

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

مواعمة

عرض تكوين ماستر

أكاديمي / مهني

المؤسسة	الكلية/ المعهد	القسم
جامعة باتنة 1 – الحاج لخضر	كلية العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية	العلوم التجارية

الميدان : العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية

الفرع/الشعبة: العلوم التجارية

التخصص: تسويق الخدمات

السنة الجامعية: 2016-2017

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

HARMONISATION

OFFRE DE FORMATION MASTER ACADEMIQUE /PROFESSIONNALISANT

Etablissement	Faculté / Institut	Département
Université de Batna1 Hadj Lakhdar	Faculté des sciences économiques, gestion et sciences commerciales	Sciences commerciales

Domaine: Sciences économiques, gestion et sciences commerciales

Filière: Sciences commerciales

Spécialité: Marketing des services

Année Universitaire : 2016-2017

3- إطار وأهداف التكوين:

أ- شروط الالتحاق (تحديد التخصصات النموذجية لليسانس التي تسمح بالالتحاق بالتكوين في الماستر المعني):

- التخصصات المفتوحة ضمن الشعبة – الفرع
- التخصصات التي يوافق عليها المجلس العلمي للكلية

ب- أهداف التكوين

- يهدف هذا التخصص إلى تكوين الطلبة المسجلين في ماستر تسويق الخدمات حتى يتمكنوا من الإلمام بمختلف الوسائل والمتطلبات التي تضمن ترقية وتدعيم إيرادات الشركة في ظل ظروف السوق المختلفة.

ج- المؤهلات والقدرات المستهدفة

إن المؤهلات والكفاءات المستهدفة من هذا التخصص تتمثل في:

- التحكم في تقنيات سوق الخدمات.
- توسيع دائرة المعرفة بمكونات السوق.
- تكوين متخرجين يتحكمون في الممارسات التي من شأنها التوسع في السوق.
- تهيئة المتخرجين للالتحاق بالدكتوراه ودخول عالم البحث العلمي.

د- القدرات الجهوية والوطنية القابلة لتشغيل حاملي الشهادات الجامعية

إن مثل هذا التكوين مطلوب بكثرة في الشركات وبدرجة أقل في الإدارات العمومية، وتعتبر إمكانيات التوظيف كثيرة في هذا المجال سواء في القطاع العام أو الخاص.

هـ- الجسور نحو تخصصات أخرى:

- يمنح التخصص في تسويق الخدمات إمكانيات مواصلة الدراسة في الدكتوراه، لكن نظرا لخصوصية الظرف الحالي في مجال الشغل التي تفرض في بعض الأحيان تغيير التخصص، فإن لمثل المتخرج بهذه الشهادة إمكانية المرور عبر جسور لتغيير التكوين سواء في الفرع أو في الميدان، حيث أن في فرع العلوم التجارية تخصصات أخرى تقترب موادها ومقاييسها منه.

و- مؤشرات متابعة التكوين :

- يمكن للمتخرجين الحاملين لشهادة الماستر في تسويق الخدمات التوظيف بسهولة نظرا لوجود طلب في سوق الشغل، خاصة، من طرف الشركات الخاصة، كما يمكن لهذا التخصص أن يستمر في العمل لميل الطلبة إليه. ومن أجل نجاح وديمومة التكوين لابد من متابعة للخريجين عن قرب لبقاء الاتصال معهم من طرف خلية خاصة من المفروض أن تشكل على مستوى كل كلية في الجامعات الجزائرية لمتابعة ذلك.

II- بطاقة التنظيم السداسي للتعليم
(الرجاء تقديم بطاقات الأربع (4) سداسيات)

السداسي الأول

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي 15 أسبوع	وحدة التعليم
				أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة		
		18							وحدات التعليم الأساسية
x	x	6	2	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	مدخل للخدمات
x	x	6	2	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	التسويق الإستراتيجي للخدمات
x	x	6	2	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	إدارة علاقات الزبائن
		9							وحدات التعليم المنهجية
x	x	5	2	5 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	سلوك المستهلك
x	x	4	2	1 سا			1.30 سا	37.5 سا	المقاولاتية
		2							وحدات التعليم الإستكشافية
x	x	2	2	1 سا			1.30 سا	37.5 سا	قانون ممارسة الأنشطة التجارية
		1							وحدة التعليم الأفقية
x	x	1	2	2 سا			1.30 سا	52.5	اللغة الأجنبية
		30						607.5	مجموع السداسي 1

