

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET
DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
المديرية العامة للتعليم و للتكوين العالين
Direction générale des enseignements et de la Formation Supérieures
اللجنة البيداغوجية الوطنية لميدان التكوين في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
CPND SECG

دليل برامج التكوين في تخصصات الليسانس لفرع العلوم التجارية

S3 - S4 - S5 - S6

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			المعامل	الأرصدة	المواد العنوان	وحدات التعليم
إمتحان	مراقبة مستمرة			أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس				
X	X	00سا75	00سا45		1سا30	1سا30	2	6	تسيير المؤسسة	وحدة تعليم أساسية الرمز : وت أس 1.2 الأرصدة : 17 المعامل : 6
X	X	00سا75	00سا45		1سا30	1سا30	2	6	اقتصاد كلي 1	
X	X	00سا55	00سا45		1سا30	1سا30	2	5	محاسبة تحليلية	
X	X	00سا30	00سا45		1سا30	1سا30	2	3	إحصاء 3	وحدة تعليم منهجية الرمز : وت م 1.2 الأرصدة : 7 المعامل : 5
X	X	00سا30	00سا45		1سا30	1سا30	2	3	رياضيات المؤسسة	
X		30سا2	30سا22			1سا30	1	1	منهجية البحث 2	
X	+	00سا55	00سا45		1سا30	1سا30	2	4	اقتصاد نقدي وأسواق رأس المال	وحدة تعليم استكشافية الرمز : وت إس 1.2 الأرصدة : 5 المعامل : 2
X		30سا2	30سا22	1سا30		1سا30	2	1	إعلام الي 2	
X		30سا2	30سا22		1سا30		1	1	لغة أجنبية 3	وحدة تعليم أفقية الرمز : وت أف 1.2 الأرصدة : 1 المعامل : 1
		30سا327	30سا337	1سا30	10سا00	12سا00	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			المعامل	الأرصدة	المواد العنوان	وحدات التعليم
إمتحان	مراقبة مستمرة			أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس				
X	X	00سا75	00سا45		30سا1	30سا1	2	6	اقتصاد المؤسسة	وحدة تعليم أساسية الرمز : وت أس 2.2 الأرصدة : 16 المعامل : 5
X		00سا75	00سا45		30سا1	30سا1	2	6	اقتصاد كلي 2	
X	X	30سا57	30 سا 22			30سا1	1	4	مالية عامة	
X	X	00سا55	00سا45		30سا1	30سا1	2	5	تسويق	وحدة تعليم منهجية الرمز : وت م 2.2 الأرصدة : 10 المعامل : 4
X	X	00سا80	00سا45		30سا1	30سا1	2	5	رياضيات مالية	
X	+	00سا30	00سا45	30سا1		30سا1	2	3	اعلام الي 3	وحدة تعليم استكشافية الرمز : وت إس 2.2 الأرصدة : 3 المعامل : 2
X		30سا2	30سا22			30سا1	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:

تخصص: تسويق

نوع التقييم		الحجم الساعي الأسبوعي				المعامل	الأرصدة	الحجم الساعي السداسي	المواد	وحدات التعليم
امتحان	مراقبة مستمرة	أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة					
X	X	5 سا	-	1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	نظم المعلومات التسويقية	وحدة تعليم أساسية:
X	X	5 سا	-	1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	بحوث التسويق	الأرصدة: 18
X	X	3.30 سا	-	1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	سلوك المستهلك	المعامل: 8
X	X	4 سا	-	1.30 سا	1.30 سا	2	5	100	تسويق الخدمات	وحدة التعليم المنهجية:
X	X	5.30 سا	-		1.30 سا	1	4	80 سا	الاتصال	الأرصدة: 9
										المعامل: 3
X		1.30 سا	-		1.30 سا	1	2	45	قانون حماية المستهلك	وحدة التعليم الاستكشافية:
										الأرصدة: 2
										المعامل: 1
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22.30 سا	لغة أجنبية	وحدة التعليم الأفقية:
										الأرصدة: 1
										المعامل: 1
		24.30	-	7.30	09	11	30	607.30 سا	المجموع	مجموع السداسي الخامس

السداسي السادس:

نوع التقييم		الحجم الساعي الأسبوعي				المعامل	الأرصدة	الحجم الساعي السداسي	المواد	وحدات التعليم
امتحان	مراقبة مستمرة	أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة					
X	X	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	تسويق استراتيجي	وحدة تعليم أساسية:
X	X	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	تسويق دولي	الأرصدة: 18
X	X	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	تسويق إلكتروني	المعامل: 6
X	X	3 سا	1.30 سا		1.30 سا	2	5	120 سا	تحليل قواعد البيانات	وحدة التعليم المنهجية:
	X	6 سا				1	4	90 سا	تقرير التربص	الأرصدة: 9
										المعامل: 3
X		1.30 سا			1.30 سا	1	2	45 سا	قانون المنافسة	وحدة التعليم الاستكشافية:
										الأرصدة: 2
										المعامل: 1
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22.3 سا	لغة أجنبية	وحدة التعليم الأفقية:
										الأرصدة: 1
										المعامل: 1
		28,3 سا	1.30 سا	6 سا	7,3 سا	11	30	637,30	المجموع	مجموع السداسي السادس

