



نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

المحتوى البيداغوجي " Syllabus "

الأستاذ

الرتبة: أستاذ محاضر—أ-

البريد الإلكتروني: r.harid@univ-soukahras.dz

اللقب والاسم: حريد رامي

التخصص: نقود، بنوك وأسواق مالية

المقياس: مقاولاتية

الميدان: علوم اقتصادية، تجارية وعلوم التسيير

السداسي: الأول

الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

الرصيد: 04

المعامل: 02

الشعبة: علوم تجارية

المستوى: سنة أولى ماستر

التخصص: تسويق الخدمات

الحجم الساعي: محاضرة وتطبيق

التقييم المستمر

الامتحان النهائي: 50 %

التقييم المستمر: 50 % : يتم تقسيم النقطة وفق المتغيرات التالية:

✓ امتحان مصغر: 5 نقاط

✓ بحث : 10 نقاط

✓ مشاركة: نقطتين (02)

✓ حضور: نقطتين (02)

✓ أعمال شخصية: نقطة (01)

المراجع المعتمدة

برنامج المقياس

- ✓ فاطمة الصفي، علياء محمود جراد، ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة، مكتبة الاقتصاد، كلية التجارة، جامعة الاسكندرية، مصر، 2019.
- ✓ G. Piperopoulos Panos, **Entrepreneurship, Innovation and Business Clusters**, Routledge Edition, New York, USA, 2016,
- ✓ أحمد بن عبد الرحمن الشميمري، وفاء بنت ناصر المبيريك، ريادة الأعمال، العبيكان للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية، 2019.
- ✓ أحمد مي خلف صقر، المشروعات الصغيرة: الفكرة وألية التنفيذ، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2020.
- ✓ اعتماد محمد غلام، دينا مفيد على حسن، ريادة الأعمال والمشروعات الصناعية الصغيرة في الريف-دراسة حالة لقربة مصرية، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 2019.
- ✓ عامر خربوطي، ريادة الأعمال وادارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2018.

- ✓ أساسيات المقاولاتية
- ✓ صفات المقاول ومهاراته
- ✓ الابداع والابتكار والمقاولاتية
- ✓ تحويل الأفكار إلى فرص
- ✓ حاضنات ومسرعات الأعمال: المفهوم والدور التنموي
- ✓ دورة حياة المشروع المقاولاتي وخصائصها
- ✓ المقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- ✓ دراسة الجدوى ومخطط الأعمال
- ✓ صيغ وأساليب تمويل المشاريع المقاولاتية (ملائكة الأعمال وأصحاب رأس المال المخاطر)
- ✓ الأجهزة المختصة في دعم ومراقبة المشاريع المقاولاتية في الجزائر



نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

المحتوى البيداغوجي " Syllabus "

الأستاذ

الرتبة: أستاذ

اللقب والاسم: بن خديجة منصف

التخصص: التسويق والإدارة الإستراتيجية

البريد الإلكتروني: monsef.benkhedidja@univ-soukahras.dz

المقياس: التسويق الإستراتيجي للخدمات

الميدان: علوم اقتصادية، تجارية و علوم التسيير

السداسي: الأول

الوحدة: الأساسية

الرصيد: 06

المعامل: 02

الشعبة: علوم تجارية

المستوى: أولى ماستر

التخصص: تسويق الخدمات

الحجم الساعي: محاضرة 1سا و30د ، تطبيق 1سا و30د

التقييم المستمر

الامتحان النهائي: 50 %

التقييم المستمر: 50 % ؛ يتم تقسيم النقطة وفق المتغيرات التالية:

✓ بحث : 12 نقطة

✓ مشاركة وحضور: 04 نقاط

✓ أعمال شخصية: 04 نقاط

المراجع المعتمدة

- ✓ Jean-Jacques Lambin et Chantal de Moerloose, Marketing Stratégique et opérationnel, Du marketing à l'orientation-marché, 7^{ème} édition, Dunod, Paris, 2008.
- ✓ Lendevie Lindon, MERCATOR, Théorie et pratique du Marketing, 6^{ème} édition , Dalloz, Paris, 2000.
- ✓ Marion B W, Emmanuelle N A : Marketing planning, strategies, mise en oeuvre et controle, Pearson edu, Paris , 2005
- ✓ P Kotler et B. Dubois, Marketing Mangement, Publi-Union, Paris , 2000.
- ✓ محمد جاسم الصميدعي وردينة عثمان يوسف: التسويق الإستراتيجي، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، 2011.