السداسي الثاني

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي	وحدة التعليم
				أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة	15 أسبوع	
		18							وحدات التعليم الأساسية
x	x	6	2	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	تسويق الخدمات المالية
x	x	6	2	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	التسويق الفندقية
x	x	6	2	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	التسويق السياحي
		9							وحدات التعليم المنهجية
x	x	5	2	5 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	تسيير أنظمة التوزيع
x	x	4	2	1 سا			1.30 سا	37.5 سا	الاتصال و التحرير الإداري
		2							وحدات التعليم الإستكشافية
x	x	2	2	1 سا			1.30 سا	37.5 سا	قانون المنافسة
		1							وحدة التعليم الأفقية
x	x	1	2	2 سا			1.30 سا	52.5	اللغة الأجنبية
		30						607.5	مجموع السداسي 1

السداسي الثالث

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي	وحدة التعليم
				أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة	السداسي	
إمتحان	متواصل						15 أسبوع		
		18							وحدات التعليم الأساسية
x	x	6	2	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	التسويق الصحي
x	x	6	2	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	تسويق خدمات النقل
x	x	6	2	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	التسويق الإلكتروني للخدمات
		9							وحدات التعليم المنهجية
x	x	5	2	5 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	تقنيات دراسة السوق
x	x	4	2	1 سا			1.30 سا	37.5 سا	المنهجية
		2							وحدات التعليم الإستكشافية
x	x	2	2	1 سا			1.30 سا	37.5 سا	قانون حماية المستهلك
		1							وحدة التعليم الأفقية
x	x	1	2	2 سا			1.30 سا	52.5	اللغة الأجنبية
		30						607.5	مجموع السداسي 1

4 - السداسي الرابع إعداد مذكرة التخرج

الميدان : العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية
الفرع : العلوم التجارية
التخصص: تسويق الخدمات

تربص في مؤسسة يتوج بمذكرة تناقش

الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي	
30	4	652	العمل الشخصي
-	-	-	التربص في المؤسسة
-	-	-	الملتقيات
-	-	-	أعمال أخرى (حدد)
30	-	652	مجموع السداسي 4

5 - حوصلة شاملة للتكوين:

المجموع	الأفقية	الاستكشافية	المنهجية	الأساسية	ح س وت
630	90	90	180	270	محاضرة
360	-	-	90	270	أعمال موجهة
-	-	-	-	-	أعمال تطبيقية
1620	120	60	360	1080	عمل شخصي
	-	-	-	-	عمل آخر (محدد)
2610	210	150	630	1620	المجموع
120	4	8	36	72	الأرصدة
% 100	% 2	% 8	% 30	% 60	% الأرصدة لكل وحدة تعليم

III- البرنامج المفصل لكل مادة
(تقديم بطاقة مفصلة لكل مادة)

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الأول

اسم الوحدة:	الأساسية
اسم المادة:	مدخل للخدمات
الرصيد:	6
المعامل:	2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)

- بعد دراسة محتويات هذه المادة يكون الطالب قد اكتسب المعارف و المهارات التي تسمح له بأن يشرف على تأدية الخدمات في الحياة العملية التي تتميز بالمنافسة.

المعارف المسبقة المطلوبة: (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).
- التسويق

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطالب)

- طبيعة الخدمات (مفهوم، تعريف..)

- مكانة الخدمات في اقتصاديات الدول

- سمات و خصائص الخدمة

- تصنيف الخدمات

- جوهر الخدمة و الخدمات المحيطة

- المزيج التسويقي للخدمات

- أنظمة الخدمات

- الإبداع في الخدمات

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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

- بشير العلق، حميد عبد النبي الطائي. سويق الخدمات عملن : دار زهران, 2007.

- فريد كورتل، تسويق الخدمات. ط. 1 عمان : دار كنوز المعرفة العلمية, 2008

السداسي: الأول

اسم الوحدة:	الأساسية
اسم المادة:	التسويق الإستراتيجي للخدمات
الرصيد:	6
المعامل:	2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)
- بعد دراسة محتويات هذه المادة يكون الطالب قد اكتسب المعارف و المهارات التي تسمح له بأن يشرف على إعداد الاستراتيجيات التي تضمن للمؤسسة التوسع في السوق.

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).
- التسويق

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطلاب)
المفاهيم الأساسية لنظم المعلومات.