تخصص تسويق الخدمات

السداسي الخامس:

نوع التقييم	الحجم الساعي الأسبوعي				المعامل	الأرصدة	الحجم الساعي السداسي	المواد	وحدات التعليم
	امتحان	مراقبة مستمرة	أعمال أخرى	أعمال تطبيقية					
X	X	6 سا	-	1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	وحدة تعليم أساسية: الأرصدة: 18 المعامل: 6
X	X	6 سا	-	1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	مدخل لتسويق الخدمات
X	X	6 سا	-	1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	تسويق مصرفي
X	X	5 سا	-	1.30 سا	1.30 سا	2	5	100	الاتصال
X		3 سا	-		1.30 سا	1	4	80	وحدة التعليم المنهجية: الأرصدة: 9 المعامل: 3
X		1.30 سا	-		1.30 سا	1	2	45	التسويق الالكتروني
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22,30	إدارة علاقات الزبائن
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22,30	وحدة التعليم الأفقية: الأرصدة: 1 المعامل: 1
		27,30 سا		7,30 سا	9 سا	11	30	607.3	قانون حماية المستهلك
									وحدة التعليم الأفقية: الأرصدة: 1 المعامل: 1
									المجموع السداسي الخامس

السداسي السادس:

نوع التقييم	الحجم الساعي الأسبوعي				المعامل	الأرصدة	الحجم الساعي السداسي	المواد	وحدات التعليم
	امتحان	مراقبة مستمرة	أعمال أخرى	أعمال تطبيقية					
X	X	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	وحدة تعليم أساسية: الأرصدة: 18 المعامل: 6
X	X	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	تسويق فندقي
X	X	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	تسويق سياحي
X	X	3 سا	1.30 سا		1.30 سا	2	5	100	تسويق صحي
X		6 سا				1	4	90	تحليل قواعد البيانات
X		1.30 سا			1.30 سا	1	2	45	تقرير التريص
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22,3	قانون المنافسة
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22,3	وحدة التعليم الأفقية: الأرصدة: 1 المعامل: 1
		28,3 سا	1.30 سا	6 سا	7,3 سا	11	30	617.3	لغة أجنبية
									المجموع
									مجموع السداسي السادس

تخصص تجارة دولية و إمداد

السداسي الخامس:

نوع التقييم	الحجم الساعي الأسبوعي				المعامل	الأرصدة	الحجم الساعي السداسي	المواد	وحدات التعليم
	امتحان	مراقبة مستمرة	أعمال أخرى	أعمال تطبيقية					
X	X	5 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	وحدة تعليم أساسية: الأرصدة: 18 المعامل: 8
X	X	5 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	مالية دولية
X	X	5 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	تقنيات التجارة الدولية
X	X	4 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	5	100 سا	وحدة التعليم المنهجية: الأرصدة: 9 المعامل: 2
X		4.3 سا			1.30 سا	1	4	80	بورصة البضائع العمليات الجمركية والعبور
X		1.30 سا			1.30 سا	1	2	40	قانون المنافسة وحدة التعليم الاستكشافية: الأرصدة: 2 المعامل: 1
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	20 سا	وحدة التعليم الأفقية: الأرصدة: 1 المعامل: 1
		25 سا		7,3	9	11	30	600 سا	مجموع السداسي الخامس

السداسي السادس:

نوع التقييم	الحجم الساعي الأسبوعي				المعامل	الأرصدة	الحجم الساعي السداسي	المواد	وحدات التعليم
	امتحان	مراقبة مستمرة	أعمال أخرى	أعمال تطبيقية					
X	X	5 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	وحدة تعليم أساسية: الأرصدة: 18 المعامل: 8
X	X	5 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	تمويل التجارة الدولية
X	X	3.30 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	تسويق دولي
X		3 سا			1.30 سا	1	5	100	وحدة التعليم المنهجية: الأرصدة: 9 المعامل: 2
	X	6 سا				1	4	90	استثمار دولي تقرير التربص
X		1.30 سا			1.30 سا	1	2	45 سا	القانون (04 - 08): شروط ممارسة الأنشطة التجارية الأرصدة: 2 المعامل: 1
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22,3 سا	وحدة التعليم الأفقية: الأرصدة: 1 المعامل: 1
		24 سا		6 سا	7.3 سا	10	30	617.3 سا	مجموع السداسي السادس

تخصص تجارة دولية

السداسي الخامس:

نوع التقييم	الحجم الساعي الأسبوعي				المعامل	الأرصدة	الحجم الساعي السداسي	المواد	وحدات التعليم
	امتحان	مراقبة مستمرة	أعمال أخرى	أعمال تطبيقية					
X	X	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	135 سا	وحدة تعليم أساسية: الأرصدة: 18 المعامل: 6
X	X	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	135 سا	المنظمات الدولية المالية و التجارية
X	X	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	135 سا	تمويل التجارة الدولية
X	X	5 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	5	97,3 سا	تأمين دولي
X		3 سا			1.30 سا	1	4	80	وحدة التعليم المنهجية: الأرصدة: 9 المعامل: 3
X		1.30 سا			1.30 سا	1	2	45 سا	التسويق الدولي
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22,3 سا	العمليات الجمركية والعبور
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22,3 سا	قانون المنافسة
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22,3 سا	وحدة التعليم الأفقية: الأرصدة: 1 المعامل: 1
		27.3 سا		7.3 سا	9 سا	11	30	649.6 سا	المجموع

السداسي السادس:

نوع التقييم	الحجم الساعي الأسبوعي				المعامل	الأرصدة	الحجم الساعي السداسي	المواد	وحدات التعليم
	امتحان	مراقبة مستمرة	أعمال أخرى	أعمال تطبيقية					
X	X	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	135 سا	وحدة تعليم أساسية: الأرصدة: 18 المعامل: 6
X	X	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	135 سا	تقنيات التفاوض الدولي
X	X	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	135 سا	مالية دولية
	X	6 سا				1	4	90 سا	بورصة البضائع
X		3 سا			1.30 سا	1	5	100 سا	وحدة التعليم المنهجية: الأرصدة: 9 المعامل: 2
X		1.30 سا			1.30 سا	1	2	45 سا	تقرير التربص
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22.3 سا	الجغرافية الاقتصادية
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22.3 سا	القانون (04 - 08): شروط ممارسة الأنشطة التجارية
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22.3 سا	وحدة التعليم الأفقية: الأرصدة: 1 المعامل: 1
		28.3 سا		6 سا	7.3 سا	10	30	662.3 سا	المجموع

تخصص تسويق دولي

السداسي الخامس:

نوع التقييم	الحجم الساعي الأسبوعي					المعامل	الأرصدة	الحجم الساعي السداسي	المواد	وحدات التعليم
	امتحان	مراقبة مستمرة	أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة					
X	X	5 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	مدخل للتسويق الدولي	وحدة تعليم أساسية:
X	X	5 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	تسويق الكتروني	الأرصدة: 18
X	X	3.30 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	120 سا	ترويج دولي	المعامل: 8
X	X	5 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	5	100 سا	العلاقات العامة	وحدة التعليم المنهجية:
X		3 سا			1.30 سا	1	4	80 سا	إدارة علاقات الزبائن	الأرصدة: 9 المعامل: 3
X		1.30 سا			1.30 سا	1	2	45 سا	علم النفس التجاري	وحدة التعليم الاستكشافية:
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22,30 سا	لغة أجنبية	الأرصدة: 2 المعامل: 1
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22,30 سا	وحدة التعليم الأفقية:	الأرصدة: 1 المعامل: 1
		23 سا		7.30 سا	9 سا	11	30	607,30 سا	المجموع	مجموع السداسي الخامس

السداسي السادس:

نوع التقييم	الحجم الساعي الأسبوعي					المعامل	الأرصدة	الحجم الساعي السداسي	المواد	وحدات التعليم
	امتحان	مراقبة مستمرة	أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة					
X	X	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	135 سا	تقنيات التفاوض الدولي	وحدة تعليم أساسية:
X	X	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	135 سا	أسواق دولية	الأرصدة: 18
X	X	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	2	6	135 سا	التنافسية الدولية	المعامل: 6
	X	6 سا				1	4	90	تقرير التربص	وحدة التعليم المنهجية:
X		3 سا	1.30 سا		1.30 سا	2	5	100	تحليل قواعد البيانات	الأرصدة: 9 المعامل: 3
X		1.30 سا			1.30 سا	1	2	45 سا	علم النفس الصناعي	وحدة التعليم الاستكشافية:
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22,3 سا	لغة أجنبية	الأرصدة: 2 المعامل: 1
X		-	-	1.30 سا	-	1	1	22,3 سا	وحدة التعليم الأفقية:	الأرصدة: 1 المعامل: 1
		28.3 سا	1.3 سا	6 سا	7,3 سا	11	30	662,3 سا	المجموع	مجموع السداسي السادس

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 المؤسسات
الرصيد: 6
المعامل: 2

أهداف التعليم :

الالمام 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 ، التموين ، الإنتاج ، التسويق ، البحث والتطوير).
- 5- نظرية اتخاذ القرار (العمليات والنماذج)

طريقة التقييم:

- مستمر

- امتحان

المراجع:

1- جمال الدين العويسات ، 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.

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 والسكن، 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 افكار 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

- 1- سعيد بريش، الاقتصاد الكلي، ديوان المطبوعات، الجزائر، 2000.
 - 2- بريش السعيد " الاقتصاد الكلي، نماذج وتمارين محلولة " - دار العلوم للنشر- الجزائر 2010
 - 3- صخري عمر " الاقتصاد 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 البعدية 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 و محاسبة الأنشطة.

