jacques et tapico, Charles : les outiles et le contrôle de la qualité ; Paris, economica, 1996.



**السداسي:السادس**

**وحدة التعليم : وحدة إستكشافية**

**المادة : نماذج إحصائية**

**الرصيد: 01**

**المعامل: 02**

**أهداف التعليم:**

بعد نجاح الطالب في هذه المادة يصبح ملم بجميع الحثيات والجوانب المتعلقة بالقوانين الإحصائية، كما تساعده هذه المادة كذلك في اختبار الفرضيات ودراسة العينات الإحصائية ومحاولة استقرائها وتعميمها على مجتمع الدراسة للوصول إلى نتائج أكثر دقة، وفهم العلاقة بين المتغيرات الإحصائية المدروسة.

**المعارف المسبقة المطلوبة :**

حتى يتمكن الطالب من مواصلة التعليم وتحصيل متطلبات هذه المادة، يجب أن يكون على دراية مسبقة ببعض المواد الإحصاء الوصفي والرياضيات والإحتمالات .

**محتوى المادة:**

1- ماهية الاقتصاد القياسي، أغراضه ومكوناته .

- 2- ماهية تحليل الانحدار الخطي البسيط.
- 3- طرق التقدير: طريقة العزوم، طريقة المربعات الصغرى.
- 4- النموذج الخطي البسيط.
- 5- تحليل الارتباط الخطي: معامل بيرسون، معامل سبيرمان.
- 6- النموذج بحد ثابت والنموذج بدون حد ثابت.
- 7- معامل التحديد، والقدرة التفسيرية للنموذج.
- 8- خصائص مقدرات معالم النموذج
- 9- توزيع تقديرات مؤشرات النموذج
- 10- الاستدلال الإحصائي لمعالم النموذج الخطي
- 11- اختبارات المعنوية: اختبار  $t$ ، اختبار  $F$
- 12- جدول تحليل التباين.
- 13- الانحدار غير الخطي البسيط
- 14- الانحدار المتعدد، الكتابة المصفوفية، مفهوم التعدد الخطي

### طريقة التقييم:

يقيم الطالب على أساس إختبار في نهاية السداسي، وكذلك تقييم مستمر ومتواصل للأعمال الموجهة والتطبيق من حيث المواظبة و إنجاز البحوث والأعمال الموكلة إليه.

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

1. عبد المحمود محمد عبد المحمود: مقدمة في الاقتصاد القياسي.
2. عبد القادر عطية: الاقتصاد القياسي بين النظرية والتطبيق.
3. أموري هادي: "مقدمة في تحليل الانحدار الخطي".
4. عبد المحمود عبد الرحمن: "مقدمة في الإقتصاد القياسي"
5. محمد عبد الرحمن: "تحليل الانحدار الخطي".
6. Gujarati, D.N. *Basic Econometrics*, McGraw-Hill;
7. Maddala, G. S., *Introduction to Econometrics*
8. Greene, W.H. *Econometric Analysis* (7th ed.), Amazon, Feb 2011

السداسي:السادس

وحدة التعليم :الأفقية

المادة :لغة أجنبية6

الرصيد: 02

المعامل: 01

**أهداف التعليم:**

تهدف هذه المادة إلى تمكين الطالب من معرفة أهم العبارات والمفردات والأفعال التي يحتاجون إليها للتعبير وطرح الأسئلة وكيفية الإجابة باللغة الأجنبية في مجال المال والأعمال.

**المعارف المسبقة المطلوبة :**

تتطلب هذه المادة أن تكون للطالب أدنى قاعدة للغة الأجنبية من حيث معرفة الضمائر وبعض الأفعال الأساسية والمعروفة وكذلك أدوات الربط وظروف المكان والزمان وبعض الصفات.

**محتوى المادة:**

<b>1 Telephoning</b>	<b>Dialogues 1</b> Beginning a call Checking information Asking the caller to hold Asking a caller to leave a message Making sure you understand Ending a call An automated message	<b>Dialogues 2</b> A voicemail message Leaving a message You can't talk The reason for calling You can't hear the caller You have to end the call	
<b>2 A company visit</b>	<b>Dialogues 1</b> Directions to the office Getting lost Arrival Meeting	<b>Dialogues 2</b> Introducing a company (1) Introducing a company (2) Company history A tour of the office	<b>Dialogues 3</b> Business activities (1) Business activities (2) Markets The competition
<b>3 Job information</b>	<b>Dialogues 1</b> Responsibilities Qualifications for the job A typical day Discussing a new appointment	<b>Dialogues 2</b> Working conditions Financial rewards Job benefits Redundancy and retirement	
<b>4 Presentations</b>	<b>Dialogues 1</b> Setting the scene Moving on Dealing with questions Dealing with the unexpected Recapping Coming to an end	<b>Dialogues 2</b> Some facts and figures Predictions Trends (upwards) Trends (downwards) Trends (steady)	

طريقة التقييم:  
امتحان

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

1- Lan Badger, Everyday Business English, Longman, Bristol 2003.