- مفهوم و طبيعة التسويق الإستراتيجي
- أهمية التسويق الإستراتيجي
- مكانة التسويق الإستراتيجي في المؤسسات الخدمية
- كيفية إعداد الإستراتيجية التسويقية الخدمية
- مراحل الاستراتيجية التسويقية في قطاع الخدمات
- الإستراتيجيات القاعدية (التكلفة، التركيز، التنوع)
- جوهر الاختلاف بين التسويق العملي و التسويق الإستراتيجي

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)
- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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

السادسي: الأول

اسم الوحدة:	الأساسية
اسم المادة:	إدارة علاقات الزبائن
الرصيد:	6
المعامل:	2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)

- تمكين الطالب من تشخيص سلوك الزبائن في ظل الظروف المتغيرة و تدريبه على الكيفيات التي تسمح له من التقرب بهم و فهم ميولاتهم و تحديد احتياجاتهم.

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).
- أساسيات حول التسويق

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطلاب)

- تطور مفهوم إدارة علاقات الزبائن
- تعريف و أهمية إدارة علاقات الزبائن
- خطوات و استراتيجيات تنفيذ إدارة علاقات الزبائن
- معايير قياس أداء إدارة علاقات الزبائن
- أبعاد إدارة علاقات الزبائن
- تحليل ربحية الزبائن
- تأثير إدارة علاقات الزبائن على الأداء التسويقي للمؤسسات الخدمية

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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

- درمان سليمان صادق. التسويق المعرفي المبني على إدارة علاقات و معرفة الزبون التسويقية ط 01 الاردن : كنوز المعرفة, 2012.

-Waserman, Sylvain. L'organisation relation clients [texte imprimé] : CRM, 7 nouvelles sources de création de valeur Paris : Dunod, 2001.

السداسي: الأول

اسم الوحدة:	المنهجية
اسم المادة:	سلوك المستهلك
الرصيد:	5
المعامل:	2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)

- تقديم المعارف و الأفكار حول العناصر البيئية التي يتواجد بها الفرد محليا و دوليا من أجل تمكين الطالب من استخلاص المؤثرات البيئية الأساسية على سلوك المستهلك. و تدريبه على إجراء البحوث التطبيقية التي ترتبط بدراسة سلوك المستهلك في ظروف مختلفة.

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).
. أساسيات التسويق .

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطالب)

- I. Description des phases du comportement du consommateur (les processus fondamentaux du comportement, les attitudes, la perception, l'apprentissage et la mémoire)
- II. Description des facteurs culturels, sociaux et individuels influençant le comportement du consommateur
- III. Lien entre comportement du consommateur et implications marketing

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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

- بن عيسى عنابي. سلوك المستهلك-ج1 : عوامل التأثير البيئية. الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية, 2010.
- بن عيسى عنابي. سلوك المستهلك-ج2 : عوامل التأثير النفسية. الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية, 2010.
- Delphine dion, gilles lipovetsky. A la recherche du consommateur [texte imprimé] : nouvelles techniques pour mieux comprendre le client. paris : Dunod, 2008
- Solomon, Michael, Robert Tissier-Desbordes. Comportement du consommateur. 6eme éd. Paris : Pearson, 2005.
- Denis, darpy. Volle, Pierre. Comportements du consommateur : concepts et outils. 2 ed. Paris : Dunod, 2007.
- Guide De Consommateur Algérien. Algérie : ministère du commerce, 2011.

السداسي: الأول

اسم الوحدة: المنهجية

اسم المادة: المقاولاتية

الرصيد: 4

المعامل: 2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)

إعطاء الطالب بعض الإرشادات و التوجيهات التي تتعلق بمجالات خلق مشاريع اقتصادية فردية أو جماعية، و ذلك من خلال تلقينهم المراحل التي يجب أن تتبع قبل و بعد تجسيد المشروع. مع تشجيعهم على حب المغامرة و المخاطرة التي عادة ما تكون أحد مقومات الإبداع و الاختراع و التفوق و النجاح.