طريقة التقييم:

- مستمر

- امتحان

المراجع:

1- بوعقوب 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 بالمعينة، التقدير بالنقطة و مجال ثقة وصولا إلى الاختبارات الإحصائية.

المعارف المسبقة المطلوبة :

الاحصاء 1 و 2

محتوى المادة:

- 1- توزيع المعينة (مفاهيم، توزيعات المعينة، 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 و 2.
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 "، إربد، 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 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 100%

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 للاقتصاد 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 الآجلة (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 " الإقتصاد 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 , Edition 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 النصور، 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 100%

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 الاقتصادي العام، التغير في التوازن العام، مرونة الأجور والأسعار واثر 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 برييش، الإقتصاد الكلي، ديوان المطبوعات، الجزائر، 2000.
- 4- سعيد برييش " 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 : المالية العامة

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^{ème} édition, Alger.
- 3- Philip Kotler et Bernard Dubois, (2010) : Marketing Management, édition Publi-Union, 10^{ème} édition, paris, France .

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

أهداف التعليم :

الالمام 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 : أخلاقيات العمل ومكافحة الفساد
الرصيد: 1
المعامل: 1
أهداف التعليم :

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

المعارف المسبقة المطلوبة :
ثقافة عامة و اقتصادية.

محتوى المادة: أخلاقيات العمل ومكافحة الفساد

المحور الأول: أخلاقيات العمل

- مدخل للآداب وأخلاقيات العمل
- المبادئ العامة لأخلاقيات العمل
- وضعيات خارقة لأخلاقيات العمل(تضارب المصالح، المحسوبية، العش، السرقات العلمية، إفشاء الأسرار المهنية)
- مدونات السلوك في القطاعين العام والخاص

المحور الثاني: الفساد ومكافحته

- مفهوم الفساد وأنواعه
- الفساد في النظرية الاقتصادية
- أثر الفساد على عمل الأسواق
- أثر الفساد على التنمية
- استراتيجيات مكافحة الفساد
- منهجية مكافحة الفساد في المنظمات
- مؤشرات الفساد والحوكمة
- الجهود الدولية لمكافحة الفساد(المنظمات والاتفاقيات)
- تجارب دولية لمكافحة الفساد
- تجربة الجزائر في مكافحة الفساد

طريقة التقييم: (نوع التقييم و الترجيح)

- امتحان

المراجع: (كتب ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

1- موسى , صافي إمام (1985): استراتيجية الإصلاح الإداري وإعادة التنظيم في نطاق الفكر والنظريات (ط1) . الرياض ، دار العلوم للطباعة والنشر .

2- بحر , يوسف : الفساد الإداري ومعالجته من منظور إسلامي

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

4- الفقي , مصطفى : الفساد الإداري والمالي بين السياسات والإجراءات

<http://www.undp-pogar.org>

المادة: نظم المعلومات التسويقية

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 القرارات التسويقية؛
7. دور نظم المعلومات التسويقية في صنع قرارات المزيج التسويقي(المنتج ، السعر ، الترويج ، التوزيع)
8. نظام دعم القرارات التسويقية؛
9. تطبيقات نظم المعلومات التسويقية

المادة: بحوث التسويق

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 البحث التسويقي:
 - التعريف بالمشكلة.

- تحديد البيانات المطلوبة ومصادرها وطرق تحصيلها.
- البيانات الأولية
- البيانات الثانوية
- المعاينة طرق وأساليب
- تحليل البيانات
- إعداد التقرير النهائي.
- الإطار الميداني لبحوث التسويق (تحديد هدف الدراسة، تحديد أنواع المعلومات، تحديد نوعية الدراسة ووسائلها، تصميم استبيان الدراسة، تحديد مجتمع و عينة الدراسة، جمع و تحليل معطيات الدراسة)

المادة: سلوك المستهلك

1. مفهوم سلوك المستهلك
2. أهمية وأهداف دراسة سلوك المستهلك
3. أنواع المستهلكين
4. أنواع القرارات الشرائية
5. العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك (النهائي والصناعي)
6. مراحل اتخاذ القرارات الشرائية.
7. نماذج دراسة سلوك المستهلك.
8. التسويق المباشر وسلوك المستهلك.

المادة: التسويق الخدمات

- مدخل للخدمات – مدخل التسويق المصرفي – مدخل التسويق الفندقى- مدخل التسويق السياحي – مدخل التسويق الصحي

المادة: الاتصال

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

المادة: قانون حماية المستهلك

1. مفهوم عقد الاستهلاك
- المعنى القانوني والاقتصادي للمستهلك.
- معنى المحترف المهني. موضوع محل الاستهلاك

2. ضمان العيوب الخفية وخدمات بعد البيع

3. أجهزة الرقابة لحماية المستهلك

المادة: التسويق الاستراتيجي

1. مفهوم التسويق الاستراتيجي وأبعاده.

2. مجال التسويق الاستراتيجي.

3. العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التسويق الاستراتيجي.

4. الاختلاف بين التسويق الاستراتيجي وادارة التسويق .

5. الاختلاف بين التسويق الاستراتيجي والتسويق العملياني.

