**الجمهورية الجزائرية الـديمقراطيـة الـشعبيــة**

وزارة التعليــم العالــي و البحــث العلمــي

**نموذج مطابقة**

**عرض تكوين**

**ل. م . د**

**ماستر أكاديمي**

**2016-2017**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **المؤسسة** | **الكلية/ المعهد** | **القسم** |
| عبد الحميد بن باديس –مستغانم - | علوم اقتصادية و تجارية وعلوم التسيير | العلوم التجارية |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **الميدان** | **الفرع** | **التخصص** |
| علوم اقتصادية و التسيير وعلوم تجارية | علوم تجارية | تسويق الخدمات |

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.

MASTER ACADEMIQUE

2016-2017

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Etablissement | Faculté / Institut | Département |
| Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem | Faculté de Sciences économiques, commerciales et sciences de gestion | Sciences commerciales |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Domaine | Filière | Spécialité |
| Sciences économiques, de gestion et sciences commerciales | Sciences commerciales | Marketing des Services |

الفهرس

1. **بطاقة تعريف الماستر**--------------------------------------------------
2. تحديد مكان التكوين----------------------------------------------
3. المنسقون-----------------------------------------------------
4. المشاركون الآخرون --------------------------------------------
5. إطار وأهداف التكوين---------------------------------------------

* **أ** – التنظيم العام للتكوين: مكانة المشروع------------------------------
* ب**-** شروط الإلتحاق بالماستر--------------------------------------
* ج- أهداف التكوين--------------------------------------------
* د-المؤهلات و القدرات المستهدفة ------------------------------------
* ه- القدرات الجهوية و الوطنية لقابلية التشغيل----------------------------
* و-الجسور نحو تخصصات أخرى-----------------------------------
* ز- مؤشرات متابعة مشروع التكوين -----------------------------------

5-الإمكانيات البشرية المتوفرة-----------------------------------------

أ- قدرات التأطير-------------------------------------------------

ب- فرقة تأطير التكوين--------------------------------------------

ب 1-التأطير الداخلي------------------------------------

ب 2-التأطير الخارجي------------------------------------

ب 3-الحوصلة الإجمالية للموارد البشرية-------------------------

ب 4-مستخدموا الدعم الدائمين-------------------------------

6-الإمكانيات المادية المتوفرة------------------------------------------

* أ- المخابر البيداغوجية والتجهيزات ---------------------------------
* ب- ميادين التربص والتكوين في المؤسسات----------------------------
* ج-مخابر البحث لدعم التكوين المقترح--------------------------------
* د- مشاريع البحث لدعم التكوين المقترح-------------------------------
* و-التوثيق المتوفر--------------------------------------------
* ه- فضاءات الأعمال الشخصية و تكنولوجيات الإعلام والاتصال ----------------

**II**- **بطاقات التنظيم السداسي للتعليم** ------------------------------------------

1. السداسي الأول-------------------------------------------------
2. السداسي الثاني-------------------------------------------------
3. السداسي الثالث------------------------------------------------
4. السداسي الرابع------------------------------------------------
5. حوصلة شاملة للتكوين--------------------------------------------

**III- بطاقات تنظيم وحدات التعليم**--------------------------------------------

**IV**- **البرنامج المفصل لكل مادة**---------------------------------------------

**V**- **العقود/الاتفاقيات**---------------------------------------------------

**VI**-**السيرة الذاتية للمنسّقين**-----------------------------------------------

**VII** - **رأي وتأشيرة الهيئات الإدارية والاستشارية**---------------------------------

**VIII**- **تأشيرة الندوة الجهوية**----------------------------------------------

**I - بطاقة تعريف الماستر**

1. **تحديد مكان التكوين:**

* الجامعة: **جامعة عبد الحميد ابن باديس. مستغانم**
* الكلية: علوم اقتصادية و تجارية وعلوم التسيير
* القسم : **العلوم التجارية .**

1. **المنسقون:**

- **مسؤول فرقة ميدان التكوين**

* الاسم واللقب : **يوسفي رشيد**
* الرتبة: **أستاذ التعليم العالي**

**🕿** : **045421145** فاكس: **045421150** البريد الإلكتروني:**youcefi20022002@yahoo.fr**

**- منسق / مسؤول فرقة شعبة التكوين**

* الاسم واللقب : **مخفي أمين**
* الرتبة : **أستاذ محاضر أ**

**🕿** : 0662839773 فاكس: البريد الإلكتروني: mokhefiamine@yahoo.fr

**منسق / مسؤول التخصص**

* الاسم واللقب: **براينيس عبد القادر**
* الدرجة العلمية : **أستاذ محاضر-أ-**

**🕿** :**0771076742** فاكس: **045421112** البريد الإلكتروني **brainisdz31@yahoo.fr**

**3- الشراكة الخارجية (اتفاقيات\*)**

* شراكة مع مؤسسات أخرى.
* شراكة مع مؤسسات أخرى اقتصادية و اجتماعية.
* شراكة دولية.

(\*) ترفق الإتفاقيات المبرمة مع المعنيين و تحدد نوعية التعهد لهذه الأخيرة في إطار تكوين الماستر المقترح (انظر النموذج الملحق).

4- **إطار وأهداف التكوين:**

* **أ – التنظيم العام للتكوين: مكانة المشروع**

في حالة اقتراح عدة ماسترات من طرف فرقة التكوين، بين بواسطة مخطط بسيط وضعية هذا المشروع بالنسبة للمسارات الأخرى.

قاعدة التعليم المشترك للميدان :

**علوم اقتصادية و التسيير وعلوم تجارية**

**الفرع: علوم تجارية**

**التخصصات الأخرى الموجودة بالشعبة المعنية بالمطابقة :**

**مالية وتجارة دولية**

**إمداد ونقل دولي**

**التخصص المعني بالمطابقة:**

**تسويق الخدمات**

**ب- شروط الالتحاق بالماستر**

**يتم قبول الطلبة في ماستر تسويق الخدمات :**

**الطالب الذي استوفى رصيد 180 تخصص تسويق .**

**ج- أهداف التكوين**:

هذا التكوين المسجل في إطار نظام شهادات**(LMD)،** يسمح للطالب التمكن من الحصول على المعارف النظرية الهامة وذلك من خلال اتجاهين أساسيين:

**الاتجاه الأول** يصب في الحصول على الكفاءات العلمية والتقنية التي تمكنه من:

- التحكم في الميدان المتعلق بالعلوم التجارية و علوم التسيير والتسويق.

-التحكم في الميادين المتعلقة بالتجارة الدولية والتسويق الدولي.

-التحكم في الميادين المتعلقة بالاتصالات التسويقية سواء باللغة العربية أو اللغة الإنجليزية.

-القدرة على التحكم في تقنيات التسويق الحديثة.خاصة ما تعلق بدراسة السوق وإجراء الاستقصاءات والحصول على المعلومات المختلفة.

-القدرة على ممارسة المهن المتعلقة بالتجارة الوطنية.

-القدرة على ممارسة المهن المتعلقة بالتسويق الدولي.

**الاتجاه الثاني:** يصب في اتجاه تطوير القدرات الفردية للطالب من حيث:

-تطوير روح المبادرة وتطوير روح المسؤولية.

-تطوير القدرة على الإشراف على المشاريع وتسييرها.

-القدرة على الاندماج في فرق العمل لتسيير وإدارة المشاريع.

-القدرة على الإشراف و تأطير فرق العمل التنفيذية.

- تطبيق مبادئ التسويق على المؤسسات في الواقع.

- الحصول على مهارات تقديم منتجات و خدمات في خطة تؤدي إلى الهدف وتخفض التكلفة.

- تحليل وتوقع البيئة التسويقية المستقبلية والاستعداد لها.

- الوصول إلى مهارات التطلع إلى تطبيق الحديث والتطوير

**د- المؤهلات و القدرات المستهدفة:**

1. **الجوانب و المهارات المقصودة:** المعلومات المكتسبة من خلال التكوين، درجة قابلية التوظيف للمتكون في المستقبل.

الشهادةالمحصلة في هذا التخصص تتضمن العديد من المعارف المرتبطة بالبيئة الخاصة بالمؤسسات سواء كانت بيئة اقتصادية أو اجتماعية أو بشرية، إضافة إلى معارف متعلقة بتكييف المؤسسات مع التغيرات الاقتصادية العالمية والمحلية.وهذه الشهادة تمكن الطالب من الحصول على المعارف القاعدية المتعلقة بالعلوم التجارية أساسا والاتصالات والتسويق مما يسمح للطالب من إمكانية مواصلة الدراسة في الدكتوراه، أو ممارسة المهن المتعلقة بهذه الميادين سواء على مستوى نقل المعارف أو على مستوى تنفيذ المعارف.