مواقع الانترنت:

- www.longman-elt.com

## IV- العقود/الاتفاقيات

### نموذج رسالة إبداء النية أو الرغبة

#### ورق رسمي يحمل اسم المؤسسة الجامعية المعنية

**الموضوع:** الموافقة على الإشراف المزدوج لليسانس بعنوان :

تعلم الجامعة (أو المركز الجامعي). عن رغبتها في الإشراف المزدوج عن الليسانس المذكورة أعلاه طيلة فترة تأهيل هذا التكوين. وفي هذا الإطار، فإن الجامعة (أو المركز الجامعي) ترافق هذا المشروع من خلال:  
-إبداء الرأي أثناء تصميم و تحيين برامج التعليم،

- المشاركة في الملتقيات المنظمة لهذا الغرض ،
- المشاركة في لجان المناقشة ،
- المساهمة في تبادل الإمكانات البشرية و المادية

توقيع المسؤول المؤهل رسميا :

الوظيفة:

التاريخ:

## نموذج رسالة إبداء النية أو الرغبة

الموضوع: الموافقة على مشروع بحث تكوين في الليسانس بعنوان:

المقدم من :

تعلم مؤسسة  
المستخدم المحتمل لمنتوج هذا التكوين  
وفي هذا الإطار، فإننا نؤكد انضمامنا إلى هذا المشروع ويتمثل دورنا فيه من خلال:  
- إبداء رأينا في تصميم و تحيين برامج التعليم،  
عن رغبتها في مرافقة هذا التكوين المذكور أعلاه بصفتها

- المشاركة في الملئقيات المنظمة لهذا الغرض ،
- المشاركة في لجان المناقشة .
- تسهيل قدر المستطاع استقبال الطلبة المتربصين في المؤسسة في إطار إنجاز مذكرات نهاية التخرج أو في إطار المشاريع المؤطرة.

سيتم تسخير الإمكانيات الضرورية لتنفيذ هذه العمليات و التي تقع على عاتقنا من أجل تحقيق الأهداف وتنفيذها إن على المستوى المادي و المستوى البشري يعين السيد(ة)\*.....منسقا خارجيا لهذا المشروع .

توقيع المسؤول المؤهل رسميا:

الوظيفة:

التاريخ:

الختم الرسمي للمؤسسة:

## V- سيرة ذاتية مختصرة

لكل شخص من الفرقة البيداغوجية المعنية بالتكوين في التخصص

(التأطير الداخلي والخارجي)

## السيرة الذاتية

الاسم واللقب: الطيب قصاص

تاريخ ومكان الميلاد: 21 أوت 1962 سطيف

البريد الإلكتروني والهاتف: /0773603277 Raouf\_souv@yahoo.fr

الرتبة: أستاذ مساعد قسم أ

المؤسسة الأصلية: كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ،جامعة فرحات عباس -سطيف1-

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

- شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص تسيير المؤسسات جامعة فرحات عباس سطيف

- شهادة ليسانس في العلوم الاقتصادية تخصص تسيير جامعة فرحات عباس سطيف



- بكالوريا آداب سطيف  
الكفاءات البيداغوجية المهنية (المواد المدرسة.....الخ):

-مقياس تسيير المؤسسة  
-مقياس اقتصاديات المالية العامة  
-التسويق الاستراتيجي  
-دراسات وبحوث التسويق  
-اقتصاد العمل والشغل  
-اقتصاديات المالية العامة  
- إدارة التسويق والمراجعة التسويقية  
-اقتصاد العمل

## السيرة الذاتية

الاسم واللقب: بدرة كوروغلي

تاريخ ومكان الميلاد: 17 فيفري 1974 سطيف

البريد الإلكتروني والهاتف: 0792036156 / Kouroughlibadra@gmail.com

الرتبة: أستاذ مساعد قسم أ

المؤسسة الأصلية: كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ،جامعة فرحات عباس -سطيف-

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

- بكالوريا رياضيات -سطيف-1992

- شهادة ليسانس في العلوم الاقتصادية تخصص تسيير جامعة فرحات عباس -سطيف-1996

- شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص إدارة الأعمال جامعة محمد بوضياف -المسيلة-2007

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

مقياس بحوث العمليات

-مقياس التسويق  
-رياضيات المؤسسة  
- الأساليب الكمية في التسويق  
-التسويق العمومي

## السيرة الذاتية

الاسم واللقب: مسعودي هشام

تاريخ ومكان الميلاد: 1983/09/02 (بجاية)

البريد الإلكتروني والهاتف: 0666564172 (catos1983@hotmail.om)