6. تحديد اهداف الإستراتيجية التسويقية

7. تصميم الاستراتيجية التسويقية

8. أنواع استراتيجيات التسويق

9. تشخيص وتحليل البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة (تحليل SWOT ...)

10. أدوات التحليل الإستراتيجي : دراسة المصفوفات

11. استراتيجية التجزئة - الإستهداف - التموقع (STP)

12. الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة(استراتيجية الرائد، استراتيجية التحدي، استراتيجية التابع...)

المادة: التسويق الدولي

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 او التوحيد، ...)

5. سياسات المزيج التسويقي الدولي : المنتج، السعر، التوزيع، الترويج

المادة: التسويق الالكتروني

1. مدخل للتسويق الإلكتروني
2. متطلبات ممارسة التسويق الإلكتروني
3. نظرة شاملة عن التجارة الإلكترونية
4. نواحي الاختلاف بين التسويق الإلكتروني والتسويق التقليدي
5. سياسة المنتج والإنترنت
6. سياسة التسعير والإنترنت
7. سياسة التوزيع والإنترنت
8. سياسة الترويج والإنترنت
9. تصميم الموقع الإلكتروني التسويقي
10. مزايا وعيوب التسويق الإلكتروني

تخصص: تسويق الخدمات

المادة: مدخل لتسويق الخدمات

1. مفهوم الخدمات
2. أهمية الخدمات
3. أصناف الخدمات
4. سمات وخصائص الخدمات
5. تعريف العلاقات التفاعلية وأنواعها
6. التسويق بالعلاقات والخدمة
7. المزيج التسويقي للخدمات (7P مع الإشارة لـ 4C)

المادة: التسويق المصرفي

1. مفهوم تسويق الخدمة المصرفية و خصائصها
2. ظهور تسويق الخدمة المصرفية
3. تطور مفهوم و وظائف و أهداف تسويق الخدمة المصرفية
4. أهمية تسويق الخدمة المصرفية
5. البيئة التسويقية المصرفية
6. تجزئة السوق المصرفية
7. المزيج التسويقي للخدمة المصرفية
8. جودة الخدمة المصرفية
9. التحديات المستقبلية التي تواجه تسويق الخدمة المصرفية

المادة: الاتصال

1. مفاهيم حول الإتصال (النظور التاريخي، الإتصال في الفكر الإداري، مفهومه...)
2. أهمية الإتصال وأهدافه
3. وظيفة الإتصال في المؤسسة
4. مبادئ ومهارات الإتصال
5. معوقات عملية الإتصال و تنظيمها
6. وسائل الإتصال (الكتابي، الشفهي، الإتصال غير اللفظي...)
7. نظم الإتصالات الإلكترونية

المادة: التسويق الالكتروني

1. مدخل للتسويق الإلكتروني
2. متطلبات ممارسة التسويق الإلكتروني
3. نظرة شاملة عن التجارة الإلكترونية
4. نواحي الاختلاف بين التسويق الالكتروني والتسويق التقليدي
5. سياسة المنتج والإنترنت
6. سياسة التسعير والإنترنت

7. سياسة التوزيع والإنترنت
8. سياسة الترويج والإنترنت
9. تصميم الموقع الإلكتروني التسويقي
10. مزايا وعيوب التسويق الإلكتروني

المادة: إدارة علاقات الزبائن

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. دراسات تطبيقية لنماذج جودة الخدمة في المؤسسات
 6. تقديم نماذج عن كيفية ادارة العلاقة مع العملاء
- المادة: قانون حماية المستهلك**

1. مفهوم عقد الاستهلاك
 - المعنى القانوني والاقتصادي للمستهلك.
 - معنى المحترف المهني. موضوع محل الاستهلاك
 2. ضمان العيوب الخفية وخدمات بعد البيع
 3. أجهزة الرقابة لحماية المستهلك
- المادة: التسويق الفندقي**

1. مفهوم الفنادق وأنواعها
2. مفهوم الخدمة الفندقية وأنواعها
3. أهمية الخدمة الفندقية
4. خصائص الخدمة الفندقية
5. مفهوم التسويق الفندقي وأهميته
6. جودة الخدمة الفندقية
7. المزيج التسويقي للخدمة الفندقية

8. استراتيجيات التنافس الفندقية
9. التسويق بالعلاقات للخدمة الفندقية

المادة: التسويق السياحي

1. مفهوم السياحة و التسويق السياحي
2. أهمية التسويق السياحي
3. خصائص الخدمات السياحية
4. أنواع الخدمات السياحية
5. تطور الأسواق السياحية و صناعة السياحة
6. دور النشاط السياحي في التنمية
7. سلوك المستهلك السياحي
8. المزيج التسويقي السياحي
9. التسويق الإلكتروني للسياحة
10. جودة الخدمات السياحية