1. **السياق الجهوي و الوطني للتشغيل:**

حامل هذه الشهادة يرتبط بشكل واسع بالميادين الاقتصادية والتجارية التي يوجه إليها الطلبة المعنيين والمتعلقة بمايلي:

* القدرة على تحليل السوق.
* القدرة على تسيير المؤسسات التجارية.
* القدرة على تطبيق المفاهيم النظرية العلمية على الواقع.
* القدرة على التحكم في مختلف التقنيات الحديثة المرتبطة بالتجارة الالكترونية.
* القدرة على تكييف المؤسسات مع ظروف العمل في ظل العولمة الاقتصادية خاصة ما تعلق بالاقتصاد الرقمي والحكومة الالكترونية.
* القدرة على إحداث تأثيرات على المنافسة والمستهلكين ومنه القدرة على تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتمكينه من تحقيق الأرباح ومواصلة النشاط وبذلك تحقيق مناصب شغل متزايدة.
* القدرة على وضع سياسات وبرامج عمل لأصحاب الشركات المختلفة،من اجل تقديم برامج تسويقية مناسبة وتوجيه نشاطاتها الإنتاجية والتسويقية نحو الأسواق الأجنبية ومنه إعداد برامج تسويق دولي بعد الحصول على المعارف الضرورية في مجال التسويق الدولي.
* الوصول إلى مهارات الاستجابة السريعة لحاجات المجتمع.

**ه- القدرات الجهوية و الوطنية للقابلية للتشغيل**

1-مكاتب الدراسة المتخصصة في دراسة السوق.

2-مكاتب الدراسات الخاصة ببحوث التسويق.

3-وكالات الإعلان.

4-جميع المؤسسات الاقتصادية.

5-قطاع الخدمات.

6-مؤسسات التكوين المختلفة.

7-الإدارات العمومية.

8-وسائل الإعلام والاتصال المختلفة.

9-الجرائد والمجلات.

10-هيئات البحث.

**و- الجسور نحو تخصصات أخرى**

**ز- مؤشرات متابعة المشروع :تتم متابعة التكوين في ماستر علوم تجارية تخصص تسويق الخدمات باعتماد المؤشرات التالية:**

**-الحجم الساعي المنجز في كل مادة.**

**-الحجم الساعي المنجز في كل وحدة تعليم.**

**-معدل التقدم في تغطية برنامج المواد.**

**-إجمالي الأرصدة المحققة في كل سداسي.**

**-التركيز على وحدات التعليم الأساسية.**

**-التركيز على العمل الشخصي للطالب.**

**-احتساب عدد الوحدات المتحصل عليها من طرف الطالب.**

**-اعتماد الامتحانات الجزئية والتقييم المستمر.**

**-متابعة الأعمال الشخصية للطالب ومدى التزامه ببذل مجهودات شخصية.**

**-إنجاز مذكرة التخرج.**

**-مناقشة المذكرة.**

**-الإمكانيات البشرية المتوفرة**

**أ- قدرات التأطير**

بالإمكان حسب القدرات المتوفرة تأطير مائة **( 100 ) طالب** في تخصص **تسويق الخدمات.**

**ب-** ا**لتأطير الداخلي المسخر للتكوين في التخصص**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الاسم واللقب | شهادة التدرج | شهادة الاختصاص  (ماجستير-دكتوراه) | الرتبة | المواد المدرسة | التوقيع |
| براينيس عبد القادر | ليسانس | دكتوراه | أستاذ محاضر -أ- | التسويق الدولي –دراسة أسواق الخدمات |  |
| بابا عبد القادر | ليسانس | دكتوراه | أستاذ التعليم العالي | التسويق ألابتكاري |  |
| بن شني يوسف | ليسانس | دكتوراه | أستاذ محاضر -ب- | سلوك المستهلك المعمق- التسويق ألعلاقاتي |  |
| بوطغان محمد عبد الرزاق | ليسانس | ماجستير | أستاذ مساعد –أ- | تقنيات البيع الشخصي-التسويق العملي |  |
| درقاوي أسماء | ليسانس | ماجستير | أستاذة مساعدة –أ- | التسويق الاستراتيجي للخدمات |  |
| حجار آسية | ليسانس | ماجستير | أستاذة مساعدة –أ- | منهجية البحث العلمي |  |
| بن حمو عبد الله | ليسانس | ماجستير | أستاذ مساعد -أ- | قانون المستهلك |  |
| الهروشي خطاب | ليسانس | ماجستير | أستاذ مساعد-أ- | الإعلام الآلي للتسويق |  |
| بن شني عبد القادر | ليسانس | ماجستير | أستاذ محاضر -ب- | اتصال تسويقي –التسويق المباشر |  |
| يسعد عبد الرحمان | ليسانس | دكتوراه | أستاذ محاضر-ب- | التسويق الالكتروني |  |
| ملاحي رقية | ليسانس | دكتوراه | أستاذة محاضرة-ب- | التسويق السياحي |  |
| مجدد عبد النور | ليسانس | دكتوراه | أستاذ محاضر-ب- | إدارة الأعمال التسويقية |  |
| يخلف عبد الله | ليسانس | ماجستير | أستاذ مساعد-أ- | تحليل المعطيات التسويقية |  |
| بوروبة الحاج محمد | ليسانس | دكتوراه | أستاذ محاضر -أ- | لغة حية |  |

*مصادقة القسم مصادقة الكلية*

ج- **التأطير الخارجي المسخر للتكوين في التخصص**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| الاسم واللقب | مؤسسة الانتماء | شهادة التدرج | شهادة التخصص ماجستير - دكتوراه | الرتبة | المواد المدرسة | التوقيع |
| نوري منير | جامعة الشلف | ليسانس | دكتوراه | أ.ت.ع | التسويق القطاعي |  |
| مداح عرايبي الحاج | جامعة الشلف | ليسانس | دكتوراه | أ.م.أ | تسويق دولي |  |
| سعيد منصور فؤاد | جامعة خميس مليانة | ليسانس | دكتوراه | أ.م.أ | دراسة أسواق الخدمات |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

*مصادقة القسم مصادقة الكلية*

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **المجموع** | **العدد الخارجي** | **العدد الداخلي** | **الرتبة** |
| 02 | 01 | **01** | **أستاذ التعليم العالي** |
| 04 | 02 | **02** | **أستاذ محاضر أ** |
| 05 | 0 | **05** | **أستاذ محاضر ب** |
| 06 | 0 | **06** | **أستاذ مساعد أ** |
| 02 | 0 | **00** | **أستاذ مساعد ب** |
| 00 | 0 | **00** | **أخرى \*** |
| **17** | **03** | **14** | **المجموع** |

**\* أخرى: مستخدمو الدعم والتقنيين**

5**-الإمكانيات المادية المتوفرة للتكوين في التخصص :**

**أ- المخابر البيداغوجية والتجهيزات :**

**عنوان المخبر :** **السياسات الصناعية وتنمية المبادلات الخارجية "بوادكس".**

**قدرات الاستيعاب** (عدد الطلبة) 25 طالب لكل حصة

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الرقم** | **عنوان التجهيزات** | **العدد** | **الملاحظات** |
| **01** | **حاسوب الاعلام الالي** | **15** |  |
| **02** | **الة نسخ و طباعة** | **03** |  |
| **03** | **آلة عرض "Data show"** | **03** |  |

**اسم المخبر: ديناميكية الاقتصاد الكلي و التغيرات الهيكلية.**

**-عدد الطلبة: 30طالب**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الرقم** | **إسم الجهاز** | **العدد** | **الملاحظات** |
| 01 | **حاسوب الاعلام الالي** | **10** |  |
| 02 | **الة نسخ و طباعة** | **03** |  |
| 03 | **آلة عرض "Data show"** | **02** |  |

ب**- ميادين التربص و التكوين في المؤسسات** ( أنظر الملحقة العقود / الاتفاقيات)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **مكان التربص** | **عدد الطلبة** | **مدة التربص** |
| مؤسسات وطنية وخاصة | **100** | **04أشهر** |
|  |  |  |