المعارف المسبقة المطلوبة: (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطالب)

1. تطور الفكر المقاولاتي
2. المقاولاتية – الدوافع و الأهداف
3. خصائص المقاولاتي
4. مراحل إعداد المشروع المقاولاتي
5. شروط نجاح المقاولاتي
6. العوامل المساهمة في عرقلة النشاط المقاولاتي
7. أهمية تنوع و تعدد النشاط المقولاتي في التنمية الاقتصادية المستدامة
8. دور الأقطاب الصناعية و التهيئات الإقليمية في دعم النشاط المقاولاتي
9. دور و تأثير مراكز البحث في التكنولوجيا في الجامعات على إنشاء المشاريع المقاولاتية

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

المراجع: (كتب، و مطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)

1. Dominique VELLIN: LA CREATION D'ENTREPRISES INNOVANTES, PANORAMA ET DEFIS.
2. Nathalie SCHIEB-BIENFAIT: L'ENTREPRENEURIAT CHEZ LES JEUNES : APPRENDRE A ENTREPRENDRE
3. Didier CHABAUD : LES ENTREPRISES FAMILIALES : AU CŒUR DE L'ENTREPRENEURIAT ?
4. Olivier BASSO, Sylvie PHEULPIN : L'INTRAPRENEURIAT : POUR SURMONTER LE DÉCLIN DES GRANDES ENTREPRISES ?

السداسي الأول

اسم الوحدة: الاستكشافية

اسم المادة: قانون ممارسة الأنشطة التجارية

الرصيد: 2

المعامل: 2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)

تلقين الطلبة الأطر القانونية و التنظيمية لممارسة النشاط التجاري. و هذا من شأنه أن يساعد الطالب أثناء ولوجه لعالم الشغل من توظيف تلك المعارف بكيفية جيدة.

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطلاب)
- القانون التجاري بشكل عام و الجزائي بشكل خاص.

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان....إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)
- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

المراجع: (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)
- القانون التجاري الجزائي. و القوانين التنظيمية الأخرى.

السداسي: الأول

اسم الوحدة:	الأفقية
اسم المادة:	اللغة الأجنبية
الرصيد:	2
المعامل:	1

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)
تمكين الطلبة من تحسين معارفهم في اللغات الأجنبية من أجل توظيفها من أجل إجراء البحوث و الدراسات، و الاحتكاك بتجارب الغير على المستوى الدولي.

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطلاب)
يستحسن ترك الحرية لأساتذة المادة لاختيار المحتوى الذي يتناسب مع مستوى الطلبة الذي غالبا ما يكون متباينا بدرجة كبيرة.

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)
- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السادسي: الثاني

اسم الوحدة: الأساسية

اسم المادة: تسويق الخدمات المالية

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)

- تحسين المعارف حول أهمية الأنشطة المالية، و تدريب الطالب على الآليات التي تعتمد عليها المؤسسات المالية في الترويج و التشهير بالخدمات المميزة التي تقدمها من أجل توسيع أنشطتها في السوق.

المعارف المسبقة المطلوبة: (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

- أساسيات حول التسويق

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطالب)

- طبيعة الخدمات المالية (مفهوم، تعريف: خدمات المصارف، خدمات التأمين)

- مفهوم و طبيعة التسويق المصرفي

- سوق المصارف

- مستهلك الخدمات المصرفية

- المزيج التسويقي للخدمة المصرفية

- مفهوم و طبيعة التسويق التأميني

- سوق التأمينات

- مستهلك خدمات التأمين

- المزيج التسويقي لخدمات التأمين

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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

- ثامر البكري، أحمد الرحومي. تسويق الخدمات المالية ط 1. عمان : دار إثراء, 2008.

- سليمان شكيب الجيوسي، محمود جاسم الصميدعي. تسويق الخدمات المالية. ط 1 عمان : دار وائل, 2009

السداسي: الثاني

اسم الوحدة:	الأساسية
اسم المادة:	التسويق الفندقي
الرصيد:	6
المعامل:	2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)

- تحسين المعارف و التطبيقات حول أهمية الأنشطة الفندقية ، و تدريب الطالب على الآليات التي تعتمد عليها المؤسسات الفندقية في الترويج و التشهير بالخدمات المميزة التي تقدمها من أجل توسيع أنشطتها في السوق.

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطلاب)

- مفهوم الفنادق و أنواعها
- مفهوم الخدمة الفندقية و أنواعها
- أهمية الخدمة الفندقية
- خصائص الخدمة الفندقية
- ماهية التسويق الفندقي
- أنواع الأسواق الفندقية
- مقومات التسويق الفندقي
- سلوك المستخدمين في مجال التسويق الفندقي
- المزيج التسويقي للخدمات الفندقية
- مفهوم الجودة الفندقية

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان....إلخ (يُترك الترخيص للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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

- عمر جوابرة الملكاوي، لتسويق الفندقي ط. 1 الاردن : الوراق, 2012.