الرتبة: أستاذ مساعد قسم 1

المؤسسة الأصلية: جامعة سطيف 1

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

2006 :ليسانس تخصص بحوث ودراسات تسويقية (المعهد الوطني للتجارة)

2011 :ماجستير تخصص تسويق (مدرسة الدراسات العليا التجارية) الجزائر

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

تسويق استراتيجي

تسويق صناعي

إدارة الجودة

## السيرة الذاتية

الاسم واللقب: صليحة رقاد

تاريخ ومكان الميلاد: 5 جويلية 1982

البريد الإلكتروني والهاتف: [nivine1982@yahoo.fr](mailto:nivine1982@yahoo.fr)

الهاتف: 05 53 59 51 06

الرتبة: أستاذ مساعد قسم أ

المؤسسة الأصلية: جامعة سطيف 1

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

ليسانس علوم تجارية في جوان 2004، ماجستير علوم تجارية تخصص إدارة أعمال في جوان 2008

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

المواد المدرسة منذ سنة 2006 لحد الآن: محاضرات وتطبيقات

1 التحليل المالي،

2 الاقتصاد الكلي،

3 تسيير الميزانية،

4 مبادئ التسويق،

5 التسويق والتجارة الدولية،

6 تسيير المؤسسة،

7 النوعية ورغبات العملاء،

8 إدارة الأعمال،

9 دراسة السوق،

10 تطبيقات في التسويق،

11 إدارة العلاقة مع العميل

➤ المشاركة في الملتقيات الدولية والوطنية،

➤ نشر مقالة في مجلة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

➤ عضو في مشروع بحث ضمان الجودة،

➤ عضو في خلية ضمان الجودة

## السيرة الذاتية

الاسم واللقب: حسام لعمش

تاريخ ومكان الميلاد: 27 أبريل 1982 بعين ولمان - ولاية سطيف

البريد الإلكتروني والهاتف: [lameche.houssem@gmail.com](mailto:lameche.houssem@gmail.com)

213662810349

الرتبة: أستاذ مساعد قسم أ-

المؤسسة الأصلية: كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير - جامعة سطيف 01

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

❖ 2005: شهادة الليسانس في العلوم التجارية تخصص إدارة أعمال من المعهد الوطني للتجارة بن عكنون الجزائر العاصمة

❖ 2008: شهادة الماستر في إدارة الأعمال تخصص مالية من المعهد العالي للتسيير والتخطيط ببرج الكيفان .

❖ 2011: شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بجامعة الجزائر 03.

❖ 2011-2015: 4 تسجيلات في دكتوراه علوم في العلوم التجارية تخصص تسويق بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بجامعة الجزائر 03.

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

❖ تسيير مؤسسة، اقتصاد المؤسسة، تسيير مالي

❖ سلوك المستهلك

❖ مالية دولية

❖ اقتصاد نقدي واسواق مالية

❖ تقنيات اتصال تسويقي.

❖ دراسة السوق وبحوث التسويق

## السيرة الذاتية

الاسم واللقب: بن سالم فاروق

تاريخ ومكان الميلاد: 1984/04/07 بابور سطيف

البريد الإلكتروني والهاتف: [bensalemfarouq@gmail.com](mailto:bensalemfarouq@gmail.com)

0658413988

الرتبة: أستاذ مساعد أ

المؤسسة الأصلية: جامعة فرحات عباس سطيف 1

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

شهادة الليسانس في العلوم التجارية تخصص تسويق المدرسة العليا للتجارة 2007

شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق جامعة الجزائر - 03 - 2011

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

- تطبيقات تسويق الخدمات: ماستر 02 تسويق خدمي (محاضرة + تطبيق)
- تقنيات واستراتيجيات الاتصال: ماستر 02 تسويق استراتيجي (محاضرة + تطبيق)
- التسويق الاستراتيجي: السنة الثالثة تسويق وتجارة دولية (محاضرة)
- التكنولوجيات الحديثة للاتصال والإشهار: السنة الثالثة تسويق وتجارة دولية (محاضرة + تطبيق)
- تسويق الخدمات: السنة الثالثة تسويق (محاضرة + تطبيق)
- الاتصال: السنة الثالثة تسويق (محاضرة + تطبيق)

- التفاوض: السنة الثالثة تسويق (محاضرة + تطبيق)
- مدخل للاقتصاد السنة الأولى جذع مشترك (تطبيق)
- مدخل لإدارة الأعمال السنة الأولى جذع مشترك (تطبيق)
- تاريخ الوقائع الاقتصادية السنة الأولى جذع مشترك (تطبيق)
- مدخل إلى التسويق ماستر تسويق واتصال (محاضرة + تطبيق)