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

**تحوي مكتبة الجامعة المركزية أكثر من 15 ألف عنوان في تخصصات متنوعة على غرار مكتبة الكلية التي تحتوي على عدد كبير من المراجع (الكتب و المجلات و الدوريات و القواميس و كذا مذكرات التخرج في الليسانس، ماستر ، الماجستير و الدكتوراه) التي تعتبر متوفرة إذا ما طلبت في أي وقت ناهيك عن مشروع المكتبة الالكترونية الذي سيربط بموقع الكلية و الذي يمكن الطالب من تحميل كتب إلكترونية دون التنقل شخصيا و هذا من خلال الانترنت.**

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

**توجد بالكلية إمكانيات معتبرة من حيث قاعات المطالعة، بالإضافة إلى قاعة انترنت سعتها 40 جهاز .**

**إضافة الى 120 جهاز موصول بالانترنت في المكتبة المركزية.**

**II** - بطاقة التنظيم السداسي للتعليم التخصصي

السداسيات 4،3،2،1

الخاصة بالتخصص

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| وحدة التعليم | الحجم الساعي السداسي | الحجم الساعي الأسبوعي | | | | المعامل | الأرصدة | **نوع التقييم** | |
| **15 أسبوع** | **محاضرة** | أعمال موجهة | أعمال تطبيقية | **أعمال أخرى** | **متواصل** | **امتحان** |
| وحدات التعليم الأساسية | **405سا** | **4سا30** | **4سا30** |  | **18 سا00** | **06** | **18** |  |  |
| و ت أ 1 (إج/إخ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| سلوك المستهلك المعمق | 135 سا | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 6 سا | 2 | 6 | X | X |
| التسويق العملي | 135 سا | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 6 سا | 2 | 6 | X | X |
| التسويق الالكتروني | 135 سا | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 6 سا | 2 | 6 | X | X |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| إلخ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| وحدات التعليم المنهجية | **180سا00** | **3سا00** | **3سا 00** |  | **6سا00** | **04** | **09** |  |  |
| و ت م 1 (إج/إخ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ادارة الاعمال التسويقية | 112 سا30 | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 4.30 سا | 02 | 5 | X | X |
| منهجية البحث العلمي | 67 سا30 | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 1.30 سا | 02 | 4 | X | X |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **وحدات التعليم الإسكتشافية** | **45سا00** | **1سا 30** | **1سا 30** |  | **00 سا00** | **02** | **2** |  |  |
| و ت إ 1(إج/إخ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| قانون المستهلك | 45 سا | 1.30 سا | 1.30 سا |  |  | 02 | 2 | X | X |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| إلخ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **وحدة التعليم الأفقية** | **22سا30** |  | **1سا 30** |  | **00سا 00** | **01** | **01** |  |  |
| و ت أ ف 1(إج/إخ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| لغة اجنبية 1 | 22 سا 30 |  | 1.30سا |  |  | 1 | 1 |  | X |
| **المادة 2** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| و ت أ ف2 (إج/إخ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| إلخ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **مجموع السداسي 1** | **652 سا30** | **9سا00** | 10سا 30 |  | **24سا00** | **13** | **30** |  |  |

السداسي: الأول

السداسي: الثاني

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| وحدة التعليم | الحجم الساعي السداسي | الحجم الساعي الأسبوعي | | | | المعامل | الأرصدة | **نوع التقييم** | |
| **15 أسبوع** | **محاضرة** | أعمال موجهة | أعمال تطبيقية | **أعمال أخرى** | **متواصل** | **امتحان** |
| وحدات التعليم الأساسية | **405سا** | **4سا30** | **4سا30** |  | **18 سا00** | **06** | **18** |  |  |
| و ت أ 1 (إج/إخ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| التسويق الدولي | 135 سا | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 6 سا | 2 | 6 | X | X |
| التسويق ألعلاقاتي | 135 سا | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 6 سا | 2 | 6 | X | X |
| التسويق ألابتكاري | 135 سا | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 6 سا | 2 | 6 | X | X |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| إلخ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| وحدات التعليم المنهجية | **180سا00** | **3سا00** | **3سا00** |  | **6 سا00** | **04** | **8** |  |  |
| و ت م 1 (إج/إخ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| دراسة أسواق الخدمات | 90سا00 | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 3سا00 | 02 | 4 | X | X |
| تقنيات البيع الشخصي | 90سا00 | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 3سا00 | 02 | 4 | X | X |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **وحدات التعليم الإسكتشافية** | **67 سا30** | **1سا30** |  | **1سا30** | **1سا30** | **02** | **03** |  |  |
| و ت إ 1(إج/إخ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| الإعلام الآلي في التسويق | 67سا30 | 1.30 سا |  | 1.30 سا | 1.30 سا | 02 | 3 | X | X |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **و ت إ 2(إج/إخ)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| إلخ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **وحدة التعليم الأفقية** | **22سا30** |  | **1سا30** |  | **0سا00** | **01** | **01** |  |  |
| و ت أ ف 1(إج/إخ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| لغة اجنبية 2 | 22سا30 |  | 1.30سا |  |  | 1 | 1 |  | X |
| **المادة 2** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| و ت أ ف2 (إج/إخ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| إلخ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **مجموع السداسي 2** | **675سا30** | **9سا00** | 9سا00 | 1 سا 30 | **25سا30** | **13** | **30** |  |  |

السداسي: الثالث

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| وحدة التعليم | الحجم الساعي السداسي | الحجم الساعي الأسبوعي | | | | المعامل | الأرصدة | **نوع التقييم** | |
| **15 أسبوع** | **محاضرة** | أعمال موجهة | أعمال تطبيقية | **أعمال أخرى** | **متواصل** | **امتحان** |
| وحدات التعليم الأساسية | **405سا** | **4سا30** | **4سا30** |  | **18 سا00** | **06** | **18** |  |  |
| و ت أ 1 (إج/إخ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| التسويق الاستراتيجي للخدمات | 135 سا | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 6 سا | 2 | 6 | X | X |
| التسويق القطاعي | 135 سا | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 6 سا | 2 | 6 | X | X |
| **اتصال تسويقي** | 135 سا | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 6 سا | 2 | 6 | X | X |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| إلخ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| وحدات التعليم المنهجية | **180سا00** | **3سا00** | **3سا00** |  | **6 سا00** | **04** | **8** |  |  |
| و ت م 1 (إج/إخ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| التسويق السياحي | 90سا00 | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 3سا00 | 02 | 4 | X | X |
| التسويق المباشر | 90سا00 | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 3سا00 | 02 | 4 | X | X |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **وحدات التعليم الإسكتشافية** | **67 سا30** | **1سا30** | **1سا30** |  | **1سا30** | **02** | **03** |  |  |
| و ت إ 1(إج/إخ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| تحليل المعطيات التسويقية | 67سا30 | 1.30 سا | 1.30 سا |  | 1.30 سا | 02 | 3 | X | X |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **و ت إ 2(إج/إخ)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| إلخ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **وحدة التعليم الأفقية** | **22سا30** |  | **1سا30** |  | **0سا00** | **01** | **01** |  |  |
| و ت أ ف 1(إج/إخ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| لغة اجنبية 3 | 22سا30 |  | 1.30سا |  |  | 1 | 1 |  | X |
| **المادة 2** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| و ت أ ف2 (إج/إخ) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| إلخ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **مجموع السداسي 3** | **675سا00** | **09سا00** | 10سا30 |  | **25سا30** | **13** | **30** |  |  |

السداسي: الرابع

* **حوصلة إجمالية للتكوين (ما عدا السداسي الرابع)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| المجموع | الأفقية | الاستكشافية | المنهجية | الأساسية | ح س و ت |
| **26 سا 00** |  | **04سا 30** | **09 سا 00** | **13سا 30** | محاضرة |
| **29 سا 30** | **04 سا 30** | **03 سا 00** | **09 سا 00** | **13سا 30** | أعمال موجهة |
| **01سا30** |  | **1سا 30** |  |  | أعمال تطبيقية |
|  |  |  |  |  | عمل شخصي |
| **75سا 00** |  | **03سا 00** | **18 سا 00** | **54 سا 00** | عمل آخر |
| **1965سا 00** | **67 سا 30** | **157 سا30** | **540 سا 00** | **1200 سا 00** | المجموع |
| 90 | 03 | 08 | 25 | 54 | الأرصدة |
| **100%** | 03 | 09 | 28 | 60 | % الأرصدة لكل وحدة تعليم |

**III- 1- البرنامج المفصل لكل مادة في السداسيات الأول والثاني والثالث**

السداسي: الأول

وحدة التعليم : الأساسية

المادة : سلوك المستهلك المعمق

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

تهدف هذه المادة لتمكين الطالب من فهم سلوكيات المستهلك من خلال عمية الشراء و الاستهلاك و اتقييم و إعادة الشراء و دراسة العوامل المؤثرة في قرار الشراء لديه سواء كانت داخلية أو خارجية

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

- مقدمة في سلوك المستهلك

- احتياجات و دوافع المستهلك

- التعلم و سلوك المستهلك

- الإدراك الحسي و سلوك المستهلك

- الشخصية و سلوك المستهلك

- تشكيل الاتجاهات و سلوك المستهلك

- الأسرة و سلوك المستهلك

- الجماعات المرجعية و سلوك المستهلك

- الطبقة الاجتماعية و سلوك المستهلك

- الثقافات الأصلية و الفرعية و سلوك المستهلك

- قادة الرأي و سلوك المستهلك

- نشر الابتكارات السلعية و سلوك المستهلك

طريقة التقييم:

* **مستمر**
* **امتحان**

المراجع:

- سلوك المستهلك ، مدخل استراتيجي – إبراهيم عبيدات، 2004، دار وائل للنشر

-اسس ومفاهيم، ثامر البكري، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع- عمان الاردن.