السداسي: الثاني

اسم الوحدة:	الأساسية
اسم المادة:	التسويق السياحي
الرصيد:	6
المعامل:	2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)

- تحسين المعارف و التطبيقات حول أهمية الأنشطة السياحية في التنمية الاقتصادية ، و تدريب الطالب على الآليات التي تعتمد عليها المؤسسات السياحية في الترويج و التشهير بالخدمات المميزة التي تقدمها من أجل توسيع أنشطتها في السوق.

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطالب)

- طبيعة السياحة
- المؤسسات السياحية
- مفهوم و خصائص الخدمات السياحية
- ماهية التسويق السياحي
- خصائص التسويق السياحي
- مكونات العرض السياحي
- المزيج التسويقي السياحي
- بحوث التسويق السياحي
- التسويق السياحي الإلكتروني

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)
- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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

- محمد عبيدات. التسويق السياحي: مدخل سلوكي. عمان : دار وائل, 2008.
- حفني لمياء السيد، التسويق السياحي. الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية, 2008.
- عبد السميع صبري. التسويق السياحي والفندقي. القاهرة : المنظمة العربية للتنمية الإدارية, 2006.
- عصام حسن، السعيد. التسويق والترويج السياحي والفندقي. عمان : دار الراية, 2009.

السداسي: الثاني

اسم الوحدة:	المنهجية
اسم المادة:	تسيير أنظمة التوزيع
الرصيد:	5
المعامل:	2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)

تهدف هذه المادة إلى فهم وتحليل نظم توزيع السلع وفهم تأثيراتها الاقتصادية. في نهاية هذه المادة، تكون للطلاب معرفة عن جميع قنوات التوزيع والعوامل المؤثرة في اختيار الإستراتيجية التوزيعية.

المعارف المسبقة المطلوبة: (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطلاب)

- I. Définitions de base (fonction production, fonction distribution)
- II. Les différents canaux de distribution (distribution directe, indirecte)
- III. Définir sa stratégie de distribution

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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

- Dioux, J. stratégies des réseaux et management des enseignes. Paris : Pearson, 2009.
- Vigny, J. La distribution: structures et pratiques. Paris : Dalloz, 2000.
- Ducrocq C. La distribution. paris : librairie Vuibert, 2005

السداسي: الثاني

اسم الوحدة:	المنهجية
اسم المادة:	الاتصال والتحرير الإداري
الرصيد:	4
المعامل:	2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)

- ضمان تأهيل الطلبة على كتابة و تحرير الأعمال العلمية بكيفية منهجية سليمة تساعدهم على عرض أفكارهم و اهتماماتهم في مختلف وسائل النشر المتاحة. و كذلك مساعدتهم في كتابة و تحرير المراسلات و التقارير الإدارية .
- كما أن الهدف من دراسة الاتصال هو أن يكون الطالب قادرا على تحليل الرسائل الاتصالية التي يجب أن تكون ما بينه والمنظمة التي ينتمي إليها و كذلك العالم الخارجي. كما يمكنه ذلك بالتعرف على مبادئ ومهارات الاتصال، بالإضافة إلى وسائله و لا سيما الاتصال الالكتروني

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

- معلومات عامة + منهجية

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطلاب)

المحور الأول: المناهج العلمية للبحث

- تقنيات الإبلاغ والنشر

المحور الثاني: وسائل وتقنيات الاتصال

- مفاهيم حول الاتصال (التطور التاريخي، الاتصال في الفكر الإداري، مفهومه)...
- أهمية الاتصال وأهدافه
- وظيفة الاتصال في المؤسسة
- مبادئ ومهارات الاتصال
- معوقات عملية الاتصال وتنظيمها
- وسائل الاتصال (الكتابي، الشفهي، الاتصال غير اللفظي..)
- نظم الاتصالات الإلكترونية

المحور الثالث: مخرجات التنظيم وكيفية إيصالها للغير

- تحديد أهداف التنظيم وكيفية تحقيقها
- تحديد البيئة المحيطة بالتنظيم (المؤسسة)
- تقييم واختيار وسائل إيصال النتائج للغير

المحور الرابع: التحرير الإداري

- محددات وتقنيات كتابة العقود الإدارية
- محتويات السيرة الذاتية
- تقنيات المقابلات التوظيفية
- كيفيات تقديم الملف التوظيفي