المادة: التسويق الصحي

1. مفهوم الخدمة الصحية و خصائصها
2. أنواع الخدمات الصحية
3. مفهوم التسويق الصحي
4. نظم معلومات التسويق الصحي
5. سلوك مستهلك الخدمة الصحية
6. التخطيط الإستراتيجي للمنظمة الصحية و اختيار السوق المستهدف
7. المزيج التسويقي للخدمات الصحية
8. جودة الخدمات الصحية
9. التسويق بالعلاقات للخدمات الصحية

المادة: تحليل البيانات

- خطوات التحليل الإحصائي باستخدام SPSS
- التعريف بالمفاهيم و المتغيرات
- مرحلة إدخال البيانات إدخال و تحليل البيانات
- مرحلة تفرغ و تحليل البيانات إحصائياً الأدوات، المقاييس و الاختبارات الإحصائية

- تصميم الاستبيان
 - المعالجة الإحصائية للاستبيان باستخدام SPSS و Excel
 - اختبار الفرضيات
- المادة: قانون المنافسة**

تخصص: تجارة دولية و امداد

المادة: نظريات التجارة الدولية

- النظريات الكلاسيكية والحديثة المفسرة للتبادل الدولي؛
- تطور حدود (شروط) التبادل التجاري الدولي؛
- محددات التخصص والمنافسة التجارية الدولية؛
- النمو الاقتصادي والتجارة الدولية؛
- محددات حركة عوامل الإنتاج الدولية.

المادة: مالية دولية

1. مدخل للمالية الدولية (المفهوم، الأبعاد، الفوائد والأهمية)
2. أسواق ونظم الصرف الأجنبي
3. إدارة مخاطر الصرف الأجنبي
4. ميزان المدفوعات (نظريات التوازن)
5. النظام المالي الدولي (الماضي، الحاضر،...)
6. البنية المؤسساتية للتجارة و المالية الدولية (ص ن د، البنك العالمي...)
7. البيئة الاقتصادية الكلية الدولية (النظريات و الممارسات)

المادة: تقنيات التجارة الدولية

1. عقود التجارة الدولية ومكوناتها؛
2. عمليات التفاوض، النقل والتأمين في التجارة الدولية؛
3. تقنيات الدفع والتمويل في التجارة الدولية؛
4. الإشكاليات المرتبطة بتنفيذ عقود التجارة الدولية (تحكيم التجارة الدولية)

المادة: بورصة البضائع

1. مفهوم، أدوات و مؤشرات اداء البورصة
2. إجراءات التعامل في البورصة
3. ماهية البورصة الحاضرة للبضائع
4. أنواع البضائع في البورصة الحاضرة
5. إدارة المخاطر في أسواق البضائع
6. تطبيقات العقود الآجلة و الخيارات
7. تسعير العقود الآجلة للبضائع
8. المضاربة في أسواق البضائع
9. البيع على المكشوف في اسواق العقود الآجلة
10. المقاصة والتسوية

المادة: قانون المنافسة

المادة: امداد و نقل دولي

1. مدخل للإمداد و النقل الدولي(المفاهيم، التعريف و الأهمية)
2. دور incoterms في التجارة الدولية
3. اختيار وسيلة النقل و سير عمليات النقل في التجارة الدولية
4. عمليات النقل في التجارة الدولية (بحري، بري، جوي)
5. عقود النقل الدولي
6. تأمين نقل البضائع

المادة: تمويل التجارة الدولية

1. مدخل لتسويل التجارة الدولية(المفهوم و الأهمية)
2. الدفع في التجارة الدولية و طرقه
3. عمليات تمويل التجارة الدولية(عمليات التمويل قصير الأجل، متوسط و طويل الأجل، الكفالات و الضمانات الدولية)
4. الأبعاد الدولية للتمويل طويل الأجل
5. عمليات إدارة مخاطر تمويل التجارة الدولية

المادة: التسويق الدولي

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

المادة: الاستثمار الدولي

1. مفهوم و دلالات الإستثمار الأجنبي
2. أهمية الإستثمار الأجنبي في التجارة الدولية
3. أنواع الإستثمار الأجنبي
4. نظريات الإستثمار الأجنبي
5. العوامل المؤثرة في الإستثمار الأجنبي(بيئة الأعمال)
6. استراتيجيات الشركات متعددة الجنسيات
7. آثار الإستثمار الأجنبي

المادة: قانون 04 – 08 :شروط ممارسة الأنشطة التجارية

تخصص: تجارة دولية

المادة: المنظمات الدولية المالية و التجارية

1. صندوق النقد الدولي
2. البنك العالمي
3. منظمة التجارة العالمية

المادة: تمويل التجارة الدولية

1. مدخل لتمويل التجارة الدولية (المفهوم و الأهمية)
2. الدفع في التجارة الدولية و طرقه
3. عمليات تمويل التجارة الدولية (عمليات التمويل قصير الأجل، متوسط و طويل الأجل، الكفالات و الضمانات الدولية)
4. الأبعاد الدولية للتمويل طويل الأجل
5. عمليات إدارة مخاطر تمويل التجارة الدولية

المادة تأمين دولي

1. مفهوم التأمين و الخطر
2. أنواع التأمينات
3. أنواع المخاطر
4. الفاعلون في التأمين
5. تأمين الصادرات و الواردات
6. الأخطار المؤمنة و آليات التسعير و التعويض
7. تأمينات النقل (البري، البحري، الجوي، السفر للخارج المتعلقة بالأشخاص و السيارات)
8. أسواق التأمين الدولي

المادة: التسويق الدولي

- ماهية التسويق الدولي
- مفهوم ومحتوى التسويق الدولي
- التمييز بين التسويق المحلي والتسويق الدولي
- بيئة التسويق الدولي
- عولمة الاقتصاد العالمي
- العلامات التجارية الدولية

3- الدخول في السوق الدولية

- التصدير الغير مباشر، التصدير المباشر.