- مبادئ التسويق ، محمد فريد الصحن،نبيلة عباس ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع ، الاسكندرية مصر.

السداسي: الأول

وحدة التعليم : الأساسية

المادة : التسويق العملي

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

**اتقان مختلف الآليات التي تسمح باعداد مخطط تسويقي عملياتي.**

**اعتماد مختلف ادوات الاعلان والاتصال ( On-line & off )**

المعارف المسبقة :

**-التسويق -ادارة وتسيير المؤسسة- المزيج التسويقي.**

محتوى المادة:

**-المنتوج في التسويق.**

**-انواع المنتجات .**

**-تحديد المنتج وتسيير محفظة الانشطة.**

**-الاستراتيجيات السعرية.**

**-العوائق الداخلية والخارجية.**

**-تحديد الاسعار بالاعتماد على التكلفة.**

**-تحديد الاسعار بالاعتماد على الطلب.**

**-تحديد الاسعار بالاعتماد على المنافسة.**

**-شبكة التوزيع والمنتجين.**

**-اساليب البيع.**

طريقة التقييم:

* **مستمر**
* **امتحان**

المراجع:

**- Marketing Management 12 eme edition, co.ecrit avec K. Keller, B. Dubois, edition Pearson education,2006.**

**- Innovation la Tour des ventes, Marcel saucet, 2009.**

**Mercator, Dunod editionn 2006.**

السداسي: الأول

وحدة التعليم : الأساسية

المادة : التسويق الالكتروني

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بطبيعة وأهمية التسويق الإلكتروني واستخداماته في الأسواق المحلية والدولية . مقارنة التسويق التقليدي بالتسويق الإلكتروني مبرزاً أهم مزاياه وفوائده ، تخطيط التسويق الإلكتروني وتنفيذه ، الإنترنت ووظائفه واستخداماته ، ووسائل التسويق الإلكتروني وكيفية تقسيم السوق وتحليلة باستخدام الوسائل الإلكترونية وكيفية تجميع وظائف الترويج (المزيج الترويجي الإلكتروني )، بالإضافة إلى تعريف الطالب بعملية تصميم صفحة الشبكة الإلكترونية الـ web page وتقديم الطالب أيضاً إلى عملية تجميع وتخزين معلومات السوق باستخدام التكنولوجيا والإنترنت ، بالإضافة إلى مواضيع متفرقة أخرى كأمان الاتجار الإلكتروني وأخلاقياته **.**

المعارف المسبقة المطلوبة **:**

محتوى المادة:

-ماهية التسويق الإلكتروني

تعريف التسويق الإلكتروني

أنواع التسويق الإلكتروني:

الخصائص المميزة للتسويق الإلكتروني

-الصور المختلفة للتسويق الإلكتروني

-أثر التسويق الإلكتروني على المزيج التسويقي

-سياسات التسعير

-البنية التحتية للتسويق الإلكتروني ومتطلباته الأساسية

واقع التسويق الإلكتروني في العالم والجزائر

الآثار الاقتصادية للتسويق الإلكتروني في الجزائر

التسويق المصرفي الإلكتروني في الجزائر ومتطلباته

التسويق الإلكتروني كأداة للتميز في منظمات الأعمال

طريقة التقييم :

* **مستمر**
* **امتحان**

المراجع :

**-** التسويق الإلكتروني، محمد حجازي

- التسويق الذكي مجدي محمد عبدالله ماهي للنشر والتوزيع،2009.

-أبو النجا ، محمد عبد العظيم ، التسويق الإلكتروني ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2008

-الصيرفي ، محمد ، التجارة الإلكترونية ، مؤسسة حورس للنشر والتوزيع ، مصر الإسكندرية ، 2005

السداسي: الأول

وحدة التعليم : المنهجية

المادة : إدارة الأعمال التسويقية

الرصيد: 5

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بطبيعة إدارة التسويق وعلاقتها بالإدارات الأخرى في المؤسسة . وتتضمن دراسة إدارة التسويق على الصعيد الوظيفي من حيث التخطيط التسويقي ، والتنظيم والرقابة والتوجيه والتنسيق . وتتضمن المادة أيضاً دراسة إدارة التسويق ببعديها الجزئي والكلي على الصعيدين المحلي والدولي .

المعارف المسبقة المطلوبة **:**

محتوى المادة:

-وضع الخطط التسويقية للمؤسسة:

أ \_الخطة التسويقيه قصيرة الاجل(الخطة التكتيكية). ب ـ الخطة التسويقية طويلة الاجل(الخطة الاستراتيجية).

-التنسيق مع إدارة المبيعات على كيفية طرح المنتجات الجديدة في السوق.

-الإعلان والترويج.

-مراقبة الخطط والعملية التسويقية.

-اتخاذ القرارات السريعة والصائبة في حال حدوث مشكلة ما في الإنتاج أو المبيعات أو المشتريات أو المجهزين وغير ذلك...

طريقة التقييم:

* **مستمر**
* **امتحان**

المراجع:

* **إدارة التسويق- د. أبي سعيد الديوه جي ،دار الكتب للطباعة والنشر في جامعة الموصل ، الموصل –العراق**
* **التسويق وإدارة الأعمال التجارية، إياد زوكار، دار الرضا للنشر ، دمشق-سوريا 1999.**

السداسي: الأول

وحدة التعليم : المنهجية

المادة : منهجية البحث العلمي

الرصيد: 4

المعامل: 2

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

**- منهجية إعداد البحث (تقرير التربص)**

**- مقدمة البحث وخطة البحث**

**- تحرير مضمون البحث**

**- التهميش، المراجع**

**- ملاحق البحث**

**- فهرس البحث**

**- إعداد الاستبيانات**

طريقة التقييم:

* **مستمر**
* **امتحان**

المراجع:

1. **كمال الدين مصطفى الدهراوي، منهجية البحث العلمي، المكتب الجامعي الحديث، مصر،2010.**
2. **ناصر محمود جرادات و أخرون،** أساليب البحث العلمي و الإحصاء : كيف تكتب بحثا علميا؟، اثراء 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 القصبة 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 : قانون المستهلك

الرصيد: 2

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

**اكتساب مهارة التحكم في المصطلحات القانونية التي لها علاقة بالاستهلاك وحماية المستهلك .**

المعارف المسبقة المطلوبة **:**

محتوى المادة:

-مدخل للقانون

-القانون التجاري  
- قانون حماية المستهلك ( نصوص المواد)

- دراسة حالات في حماية المستهلك

طريقة التقييم:

* **مستمر**
* **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 : الأفقيـة

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 التسويق و تسويق الخدمات باللغة الأجنبية المختارة.**

السداسي: الثاني

وحدة التعليم : الأساسية

المادة : التسويق الدولي

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

**فهم أن التسويق الدولي ليس اختزال للتصدير و إنما هو سياسة تسويقية متماسكة عبر عدة مجالات مختلفة تكمن في إتقان الأساليب والأدوات اللازمة لتصميم استراتيجيات دولية.**

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة:

**نشأة وعوامل انتشار التسويق الدولي .**

**دراسة السوق الدولي**

**اختراق الأسواق العالمية الدولية**

**المتغيرات التسويق الدولي**

**التجزئة الدولية**

**التنظيم وأدوات التخطيط**

طريقة التقييم:

* **مستمر**
* **امتحان**

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

-Marketing internationale : C. Croué

-Marketing internationale : J.M De Leerisnyder

-Marketing internationale : A. Dayan, A.Ourset

السداسي: الثاني

وحدة التعليم : الأساسية

المادة : التسويق العلاقاتي

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

**تهدف هذه المادة بشكل عام إلى توفير عناصر لفهم مفاهيم التسويق العلاقاتي أو "إدارة علاقات العملاء"**

المعارف المسبقة المطلوبة **:**

**-مبادئ التسويق**

محتوى المادة:

* + **تطور مفهوم التسويق وأهمية العميل في عملية التبادل**
  + **عناصر التسويق العلاقاتي**
  + **تأثير الاتصالات التسويقية**
  + **تقنيات إدارة الطلب**
  + **التسويق العلاقة في** (B to B)
  + **التسويق العلاقة والأعمال الإلكترونية**

طريقة التقييم:

* **مستمر**
* **امتحان**

المراجع:

-Crum, Colleen, « Demand management », Ross Publishing, New York 2003,

Middleton Hughes, « Customer Loyalty », McGraw Hill, London, 2003-

السداسي: الثاني

وحدة التعليم : الأساسية

المادة : التسويق ألابتكاري

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

المعارف المسبقة المطلوبة **:**

محتوى المادة:

* **ماهية** مفهوم التسويق ألابتكاري
* متطلبات التسويق ألابتكاري

متطلبات إدارية وتنظيمية

متطلبات خاصة بالمعلومات

متطلبات متعلقة بإدارة الأفراد المشتغلين بالتسويق

متطلبات متعلقة بجدوى وتقييم الابتكارات التسويقية

متطلبات متنوعة

**-** عملية التسويق ألابتكاري وإدارتها

-مهارات التسويق الابتكاري

-الابتكار في مجال الخدمات

-الابتكار في بحوث التسويق

-تقييم الأداء في مجال التسويق الابتكاري

طريقة التقييم:

* **مستمر**
* **امتحان**

المراجع:

.محمود صادق بازرعه ,إدارة التسويق(الجزء الأول) . القاهرة : دار النهضة العربية، الطبعة السادسة 1982-1983.

  د.محمد جودت ناصر,الأصول التسويقية, عمان, دار مجدلاوي, الطبعة الأولى, 1997م

السداسي: الثاني

وحدة التعليم : المنهجية

المادة : دراسة أسواق الخدمات

الرصيد: 4

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

**وضع الطالب في وضعية اتخاذ القرار لحل مشكلة تجارية يكون قد حددها بنفسه مسبقا .**

**السماح له بالتفكير في استخدام إجراءات الاختيار واتخاذ القرار بشكل منهجي، وبالتالي اعتماد نهج الفكر وتحقيق دقيق قدر الإمكان.**

المعارف المسبقة المطلوبة **:**

محتوى المادة:

تشخيص المؤسسة و السوق.

الدراسات والتحقيقات الميدانية

الهيكل التسويقي و قوة البيع

إستراتيجية

المتغيرات التسويقية

التموقع

طريقة التقييم:

* **مستمر**
* **امتحان**

المراجع:

-L’étude *de cas en marketing V-Amiel*

*-Cas et solutions de marketing Y-chirouze*

*-Etudes de cas C Croué*

السداسي: الثاني

وحدة التعليم : المنهجية

المادة : تقنيات البيع الشخصي

الرصيد: 4

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

تهدف هذه المادة لتمكين الطالب من الوسائل النظرية و التطبيقية اللازمة لإدارة عمليات ترويج المبيعات بمختلف أنواعها. و تعتمد هذه المادة على جزء نظري يتم فيه تقديم المفاهيم و التقنيات الأساسية و على جزء تطبيقي و هو عبارة عن دراسة حالة لكل محور و يطبق فيه الطالب المفاهيم النظرية على أمثلة من الواقع حتى يكون جاهزا عند دخوله ميدان المبيعات.

المعارف المسبقة المطلوبة :

محتوى المادة :

الترويج

الإعلان

البيع الشخصي

تحديد مرتبات مندوبي البيع

تنشيط المبيعات

العلاقات العامة

طريقة التقييم:

* **مستمر**
* **امتحان**

المراجع:

البيع و إدارة البيع" لدافيد جوبر و جوف لانكستر، الطبعة السادسة سنة 2003-

السداسي: الثاني

وحدة التعليم : الاستكشافية

المادة : الإعلام الآلي في التسويق

الرصيد: 3

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

**إمداد الطالب بمدخل في الإعلام الآلي والتحكم في الحاسوب.**

المعارف المسبقة المطلوبة **:**

محتوى المادة:

- مقدمة في تطبيقات الحاسوب في التسويق   
- برامج التطبيقات المساعدة ( EViews 7- Excel)  
- مقدمة في قواعد البيانات

-إنشاء قاعدة بيانات : للمبيعات ، للمنافسين، للعملاء.  
- الإنترنت وتطبيقاتها : - إنشاء موقع الكتروني لمؤسسة أو علامة تجارية

-عرض الخدمات الكترونيا

طريقة التقييم:

* **مستمر**
* **امتحان**

المراجع:

1. **زياد محمد عبود، أساسيات الحاسوب و الانترنت، اثراء 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 : 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 التسويق وتسويق الخدمات باللغة الأجنبية المختارة.**

السداسي: الثالث

وحدة التعليم : الأساسية

المادة : التسويق الاستراتيجي للخدمات

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

المعارف المسبقة المطلوبة **:**

محتوى المادة:

**-التخطيط الاستراتيجي :مفهومه ، عناصره وسماته**

**-التخطيط التسويقي الاستراتيجي : طبيعته واهم نماذجه**

**-استراتيجيات تصنيف الخدمات**

**-الاستراتيجيات التسويقية التنافسية في الخدمات**

**-استراتيجيات إدارة العرض والطلب والإنتاجية**

**-استراتيجيات تسعير الخدمات**

**-استراتيجيات ترويج الخدمة**

**-استراتيجيات تقديم الخدمات**

**-استراتيجيات جودة الخدمة.**

طريقة التقييم:

**- مستمر**

**- امتحان**

المراجع:

-التسويق الاسترتيجي للخدمات ،محمد محمود مصطفى، دار المنهج للنشر والتوزيع، الاردن 2008.

# - التسويق - عبد الرحمن توفيق،الناشر  مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة 2001.

السداسي: الثالث

وحدة التعليم : الأساسية

المادة : التسويق القطاعي

الرصيد: 6

المعامل: **2**

أهداف التعليم **:**

المعارف المسبقة المطلوبة  **:**

محتوى المادة:

* **تذكير في المفاهيم الأساسية للتسويق**
* **التسويق B to B :**

**1- الأسواق الصناعية**

**2- توجيه الشراء**

**3- المزيج التسويقي**

**4. التسويق الإلكتروني**

**- خصوصيات تسويق الخدمات**

**- الخدمات الطرفية (**Les services périphériques)

**- تسويق الخدمات المالية**

طريقة التقييم:

**- مستمر**

**- امتحان**

المراجع:

-Michael Porter, *Choix stratégiques et concurrence. Techniques d'analyse des secteurs et de la concurrence dans l'industrie*, (1982), Économica, 1999.

-Christian Genthon, *Analyse sectorielle*,

السداسي: الثالث

وحدة التعليم :الأساسية

المادة : اتصال تسويقي

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

- التعرف على الدور الهام الذي تلعبه الاتصالات في برامج التسويق

-إكساب الطلاب مهارات عمليه في عملية الاتصالات التسويقية وأثرها علي الأداء التسويقي.

-التمييز بين عناصر مزيج الاتصالات التسويقية ..

- فهم القضايا ذات العلاقة بالاتصالات التسويقية

المعارف المسبقة المطلوبة **:**

محتوى المادة:

* الاتصالات
* الاتصالات التسويقية
* اتصالات التسويقية المتكاملة
* التخطيط للاتصالات التسويقية
* الأخلاق والاتصالات التسويقية
* الترويج وسلوك المستهلك
* الفرق بين الإعلان والدعاية
* البيع الشخصي
* العلاقات العامة
* قياس فعالية الاتصالات التسويقية

طريقة التقييم:

**- مستمر**

**- امتحان**

المراجع:

-الاتصالات التسويقية والترويج ،ثامر البكري ،دار الحامد للنشر- عمان – الأردن الطبعة الثانية 2009 .

**-**  Clow, Kenneth E & Donald Baack. "Integrated Advertising Promotion and Marketing Communications", 3rd Edition, Upper Saddle River, 2007.