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)
- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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

1. Audigier G., 2000, Marketing et action commerciale. Ed. Gualino
2. Croutsche J.J., 2001, Marketing et communication commerciale. Ed. Eska.
3. Jean Marnem, Techniques des interviews pour le recrutement, Vuibert 2006. Balloffet. P. Coderre F.,
Communication marketing. Ed. Maloine 2008
4. www.marketing-etudiant.fr

السداسي: الثاني

اسم الوحدة:	الاستكشافية
اسم المادة:	قانون المنافسة
الرصيد:	2
المعامل:	2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)
تلقين الطلبة الأطر القانونية و التنظيمية للمنافسة. و هذا من شأنه أن يساعد الطالب أثناء ولوجه لعالم الشغل من توظيف تلك المعارف بكيفية جيدة.

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطلاب)
- قانون المنافسة.

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)
- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

المراجع: (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)
- قانون المنافسة
- القانون التجاري الجزائري.

السداسي: الثاني

اسم الوحدة:	الأفقية
اسم المادة:	اللغة الأجنبية
الرصيد:	2
المعامل:	1

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)
تمكين الطلبة من تحسين معارفهم في اللغات الأجنبية من أجل توظيفها من أجل إجراء البحوث و الدراسات، و الاحتكاك بتجارب الغير على المستوى الدولي.
المعارف المسبقة المطلوبة: (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطلاب)
يستحسن ترك الحرية لأساتذة المادة لاختيار المحتوى الذي يتناسب مع مستوى الطلبة الذي غالبا ما يكون متباينا بدرجة كبيرة.

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)
- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السادسي: الثالث

اسم الوحدة:	الأساسية
اسم المادة:	التسويق الصحي
الرصيد:	6
المعامل:	2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)

- تحسين المعارف و التطبيقات حول أهمية القطاع الصحي كخدمة عمومية و خاصة ، و تدريب الطالب على الآليات التي تعتمدھا المؤسسات الصحية العمومية في التكفل الأفضل للمرضى، و تسيير الموارد المتاحة بكفاءة و فعالية، و كذلك، تعليمه كيف يساهم القطاع الصحي الخاص في تحسين و ترقية الخدمات التي يتطلع إليها أفراد المجتمع.

المعارف المسبقة المطلوبة: (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).
- أساسيات التسويق

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطلاب)

- ماهية التسويق الصحي
- مراحل عملية التسويق الصحي
- مرتكزات التسويق الصحي
- تحليل سلوك المستهلك للخدمة الصحية
- العزامل المؤثرة في السلوك الشرائي للمريض
- المزيج التسويقي في مجال الخدمات الصحية
- جودة الخدمات الصحية

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)
- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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

- ردينة عثمان يوسف. تسويق الصحي والإجتماعي. عمان : دار المناهج. 2007.

-Marie-paule Serre, deborah wallet-wodka. Marketing des produits de sante. Paris : Dunod, 2008.

السادسي: الثالث

اسم الوحدة:	الأساسية
اسم المادة:	تسويق خدمات النقل
الرصيد:	6
المعامل:	2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)

- تحسين المعارف و التطبيقات حول أهمية خدمات النقل في التنمية الاقتصادية المستدامة ، و تدريب الطالب على الآليات التي تعتمد عليها مختلف مؤسسات النقل في الترويج و التشهير بالخدمات المميزة التي تقدمها من أجل توسيع أنشطتها في السوق.

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).
- انماط النقل، أساسيات التسويق.

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطالب)

- طبيعة النقل
- ماهية خدمات النقل
- انواع خدمات النقل
- ماهية تسويق خدمات النقل
- تحسين جودة خدمات النقل
- المزيج التسويقي لخدمات النقل

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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

- حمادة فريد منصور، مقدمة في اقتصاديات النقل، مركز الإسكندرية للكتاب، 1997.
- Angelo Martino et col, Le calcul des coûts externes dans le secteur des transports, Direction Générale des politiques internes, Département thématique : Politiques structurelles et de cohésion, 2009.

السادسي: الثالث

اسم الوحدة:	الأساسية
اسم المادة:	التسويق الإلكتروني للخدمات
الرصيد:	6
المعامل:	2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)

- تحسين المعارف و التطبيقات حول أهمية استخدام وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة و المخاطر المصاحبة لها ، و تدريب الطالب على الآليات التي تعتمدها المؤسسات التجارية في الترويج و التشهير بالخدمات المميزة التي تقدمها من أجل توسيع أنشطتها في السوق.