## السيرة الذاتية

الاسم واللقب: سامية بوناب

تاريخ ومكان الميلاد: 1978/10/26 بتاسكريوت / بجاية

البريد الإلكتروني والهاتف: [bounab\\_s@yahoo.fr](mailto:bounab_s@yahoo.fr)

Tel : 05 59 11 45 83

الرتبة: أستاذ مساعد "أ"

المؤسسة الأصلية: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

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

- ليسانس في التسويق سنة 2001
- ماجستير في الاقتصاد الدولي سنة 2004

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

- تم تدريس مقياس التسويق الدولي منذ 2003 ليسانس كلاسيك ( محاضرات وتطبيقات) والنظام الجديد أيضا منذ 2010 ليسانس وماستر ( محاضرات وتطبيقات).
- التسويق المستدام في الطور الثالث 2011 / 2013

- الاقتصاد الدولي ليسانس كلاسيك "تطبيقات" عام 2003
- الاقتصاد الجزئي والاقتصاد الكلي ليسانس كلاسيك "تطبيقات" 2006/2005/2004
- الاحصاء الوصفي ليسانس كلاسيك "تطبيقات" من 2001 إلى 2007

## السيرة الذاتية

الاسم واللقب: عصماني سفيان

تاريخ ومكان الميلاد: 20/09/1980 سطيف

البريد الإلكتروني والهاتف:

-البريد الإلكتروني: osmanisofiane@yahoo.fr

رقم الهاتف: 066364668

الرتبة: أستاذ مساعد قسم أ

المؤسسة الأصلية: جامعة فرحات عباس سطيف 1 (كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير)

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

- شهادة الليسانس في العلوم التجارية تخصص تسويق بجامعة فرحات عباس سطيف سنة 2003.

- شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص تسويق بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير / جامعة محمد بوضياف مسيلة.

سنة 2008.

- مسجل بالسنة السادسة دكتوراه علوم تخصص تسويق بجامعة فرحات عباس سطيف 1.

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

-مبادئ التسويق.

- سلوك المستهلك .

- بحوث ودراسات السوق .

- تسويق دولي.

- المالية و التجارة الدولية.

- منظمات دولية.

## السيرة الذاتية

الاسم واللقب: قطاف ليلي

تاريخ ومكان الميلاد: 27/ 01/ 1964 الجزائر

البريد الإلكتروني والهاتف:

leilagataf@gmail.com: البريد الإلكتروني

رقم الهاتف: 0554702607

الرتبة: أستاذ التعليم العالي

المؤسسة الأصلية: جامعة فرحات عباس سطيف 1 (كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير)

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

- شهادة الليسانس في العلوم التجارية بجامعة الجزائر سنة 1990.

- شهادة الماجستير في العلوم التجارية جامعة الجزائر 1997.

- شهادة دكتوراه دولة في العلوم التجارية جامعة الجزائر 2005.

- أستاذ التعليم العالي جامعة سطيف 1- سنة 2012.

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

- التسويق الإلكتروني.

- التكنولوجيا الحديثة للاعلام و الاتصال

- المراجعة المحاسبية

- تسويق دولي.

- المالية و التجارة الدولية.

- منظمات دولية.

- مبادئ التسويق .



- التفاوض الدولي.

## VI- رأي وتأشيرة الهيئات الإدارية والعلمية

عنوان الليسانس : تسويق

<p>مسؤول فرقة ميدان التكوين</p> <p>التاريخ والمصادقة</p> <p>2015</p> <p>22</p> <p>مسؤول</p> <p>فرقة التكوين</p> <p>كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير</p> <p>جامعة سطيف 1</p>	<p>رئيس القسم</p> <p>التاريخ والمصادقة</p> <p>رئيس قسم</p> <p>العلوم التجارية</p> <p>كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير</p> <p>جامعة سطيف 1</p> <p>إسماعيل ناصر</p>
<p>عميد الكلية ( أو مدير المعهد )</p>	
<p>التاريخ والمصادقة:</p> <p>22 مارس 2015</p> <p>عميد الكلية</p> <p>أ.د. صالح صالحي</p> <p>وزارة التعليم العالي والبحث العلمي</p> <p>الكلية الوطنية للعلوم التجارية</p> <p>جامعة سطيف 1</p>	
<p>مدير المؤسسة الجامعية</p>	
<p>التاريخ والمصادقة:</p> <p>22 مارس 2015</p> <p>مدير جامعة سطيف 1</p> <p>النيابية</p> <p>أ.جنان عبد المجيد</p> <p>وزارة التعليم العالي والبحث العلمي</p> <p>الكلية الوطنية للعلوم التجارية</p> <p>جامعة سطيف 1</p>	

## VII - رأي وتأشيرة الندوة الجهوية

## VIII - رأي وتأشيرة اللجنة البيداغوجية الوطنية للميدان