السداسي: الثالث

وحدة التعليم : المنهجية

المادة : التسويق السياحي

الرصيد: 4

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

المعارف المسبقة المطلوبة **:**

محتوى المادة:

* **التسويق السياحي أسس ومفاهيم**
* **استراتيجيات صناعة السياحة**
* **السوق السياحي**
* **التسويق الفندقي: أسس ومفاهيم**
* **الطلب والعرض السياحي**
* **الموارد البشرية في صناعة السياحة**
* **عناصر المزيج الترويجي الفندقي والسياحي**
* **الاتجاهات الحديثة في صناعة السياحة.**

طريقة التقييم:

**- مستمر**

**- امتحان**

المراجع:

- التسويق السياحي والفندقي ، على فلاح الزعبي ، دار المسيرة عمان الاردن، 2013.السداسي: الثالث

وحدة التعليم : المنهجية

المادة : التسويق المباشر

الرصيد: 4

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

**فهم أن التسويق المباشر اليوم هو وسيلة أساسية لتعزيز وتطوير المنتجات.**

**إتقان تقنيات التسويق المباشر وكيفية استخدام وسائلها**

المعارف المسبقة المطلوبة **:**

محتوى المادة :

**التسويق المباشر وتطوره**

**البريد المباشر**

**التسويق عبر الهاتف**

**الملفات وقواعد البيانات**

**الحالات المختلفة في مجال التسويق المباشر**

**مقدمي التسويق المباشر**

طريقة التقييم:

**- مستمر**

**- امتحان**

المراجع:

-Le *marketing direct L.Hermel et J.P Quioc*

*-Le marketing direct en France. B.Manuel et D.Xardel*

*-Situation et perspective du marketing direct. P.Bloch et R. Hababou*

السداسي: الثالث

وحدة التعليم : الإستكشافية

المادة : تحليل المعطيات التسويقية

الرصيد: 3

المعامل: 2

أهداف التعليم **:**

**-تعريف الطالب بعملية تحليل البيانات وتفسيرها**

**- تعريف الطالب بالأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات**

**تعريف الطالب بكيفية استخدام الأسلوب الإحصائي المناسب لعملية التحليل.**

المعارف المسبقة المطلوبة **:**

محتوى المادة:

* **التحليل الأولي للبيانات التسويقية :**

**مقاييس النزعة المركزية ،**

**مقاييس التشتت**

* **الأساليب المتقدمة في التحليل الإحصائي:**

**تحليل مربع كاي**

**تحليل الانحدار البسيط**

**تحليل الانحدار المتعدد**

**تحليل التباين**

**التحليل التمييزي**

طريقة التقييم:

**- مستمر**

**- امتحان**

المراجع:

**الإحصاء الوصفي**

**-مبادئ الإحصاء، احمد عبد السميع طبية ، دار البداية للنشر ، عمان الأردن،2008.** 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 100%**

المراجع:

**- مراجع يتفق بشأنها من طرف فريق التكوين .**

**IV - العقود / الاتفاقيات**

**نموذج رسالة إبداء النية أو الرغبة**

) في حالة تقديم عرض التكوين بالاشتراك مع مؤسسة جامعية أخرى (

**ورق رسمي يحمل اسم المؤسسة الجامعية المعنية**

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

تعلن الجامعة (أو المركز الجامعي). عن رغبتها في الإشراف المزدوج عن الماستر 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 الإمكانيات البشرية و المادية

توقيع المسؤول المؤهل رسميا :

الوظيفة:

التاريخ:

**نموذج رسالة إبداء النية أو الرغبة**

) في حالة تقديم عرض تكوين ليسانس بالاشتراك مع مؤسسة لقطاع مستخدم (

(ورق رسمي يحمل اسم المؤسسة)

الموضوع: الموافقة على مشروع بحث تكوين في الماستر بعنوان:

المقدم من :

تعلن مؤسسة عن رغبتها في مرافقة هذا التكوين المذكور أعلاه بصفتها 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،
* المشاركة في الملتقيات 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**

**نموذج مختصر للسيرة الذاتية**



**الاسم و اللقب: براينيس عبد القادر**

**تاريخ و مكان الميلاد: 28/11/1967 بوهران**

**الحالة العائلية : متزوج.**

**الرتبة : أستاذ محاضر – أ –**

**مقر العمل : جامعة عبد الحميد ابن باديس. كلية الحقوق و العلوم التجارية.قسم علوم التسيير. الفاكس:045421112**

**المنصب: عميد الكلية حاليا رئيس قسم علوم التسيير سابقا ، و رئيس اللجنة العلمية لقسم علوم التسيير سابقا..**

**العنوان الالكتروني: brainisdz31@yahoo.fr**

**الشهادات**

**بكالوريا تقني محاسبة 1986 الثانوية التقنية للبنات.وهران.بملاحظة قريب من الجيد.**

**بكالوريا تقني اقتصادي 1989 مترشح حر.وهران. بملاحظة قريب من الجيد.**

**ليسانس في العلوم التجارية. تخصص تسويق .1990.ج هران.معهد العلوم التجارية.**

**ماجستير في علوم التسيير. تخصص تسويق.1994فيفرى.المدرسة العليا للتجارة الجزائر.بملاحظة مشرف جدا. مناقشة رسالة الماجستير تحت عنوان"أثر خصائص الخدمات على سياسات التسويق .تطبيق على المؤسسة الجزائرية ".**

**دكتوراه في الاقتصاد.جامعة الجزائر.كلية الاقتصاد و العلوم التجارية و علوم التسيير. خروبة.الجزائر.فيفري 2007. بملاحظة مشرف جدا. مناقشة أطروحة الدكتوراة تحت عنوان" التسويق في قطاع الخدمات العمومية في الجزائر"**

**الحصول على شهادة التأهيل الجامعي (سبتمبر 2011) من جامعة الشلف.**

**التجربة المهنية**

**1991-1992 تدريس مقاييس الاقتصاد، الإحصاء، المحاسبة، الرياضيات المالية. بالثانوية التقني ببراقي. الجزائر.**

**1992-1994 أستاذ مؤقت بالمدرسة العليا للتجارة.جامعة الجزائر.المقاييس المدرسة:محاضرات " تسويق الخدمات" و مبادئ التسويق".**

**1994-1995 أستاذ مساعد بمعهد العلوم التجارية , جامعة مستغانم(المركز الجامعي لمستغانم سابقا)**

**1995-1996 رئيس قسم العلوم التجارية ، جامعة مستغانم(المركز الجامعي لمستغانم سابقا) .**

**1996-2007 أستاذ مساعد مكلف بالدروس ، بكلية الحقوق و العلوم التجارية, قسم العلوم التجارية ثم قسم علوم التسيير.جامعة عبد الحميد ابن باديس. مستغانم.**

**مند جانفي2008 الترقية الى رتبة أستاد محاضر-ب- بكلية الحقوق و العلوم التجارية, قسم علوم التسيير.جامعة عبد الحميد ابن باديس. مستغانم.**

**2003-2008 رئيس قسم علوم التسيير،. بكلية الحقوق و العلوم التجارية ، جامعة عبد الحميد ابن باديس. مستغانم.**

**مند فبراير 2008 رئيس اللجنة العلمية لقسم علوم التسيير،. بكلية الحقوق و العلوم التجارية ، جامعة عبد الحميد ابن باديس. مستغانم.**

**مند 2005 عضو بالمجلس العلمي لجامعة مستغانم, لكلية الحقوق و العلوم التجارية , و لقسم علوم التسيير.**

**مند 2005 عضو بمجلس كلية الحقوق و العلوم التجارية لجامعة مستغانم.**

**مند أكتوبر 2010: رئيس مصلحة التربص لجامعة مستغانم, لكلية الحقوق و العلوم التجارية , و لقسم علوم التسيير.**

**مند أكتوبر 2008: عضو بلجنة الخبراء المكلفة بانتقاء الأساتذة المترشحين بالتدريس بجامعة مستغانم. كلية الحقوق و العلوم التجارية.**

**مند أكتوبر 2011 الترقية الى رتبة أستاد محاضر-أ- بكلية الحقوق و العلوم التجارية, قسم علوم التسيير.جامعة عبد الحميد ابن باديس. مستغانم.**

**مند سبتمبر 2011: عميد كلية العلوم الاقتصادية ، التجارية و علوم التسيير بالنيابة. جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم**

**مند فبراير 2012: عميد كلية الحقوق و العلوم التجارية بالنيابة. جامعة عبد الحميد ابن باديس . مستغانم.**

**مند سبتمبر 2005: أستاذ بالمدرسة العليا للإدارة العسكرية بوهران.**

**مند سبتمبر 2010: عضو بالمجلس العلمي بالمدرسة العليا للإدارة العسكرية بوهران.**

**الانجازات و المساهمات:**

**2008-2009 مدير مسار ل.م.د الخاص بالتسويق. بكلية الحقوق و العلوم التجارية، جامعة عب الحميد ابن باديس. مستغانم. و تدريس و تأطير طلبة ل م د مند إنشاء هدا النظام.**