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).
- أساسيات التسويق

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطالب)

- مدخل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال
- ماهية التسويق الإلكتروني
- دراسة سلوك مستهلك الخدمة الإلكترونية
- المزيج التسويقي الإلكتروني للخدمات

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان....إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)
- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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

- يوسف, أحمد أبو فارة . التسويق الإلكتروني [نص مطبوع]: عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت. ط2. عمان : دار وائل, 2007.

السداسي: الثالث

اسم الوحدة:	المنهجية
اسم المادة:	تقنيات دراسة السوق
الرصيد:	5
المعامل:	2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)
تهدف هذه المادة إلى تعريف الأدوات المنهجية لبحوث التسويق النوعية والكمية. في نهاية هذه المادة، سوف يتمكن الطالب من إتقان الأدوات المنهجية لبحوث السوق.

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).
معلومات أساسية في التسويق (يكتسبها الطالب في السداسي الأول والثاني من التخصص)

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطالب)

- I. Définitions de base (segmentation de marché, objectifs de l'étude de marché)
- II. Les études de marchés spécifiques (les études qualitatives, quantitatives)
- III. Les panels, les études de satisfaction

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

المراجع: (كتب، ومطبوعات، مواقع انترنت، إلخ)
- رجم, نصيب. دراسة السوق. الجزائر : دار العلوم, 2004

- Vinay E., Realiser votre etude de marche,3 ed., paris : editions APCE, 2010
- Vernet. E., 2006, Techniques d'études de marché. Ed. Vuibert

السداسي: الثالث

اسم الوحدة:	المنهجية
اسم المادة:	المنهجية
الرصيد:	4
المعامل:	2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)

- تمكين الطالب من معرفة مختلف المناهج المتبعة في البحوث النظرية و التطبيقية، و تدريبه على كيفية استخدامها في مختلف المجالات العلمية و العملية.

المعارف المسبقة المطلوبة: (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطالب)

- مدخل لعلم المنهجية،

- تعريف المنهجية،

- عرض مختلف مدارس المنهجية

- المناهج البحث العلمي في العلوم الاقتصادية.

- منهجية اعداد مشاريع التخرج

- مقدمة البحث وخطة البحث

- تحرير مضمون البحث

- التهميش، المراجع

- ملاحق البحث

- فهرس البحث

- إعداد الاستبيانات

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان....إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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

-زاید، فهد خليل. ساسيات منهجية البحث في العلوم الإنسانية: المشروع التطويري - البحث العلمي والتربوي - كتابة الرسالة والأطروحة. الأردن. : دار النفائس للنشر والتوزيع، 2007.

- Gavard-Perre Marie-Laure. Méthodologie de la Recherche [texte imprimé] : réussir son mémoire ou sa thèse en sciences gestion. Paris : Pearson, 2008.

- Guidère, Mathieu. Méthodologie de la recherche. France : ELLIPES, 2010.

- Taleb, Ahmed. Méthodologie de préparation des mémoires et des thèses: Guide du chercheur. Alger : Dar elgharb, 2004.

السداسي: الثالث

اسم الوحدة:	الاستكشافية
اسم المادة:	قانون حماية المستهلك
الرصيد:	2
المعامل:	2

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)
الإلمام بالقوانين المتعلقة بحماية المستهلك

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطالب)

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)
- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)
- قانون حماية المستهلك.

السداسي: الثالث

اسم الوحدة:	الأفقية
اسم المادة:	اللغة الأجنبية
الرصيد:	2
المعامل:	1

أهداف التعليم: (ذكر ما يفترض على الطالب اكتسابه من مؤهلات بعد نجاحه في هذه المادة، في ثلاثة أسطر على الأكثر)
تمكين الطلبة من تحسين معارفهم في اللغات الأجنبية من أجل توظيفها من أجل إجراء البحوث و الدراسات، و الاحتكاك بتجارب الغير على المستوى الدولي.
المعارف المسبقة المطلوبة: (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطلاب)
يستحسن ترك الحرية لأساتذة المادة لاختيار المحتوى الذي يتناسب مع مستوى الطلبة الذي غالبا ما يكون متباينا بدرجة كبيرة.

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)
- تقييم مستمر و امتحان نهائي: 50 بالمائة للمحاضرة 50 بالمائة للأعمال الموجهة.

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