برنامج المقياس

- ✓ مدخل لإستراتيجية المؤسسة؛
- ✓ مدخل عام للتسويق الإستراتيجي؛
- ✓ مكانة التسويق الاستراتيجي في مؤسسات الخدمة وإخلافه عن التسويق العملي؛
- ✓ كيفية إعداد الاستراتيجيات التسويقية الخدمية؛
- ✓ عمليات التسويق الإستراتيجي؛
- ✓ الاستراتيجيات التسويقية (بورتر، كوتلر....)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique Et Populaire

Ministère De L'enseignement Supérieur
Et De La Recherche Scientifique
Université Mohamed Chérif Messaadia
Souk-Ahras



Faculté Des Sciences Economiques, Commerciales Et
Des Sciences De Gestion

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الشريف مساعديّة
- سوق أهراس -

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير

قسم العلوم التجارية

المحتوى البيداغوجي " Syllabus

الأستاذ

الرتبة: أستاذ محاضر - أ-

اللقب والاسم: راشي طارق
التخصص: إدارة الأعمال

البريد الإلكتروني: tarek.rachi@yahoo.com

المقياس: إستراتيجية المؤسسة

الميدان: علوم اقتصادية، تجارية و علوم التسيير

السداسي: الأول

الوحدة: الأساسية

الرصيد: 6

المعامل: 2

الشعبة: علوم تجارية

المستوى: السنة الأولى ماستر

التخصص: مدخل للخدمات

الحجم الساعي: محاضرة (X)، تطبيق (X)

التقييم المستمر

الامتحان النهائي: 50 % التقييم المستمر: 50 % ؛

يتم تقسيم النقطة وفق المتغيرات التالية:

1. امتحان مصغر: 10 نقاط

2. بحث: 6 نقاط

3. مشاركة: 2 نقاط

4. حضور: 2 نقاط

المراجع المعتمدة

المرجع الأول: حميد الطائي وآخرون، التسويق الحديث، مدخل

شامل، دار اليازوري للنشر، عمان، 2013.

المرجع الثاني: حميد الطائي وبشير العلاق، تسويق الخدمات،

دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

المرجع الثالث: هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة

الرابعة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.

المرجع الرابع:

Peter Mudie and Angela Pirrie, Services

Marketing Management, Elsevier, USA, 2006.

برنامج المقياس

المحور الأول: طبيعة الخدمة

المحور الثاني: مكانة الخدمات في إقتصاديات الدول

المحور الثالث: سمات وخصائص الخدمة

المحور الرابع: تصنيف الخدمات

المحور الخامس: جوهر الخدمة والخدمات المحيطة

المحور السادس: المزيخ التسويقي الخدمي

المحور السابع: أنظمة الخدمات

المحور الثامن: الإبداع في الخدمات



نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

المحتوى البيداغوجي " Syllabus "

الأستاذ

الرتبة: أستاذ محاضر ب
البريد الإلكتروني: w.saidi@univ-soukahras.dz

اللقب والاسم: وردة سعدي
التخصص: تجارة دولية وتسويق

المقياس: التسعير

الميدان: علوم اقتصادية، تجارية و علوم التسيير
الشعبة: علوم تجارية
المستوى: ماستر 01
التخصص: تسويق خدمات
الحجم الساعي: محاضرة 08 سا (08 حصص)، تطبيق 12 سا (12 حصص)
السداسي: الاول
الوحدة: المنهجية
الرصيد: 03
المعامل: 02

التقييم المستمر

الامتحان النهائي: 50 %
التقييم المستمر: 50 % ؛ يتم تقسيم النقطة وفق المتغيرات التالية:
✓ امتحان مصغر: 08 ن
✓ بحث: 08 ن
✓ مشاركة: 02
✓ سلوك: 02
✓ أعمال شخصية: /

المراجع المعتمدة

- ✓ محمد إبراهيم عبيدات، أساسيات التسعير في التسويق المعاصر: مدخل سلوكي، دار المسيرة، الأردن، 2008
- ✓ علي عبد الرضا الجياشي، التسعير مدخل تسويقي، دار جهينة للنشر والتوزيع، الاردن، 2013
- ✓ زكريا عزام، علي فلاح الزعبي، سياسات التسعير، دار الميسرة، الأردن، 2015
- ✓ بشير العلاق، تطوير المنتجات وتسعيرها، دار اليازوري، الأردن، 2008
- ✓ Kotler, killer, manceau, marketing, management, pearson France, 2015

برنامج المقياس

- ✓ مدخل مفاهيمي لعملية التسعير
- ✓ العوامل المؤثرة في تحديد السعر، خطوات التسعير
- ✓ استراتيجيات وسياسات التسعير
- ✓ التسعير على أساس التكلفة
- ✓ التسعير على أساس المنافسة
- ✓ التسعير على أساس الطلب
- ✓ التسعير على أساس القيمة المدركة من الزبون
- ✓ التغيرات في السعر والاستجابة لها (لم يتم القاء هذه المحاضرة)