**-2010-2011 مدير ماستر ل.م.د الخاص بالتسويق. بكلية الحقوق و العلوم التجارية، جامعة عبد الحميد ابن باديس**

**2011-2012 مدير ماجستر ل.م.د الخاص بالتسويق. بكلية الحقوق و العلوم التجارية، جامعة عبد الحميد ابن باديس**

**2006-2007 الإشراف على تدريس مقياس"التسويق في المؤسسة الجزائرية" لطلبةالماجستير بكلية الحقوق و العلوم التجارية، جامعة عبد الحميد ابن باديس. مستغانم.**

**2010-2011: تدريس طلبة الماستر. مقياس الادارة و التسيير الاستراتيجي للمؤسسة.جامعة مستغانم.**

**2011-2012: تدريس طلبة الدكتوراه ل م د. مقياس التسويق الدولي.جامعة مستغانم.**

**2010-2011: تدريس طلبة الماستر. مقياس التسويق و ادارة الأعمال.جامعة مستغانم.**

**2010-2011: الاشراف على تأطير طلبة الماستر بكلية الحقوق و العلوم التجارية، جامعة عبد الحميد ابن باديس.**

**أكتوبر-2009 نشر مقال علمي بعنوان" آثار الأزمة المالية العالمية على اقتصاديات الدول " مجلة الاقتصاد المعاصر، معهد العلوم الاقتصادية و علوم التسيير.المركز الجامعي خميس مليانة. الجزائر,العدد 06 , الصفحة103 .**

**سبتمبر -2010 نشر مقال علمي بعنوان" مشاكل عرض الخدمات البريدية في الجزائر " مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، يصدرها مخبر العولمة و اقتصاديات شمال افريقيا.جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف. الجزائر,العدد 07**

**سبتمبر -2010 نشر مقال علمي بعنوان" صناعة السياحة و آثارها على اقتصاديات الدول " مجلة الاستراتيجية و التنمية، كلية الحقوق و العلوم التجارية ، قسم علوم التسيير.جامعة عبد الحميد ابن باديس , مستغانم. الجزائر,العدد01**

**طبع كتاب, بعنوان " تسويق الخدمات و الخدمات العمومية". سنة 2013**

**من12الى15/01/2008 المشاركة في ملتقى دولي بجامعة وهران، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية تحت عنوان :**

**« Transfert des innovations pédagogiques en sciences de gestion »**

**يوم08الى09/11/2010 المشاركة في ملتقى دولي بجامعة حسيبة بن بو علي.الشلف، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير حول:المنافسة و الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية.**

**قبول مداخلاتي للمشاركة في العديد من الملتقيات العلمية الدولية و الوطنية منها: - المؤتمر الوطني حول السياحة و التسويق السياحي بجامعة قالمة أيام 25و26/10/2010 بمداخلة بعنوان: المفاهيم النظرية للسياحة و التسويق السياحي**

**- المؤتمر الدولي حول اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة بجامعة بسكرة أيام 09و10/03/2010 بمداخلة بعنوان: دور السياحة في التنمية المستدامة لدول العالم الثالث.**

**- المؤتمر الوطني الخامس حول الأزمة الاقتصادية العالمية و تداعياتها على الاقتصاد الجزائري بجامعة أدرار أيام 25و26/04/2010 بمداخلة بعنوان: آثار الأزمة الاقتصادية العالمية على اقتصاديات الدول.**

**- الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة و الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية بجامعة شلف أيام 09و10/11/2010 بمداخلة بعنوان: متطلبات الإبداع و الابتكار لتحقيق ميزة تنافسية لمنظمات الأعمال الصناعية بالإشارة إلى المؤسسات الجزائرية.**

**مند 1994-2008 الإشراف على تدريس المقاييس التالية:" المحاسبة العامة"، "المحاسبة التحليلية "اقتصاد المؤسسة"،"مبادئ التسويق"، "تسويق الخدمات" ،" التسويق الدولي "التسويق الاستراتيجي"، "تسيير أنظمة التوزيع" ،" سلوك المستهلك" ، "سياسة الاتصالات" "تسيير المؤسسة" "المناجمنت" "السياسة الاقتصادية"**

**مند 1994-2008 الإشراف على تأطير مئات رسائل التخرج لنيل شهادة الليسانس في العلوم التجارية و علوم التسيير و العلوم الاقتصادية جامعة مستغانم ، جامعة الشلف ، جامعة سيدي بلعباس، جامعة التكوين المتواصل بمستغانم.**

**2003-2005 التدريس كأستاد مؤقت بجامعة حسيبة بن بوعلي "جامعة الشلف"، ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية. تدريس مقياس " المالية و التجارة الدولية" و مقياس "الميزانيات التقديرية".**

**2006-2008 التدريس كأستاد مؤقت بجامعة الجيلالي اليابس"جامعة سيدي بلعباس"، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية.تدريس مقياس " الاندماج المغاربي" و مقياس "تقنيات و استراتيجيات التوغل للأسواق الدولية".**

**مند 2005 عضو بمخبر بحث :ديناميكية الاقتصاد الكلي و التغيرات الهيكلية. فرقة بحث:التغير التقني و التغير التكنولوجي. بكلية الحقوق و العلوم التجارية ، جامعة عبد الحميد ابن باديس. مستغانم.**

**ديسمبر 2010 : رئيس مشروع بحث مقترح تحت اطار البرنامج الوطني للبحث ، موسوم ب: التسيير البيئي كامتداد جديد لتسيير المؤسسات الملوثة.**

**2011-2012 : الإشراف على تأطير 03 رسائل الماجستير في تخصص علوم التسيير و العلوم التجارية و الاقتصادية.**

**2011-2012 : الإشراف على تأطير 04 رسالة دكتوراه في تخصص علوم التسيير و العلوم التجارية و الاقتصادية.**

**مند 2007 : المشاركة في العديد من لجان مناقشة رسائل الماجستير في تخصص علوم التسيير و العلوم التجارية ، من أهمها : - رسالة ماجستير بعنوان:"أثر نمط القيادة الإدارية على الأداء و الرضاء الوظيفي" للطالبة "بنعلي عائشة"، تحت إشراف دكتور "الأستاذ شوام بوشامة" ,ج وهران.**

**- رسالة ماجستير بعنوان:"الاعتماد الايجاري كأحد بدائل تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الحجم" ، للطالبة "لدرع خديجة"، تحت إشراف الدكتور "زيدان محمد" ، جامعة الشلف .**

**- رسالة ماجستير بعنوان:"استهداف التضخم- دراسة على حالة الجزائر-" للطالب مكاوى محمد الأمين "، تحت إشراف الدكتور "بابا عبد القادر" ، جامعة مستغانم.**

**- رسالة ماجستير بعنوان:"أنظمة سعر الصرف و معايير اختيار سعر الصرف الملائم-دراسة حالة الجزائر-" للطالب برياطي حسين"، تحت إشراف الدكتو "بابا عبد القادر" ، جامعة مستغانم. - رسالة ماجستير بعنوان:"أهمية اليقظة الإستراتيجية في تفعيل قرارات المؤسسة الجزائرية" للطالب كرومي سعيد"، تحت إشراف الدكتور "كربالي بغداد" ج وهران. - رسالة ماجستير بعنوان:"التسيير الاستراتيجي في سوق تنافسية- دراسة على حالة المؤسسة الجزائرية-"،" للطالبة أحسن جميلة"، تحت إشراف الدكتور "عامر عامر أحمد" ، جامعة مستغانم -- thèse de magister sur « la compétence °dimension humaine de la qualite totale .cas de l entreprise algerienne » (l etudiante°karima bensikadour°) encadre par « DR . professeur°Abdeslam bendiabellah° » Univrsite de tlemcen**

**نموذج مختصر للسيرة الذاتية**

Mr  BECHENNI Youcef,

Maitre assistant à la Faculté des Sciences Economiques, Sciences Commerciales et des Sciences de Gestion, Université de Mostaganem.

Né le: 09/02/1972 à Sig wilaya de Mascara.

Marié (02 enfants).

Adresse : B.P 168, Adda Benguettat, Pépinière, Mostaganem.