- الترخيص.

- المشاريع المشتركة (الشراكة). الاستثمار المباشر

4- المزيج التسويقي الدولي

المادة: العمليات الجمركية و العبور

1. مهام و تنظيم إدارة الجمارك
 2. إجراءات الأيداع الجمركي
 3. إجراءات الجمركة و العبور
 4. التصريح و فحص التصريح المفصل
 5. عناصر الجباية الجمركية
 6. الأنظمة الجمركية الاقتصادية
- المادة: قانون المنافسة

المادة: تقنيات التفاوض الدولي

1. مفهوم التفاوض و المفاوضات في التجارة الدولية
2. انواع التفاوض و المفاوضات
3. أطراف التفاوض
4. مكونات عملية التفاوض
5. خطوات التفاوض
6. مناهج و استراتيجيات التفاوض
7. الحوار و تقنيات الإقناع
8. مناورات بداية و نهاية التفاوض
9. القوة في التفاوض
10. خصائص و مواصفات المفاوض المحترف
11. استراتيجية ما بعد التفاوض

المادة: مالية دولية

1. مدخل للمالية الدولية (المفهوم، الأبعاد، الفوائد والأهمية)
2. أسواق ونظم الصرف الأجنبي
3. إدارة مخاطر الصرف الأجنبي
4. ميزان المدفوعات (نظريات التوازن)
5. النظام المالي الدولي (الماضي، الحاضر، ...)
6. البنية المؤسساتية للتجارة و المالية الدولية (ص ن د، البنك العالمي...)
7. البيئة الاقتصادية الكلية الدولية (النظريات و الممارسات)

المادة: بورصة البضائع

1. مفهوم، أدوات و مؤشرات أداء البورصة
2. إجراءات التعامل في البورصة
3. ماهية البورصة المحاضرة للبضائع
4. أنواع البضائع في البورصة المحاضرة
5. إدارة المخاطر في أسواق البضائع
6. تطبيقات العقود الآجلة و الخيارات
7. تسعير العقود الآجلة للبضائع
8. المضاربة في أسواق البضائع
9. البيع على المكشوف في أسواق العقود الآجلة
10. المقاصة و التسوية

المادة: الجغرافيا الاقتصادية

1. مدخل إلى الجغرافيا الاقتصادية
 2. الأسس الطبيعية للجغرافيا الاقتصادية
 3. السكان والجغرافيا الاقتصادية
 4. الأسس والمقومات للجغرافيا الاقتصادية
 5. الأقاليم الاقتصادية الرئيسية في العالم
 6. الاتجاهات المعاصرة للجغرافيا الاقتصادية
- المادة: قانون 04 – 08 : شروط ممارسة الأنشطة التجارية

تخصص: تسويق دولي

المادة: مدخل للتسويق الدولي

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

المادة: التسويق الالكتروني

1. مدخل للتسويق الإلكتروني
2. متطلبات ممارسة التسويق الإلكتروني
3. نظرة شاملة عن التجارة الإلكترونية
4. نواحي الاختلاف بين التسويق الالكتروني والتسويق التقليدي
5. سياسة المنتج والانترنت
6. سياسة التسعير والانترنت
7. سياسة التوزيع والانترنت
8. سياسة الترويج والانترنت
9. تصميم الموقع الإلكتروني التسويقي
10. مزايا و عيوب التسويق الإلكتروني

المادة: الترويج الدولي

1. مفهوم السوق الدولي
2. مفهوم الترويج الدولي
3. الإشهار الدولي
4. العلاقات العامة الدولية
5. تنشيط المبيعات الدولية
6. قوة البيع الدولية
7. التسويق المباشر الدولي
8. الإبداع و الابتكار التسويقي الدولي
9. دور الجوانب الأخلاقية في الترويج

المادة: العلاقات العامة

1. مدخل للعلاقات العامة (تعريف، النشأة والتطور، أهمية، أهداف).
 2. فلسفة العلاقات العامة (العلاقات العامة، علم؟ أم فن؟ أم وظيفة إدارية؟).
 3. مبادئ العلاقات العامة.
 4. وظائف العلاقات العامة.
 5. خصائص رجل العلاقات العامة.
 6. نطاق ووسائل وظيفة العلاقات العامة
- المادة: إدارة علاقات الزبائن**