Mobile : 0773.58.15.81

E-mail : [youf27@live.fr](mailto:youf27@live.fr)

***Diplômes Obtenus***

* Bac session 1996
* Licence en sciences commerciales, option Marketing, université de Mostaganem, promotion 2000
* Magister en Economie et Gestion option Marketing, université d’Oran, promotion 2010
* Doctorat en sciences Economiques et Gestion option Marketing, université d’Oran 2015.

***Expériences Professionnelles***

* Chef de département Tronc Commun à la faculté des sciences économiques, sciences commerciales et des sciences de gestion, université de Mostaganem, année universitaire 2013-2014.et 2014-2015
* Maitre assistant chargé de la présidence du conseil pédagogique de coordination de première année LMD, année : 2013-2014 et 2014-2015
* Maitre assistant chargé de la présidence du conseil des délibérations de première année Master option Marketing, année : 2012-2013 et année : 2013-2014,
* Maitre assistant chargé de la présidence du conseil pédagogique de coordination de première année Master option Marketing, année : 2012-2013 et année : 2013-2014,
* Co- encadreur du mémoire de magister option : marketing et management des entreprises, sous le thème : le rôle du marketing des ressources humaines dans les entreprises en Algérie cas de l’office national de l’assainissement, année :2012-2013,
* Co encadreur du mémoire de magister option : marketing et management des entreprises, sous le thème : واقع و آفاق التسويق في المؤسسات الخدمية للتأمينات في الجزائر,année :2012-2013,
* Co encadreur du mémoire de magister option : marketing et management des entreprises, sous le thème : La stratégie de développement du secteur de tourisme cas de la willaya de Mostaganem, année : 2012-2013,
* Encadreur de plusieurs mémoires de Master,
* Jury dans plusieurs soutenances de Master,
* Présidant de jury dans plusieurs soutenances de Master,
* Enseignant à l’université de Mostaganem, Faculté de droit et sciences commerciales 2000-2010(enseignant vacataire),
* Enseignant spécialisé en formation professionnelle à l’Institut national spécialisé de la formation professionnel(I.N.S.F.P) de Mostaganem 2009-2010 (enseignant permanant).

***Publications et communications* :**

1. ***المنشورات*:**

* إشكاليات تسيير العلاقات مع الزبائن في المؤسسات الجزائرية: دراسة مقارنة بين مؤسسة موبليس و مؤسسة جازي و مؤسسة نجمة، مجلة اقتصاد و تسيير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة وهران، العدد 06 سنة 2012
* الإبداع ضرورة أساسية لخلق ميزة تنافسية، دفاتر بوادكس: السياسة الصناعية و تنمية المبادلات الخارجية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة مستغانم، العدد 02، سبتمبر 2014

1. ***الملتقيات*:**

* دور الاستراتجيات التنافسية في إنشاء ميزات تنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات، الملقى الدولي الرابع، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الشلف، سنة 2010
* إشكالية نقل الكفاءات في المؤسسات الجزائرية، الملتقى الوطني الأول، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة بسكرة، سنة 2012
* دور الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية، الملتقى الوطني، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة مستغانم، سنة 2012
* التشخيص المالي للمؤسسات الاقتصادية، الملتقى الوطني، معهد العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، المركز الجامعي سوق أهراس سنة 2012
* أثر تبني المسؤولية الاجتماعية على تنمية الموارد البشرية: دراسة تطبيقية لشركة هنكل، الملتقى الدولي حول الابتكار و تقويم الموارد البشرية، الابتكار و اقتصاد المعرفة في بلدان المغرب العربي: رهانات و وجهات النظر، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة مستغانم، يومي 22 و 23 فيفري 2015

**Langues maitrisées :**

* Arabe : Très bien
* Français : Bien
* Anglais : Bien

**نموذج مختصر للسيرة الذاتية**

**Nom** : BENCHENNI

**Prénom** : Abdelkader

**Date de naissance& Lieu de naissance** : 22 février 1974 à Mesra-Mostaganem-

**Adresse** : Chenana, Mesra, Wilaya de Mostaganem, 27000, Algérie.

**Mobil** : 0772-39-61-65

**M@ail**: [aekbaba@yahoo.fr](mailto:aekbaba@yahoo.fr)

**Formation académique :**

* Bac Science Session 1993.
* Licence en Science Commercial, Option Gestion Promotion 1998.
* Magister Science de Gestion, Option Management Promotion 2009.
* Doctorat en Science, management promotion 2014.
* Stage de trois mois en Informatique (Windows, Word, Excel…).

**Expérience Professionnelle**

**Enseignant :**

* A L’université de Mostaganem, Faculté de Droit, Science commercial et science de Gestion 2000- 2007
* A L’université de Mostaganem, Faculté de Génie Civil : 2001-2003.
* A l’institut de Formation Professionnelle (I.N.S.F.P) Mostaganem : 2002-2009.
* A L’université de Mostaganem, Faculté de Sciences commerciales, Science Economique et science de Gestion 2010- 2015.
* Adjoins de chef de département de sciences commerciales 2011- 2015.
* Membre de conseil scientifique de la faculté des sciences commerciales 2012- 2015.

**Modules prise en charge**

Statistique, Gestion budgétaire, Economie générale, principe de marketing, initiation en management, Gestion de commerce international, initiation au management, législation des travaux, technique de commerce international, méthodologie, relation humaines, Gestion des ressources humaines**.**

**نموذج مختصر للسيرة الذاتية**

**الإسم اللقب: حجار آسية**

**تاريخ ومكان الميلاد: 10-02-1978 بمستغانم**

**البريد الإلكتروني والهاتف:** [**assiahadj28@yahoo.fr**](mailto:assiahadj28@yahoo.fr) **/ 0662701190**

**الرتبة: أستاذة مساعدة –أ-**

**المؤسسة الأصلية: جامعة عبد الحميد بن باديس –مستغانم-**

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

* **شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية تخصص محاسبة وجباية – 2001- جامعة مستغانم**
* **شهادة الليسانس في العلوم التجارية تخصص مالية -2005- جامعة مستغانم**
* **شهادة الليسانس في علوم التسيير تخصص ادارة الاعمال -2005- جامعة وهران**
* **ماجستير المدرسة الدكتورالية للاقتصاد وادارة الاعمال ، اختيار ادارة الاعمال تخصص استراتيجية- 2012- جامعة وهران.**

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

* **اقتصاد المؤسسة**
* **تسيير المؤسسة**
* **الاقتصاد الجزائري**
* **رياضيات مالية**
* **اقتصاد نقدي**
* **التسيير الاستراتيجي**
* **التسويق الاستراتيجي**
* **نظريات المبادلات**
* **الاتفاقيات الدولية**
* **العولمة والاقتصاديات الانتقالية**
* **المنهجية**
* **بحوث مكتبية**
* **الاتصال المالي**
* **المراجعة والتدقيق الداخلي**
* **مالية المؤسسة**

**نموذج مختصر للسيرة الذاتية**

**Nom** : BOUTAGHANE.

**Prénom** : Mohammed Abderrezak.

**Date de naissance** : 05/12/1982.

**Lieu de naissance** : Chlef.

**Adresse** : Cité 92 logts bloc A n°3 Hassi mameche Mostaganem.

BP 57 Hassi mameche.

**Mobil** : 07 73 044 205.

**M@ail**: [mboutaghane@hotmail.fr](mailto:mboutaghane@hotmail.fr)

**Formation académique** :

-Inscrit en 3emme  année Doctorat à l’iniversité de Sidi belabes.

-Magister en économie et management 2012.

-Niveau de 3 emme année langues et littératures anglaises (Licence LMD).

-Licence en sciences commerciales option gestion année 2005.

-Bac scientifique année 2001.

**Expérience professionnelle :**

-Enseignant chercheur à l’université de Mostaganem (11/2013 à ce jour).

**-**Remplir le poste de cadre commercial chargé du marketing dans une entreprise d’envergure nationale(10/2012 au 03/2013).

**-**Exercer la fonction de comptable dans un bureau de commissariat aux comptes et tenue de comptabilité (09/2011 au 09/2012).

-Gérant d’une SARL spécialisée dans la vente et la maintenance du matériel informatique (07/2007 au 03/2011).

**Champs d’intérêt :**

- Management, Marketing, Comportement de consommateur, Commerce international, Modélisation, Informatique.

**VI- رأي وتأشيرة الهيئات الإدارية والعلمية**

**عنوان الماستر : تسويق الخدمات**

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

**VII - رأي وتأشيرة الندوة الجهوية**

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

**VIII- رأي وتأشيرة اللجنة البيداغوجية الوطنية للميدان**

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