7. المضامين الأساسية لإدارة العلاقة مع العملاء- المفاهيم والأبعاد
 8. خطوات تطبيق التسويق بالعلاقات
 9. شروط نجاح تطبيق التسويق بالعلاقات
 10. تحليل العلاقة بين المؤسسة والعميل
 11. دراسات تطبيقية لنماذج جودة الخدمة في المؤسسات
 12. تقديم نماذج عن كيفية ادارة العلاقة مع العملاء
- المادة: التحكيم التجاري الدولي**

1. ماهية التحكيم التجاري الدولي
 - مفهوم التحكيم التجاري الدولي
 - مصادر قانون التحكيم التجاري الدولي
 2. قواعد سير التحكيم التجاري الدولي
 - اجراءات التحكيم التجاري الدولي
 - الاعتراف بأحكام التحكيم التجاري الدولي و تنفيذه
- المادة: تقنيات التفاوض الدولي**

1. مفهوم التفاوض والمفاوضات في التجارة الدولية
2. انواع التفاوض والمفاوضات
3. أطراف التفاوض
4. مكونات عملية التفاوض
5. خطوات التفاوض
6. مناهج واستراتيجيات التفاوض
7. الحوار وتقنيات الإقناع
8. مناورات بداية ونهاية التفاوض
9. القوة في التفاوض
10. خصائص ومواصفات المفاوض المحترف
11. استراتيجية ما بعد التفاوض

المادة: أسواق دولية

1. أهداف دراسة الأسواق الدولية
2. الأسواق التقليدية وخصائصها
3. الأسواق الناشئة وخصائصها
4. عملة الأسواق
5. أسواق الصرف الأجنبي
6. أسواق الأوراق المالية
7. فرص ومخاطر الأسواق الدولية
8. نماذج ناجحة للدخول إلى الأسواق الدولية (التجربة اليابانية، الصينية، الماليزية ...)

المادة: التنافسية الدولية

1. مفهوم التنافسية و التنافسية الدولية
2. مستويات التنافسية
3. محددات التنافسية
4. ركائز التنافسية الدولية
5. استراتيجيات التنافس
6. مؤشرات التنافسية
7. قياس التنافسية
8. عملية التنافس وإدارتها
9. نماذج نجاح التنافس
10. دراسة مقارنة لبعض الدول

المادة: تحليل البيانات

- خطوات التحليل الإحصائي باستخدام SPSS
- التعريف بالمفاهيم و المتغيرات
- مرحلة إدخال البيانات إدخال وتحليل البيانات
- مرحلة تفرغ و تحليل البيانات إحصائيا الأدوات، المقاييس والاختبارات الإحصائية
- تصميم الاستبيان
- المعالجة الإحصائية للاستبيان باستخدام SPSS و Excel
- اختبار الفرضيات

المادة: علم النفس الصناعي

1. تعريف علم النفس الصناعي وأهدافه ونشأته
2. أساليب البحث في علم النفس الصناعي و التنظيمي
3. تحليل العمل والأداء
4. تقييم العمل والأداء المهني.

أعضاء اللجنة الوطنية للبيداغوجية لميدان التكوين في العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

الاسم و اللقب	الجامعة / المركز الجامعي/الصفة	الاسم و اللقب	الجامعة / المركز الجامعي / الصفة
أ.د. شعيب شنوف	بومرداس	د.أيت محمد مراد	الجزائر 3 مقرر اللجنة
أ.د. فريد كورتل	سطيف	د. حراق مصباح	ميلة
أ.د. ماضي بلقاسم	عنابة	أ.د. عقاري مصطفى	باتنة
أ.د. علي لزعر	سوق أهراس	أ.د. بختي ابراهيم	ورقلة
أ.د. شرابي عبد العزيز	قسنطينة 1	د. يحيى حسين	تيارت
أ.د. صوار يوسف	سعيدة	أ.د. مقدم عبيرات	الأغواط
أ.د. رفيق باشوندة	سيدي بلعباس	د. رشيد بوعافية	تيزارة
أ.د. عشوي نصر الدين	مستغانم	د. شنوف الصادق	وهران نائب رئيس اللجنة
أ.د. يوسف رشيد	مستغانم	أ.د. بوعبدلي أحلام	غرداية
أ.د. يرقى حسين	المدية	أ.د. دراجي سعيد	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة
أ.د. مداح عرايبي الحاج	شلف	أ.د. بلقاسم مصطفى	تلمسان
أ.د. عبد المجيد عمراني	تمنراست	أ.د. العكي عمر	سطيف
أ.د. حميداتو محمد ناصر	الوادي	أ.د. السعدي رجال	أم البواقي
أ.د. سي محمد جمال	تيزي وزو	أ.د. بلعجوز حسين	مسيلة
أ.د. مخلوفي عبد السلام	بشار	أ.د. جميل أحمد	البويرة
د. جديدن لحسن	عين تموشنت	أ.د. حبيب تابتي	معسكر
أ.د. بوقلقول الهادي	عنابة	د. غريب بولرباح	ورقلة
د. الطيب الوافي	تبسة	أ.د. مفتاح صالح	بسكرة