

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

*The People's Democratic Republic of Algeria*

*Ministry of Higher Education and Scientific  
Research*

*University of May 8, 1945 \* Guelma\**

*Faculty of Economic Sciences, Business and  
Management Sciences*



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 – قالمة

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

## قسم العلوم التجارية

### بطاقة تقنية لعرض التكوين في طور الماستر تخصص تسويق الخدمات

#### 1. أهداف التكوين

يهدف هذا العرض من التكوين لتوفير موارد بشرية و موظفين لشغل وظائف في تسويق الخدمات (مكلف بالدراسات، مسؤول قطاع سوقي، مسؤول منتج...)، لذلك فهو يستهدف

تطوير معارف وكفاءات الطلاب في الجوانب التالية:

- تحليل وتفسير المعلومات الكمية والنوعية،
- القدرة على تصميم و عرض مشروع تسويقي بطريقة مهنية ،
- تحليل وتشخيص وضعية السوق و خاصة سوق الخدمات.
- تصميم الإستراتيجية التسويقية الخدماتية،

- القدرة على مراقبة و تدقيق التسويق الاستراتيجي للخدمات ،
- القدرة على متابعة تنفيذ العمليات و البرامج التسويقية (الترويج و الاتصال، التوزيع، طرح منتجات جديدة، دخول أسواق جديدة....)
- اكتساب مهارات إدارة العلاقة مع الزبون، القدرات الابداعية، القدرة على العمل في ديناميكية وفي جماعات.

## 2. المؤهلات والقدرات المستهدفة

التكوين الحالي موجه خصيصا للأشخاص الذين يريدون الاندماج في حياة عملية ديناميكية وحيوية بعد الحصول على الشهادة، هذه الأخيرة تساعدهم في الحصول على وظيفة في مؤسسات خدمية تعمل في سياق يتميز بشدة المنافسة، أين يكون لزاما عليها إعادة توجيه مقاربتها التجارية، بفضل مدخل تسويق الخدمات، هذه المؤسسات بحاجة إلى موظفين متخصصين و متحكمين في مفاهيم التسويق و بخاصة مفاهيم تسويق الخدمات ، وهو ما يوفره التكوين، حيث أن شهادة ليسانس في تسويق الخدمات تسمح بشغل الوظائف التالية:

مسؤول تجاري، مكلف بالترويج والاتصال التسويقي للخدمات، مكلف بالدارسات التسويقية الخدمانية، مسؤول مشروع خدمي، مسؤول عن خدمة، مسؤول عن العلاقات مع الزبائن، مسؤول مصرفي، مسؤول سياحي.

## 3. القدرات الجهوية والوطنية القابلة لتشغيل حاملي الشهادات الجامعية

عرض التكوين يحاول تلبية حاجيات سوق العمل من الكفاءات و الموارد البشرية التي يمكنها شغل مناصب في المؤسسات الخدمية التالية:

المؤسسات الخدمية السياحية (فنادق، مركبات سياحية، وكالات سياحية...)

المؤسسات الاقتصادية في مختلف النشاطات (خدمات ما بعد البيع)

مؤسسات الخدمات الاتصالية السلكية واللاسلكية

البنوك التجارية

وكالات الإعلانات و الاتصالات

مكاتب الدراسات والاستشارات التسويقية

المؤسسات التجارية (موزعين، مستوردين و مصدرين، وكلاء السيارات...)

الإدارات والمصالح العمومية والخاصة التي لها علاقة بالعمل التجاري وتسعى إلى تطوير علاقتها بالزبائن والمواطنين (كالمستشفيات والعيادات...)

**4. بطاقة التنظيم السداسي للتعليم**

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي	وحدة التعليم
إمتحان	متواصل			أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة	15 أسبوع	
		18	06	18 سا		4.30 سا	4.30 سا	360 سا	وحدات التعليم الأساسية
									و ت أ 1 (إج/إخ)
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
		09	04	5 سا		3 سا	3 سا	180 سا	وحدات التعليم المنهجية
									و ت م 1 (إج/إخ)
x	x	5	2	3 سا		1.30 سا	1.30 سا	100 سا	التحليل المالي
x	x	4	2	2 سا		1.30 سا	1.30 سا	80 سا	منهجية البحث العلمي
		02	01	1 سا			1.30 سا	40 سا	وحدات التعليم الإستكشافية
									و ت ! 1 (إج/إخ)
x	x	2	1	1 سا			1.30 سا	40 سا	قانون حماية المستهلك
		01	01			1.30 سا		20 سا	وحدة التعليم الأفقية
									و ت أ ف 1 (إج/إخ)
x	x	1	1			1.30 سا		20 سا	لغة أجنبية
		30	12	24		9 سا	9 سا	600	مجموع السداسي 1

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي	وحدة التعليم
إمتحان	متواصل			أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة	15 أسبوع	
		18	06	18 سا		4.30 سا	4.30 سا	360 سا	وحدات التعليم الأساسية
									و ت أ 1 (إج/إخ)
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 الفندقي
x	x	6	2	6 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	التسويق السياحي
		09	04	5 سا		3 سا	3 سا	180 سا	وحدات التعليم المنهجية
									و ت م 1 (إج/إخ)
x	x	5	2	3 سا		1.30 سا	1.30 سا	100 سا	تسويق عملياتي
x	x	4	2	2 سا		1.30 سا	1.30 سا	80 سا	الاتصال و التحرير إداري
		02	01	1 سا		1.30 سا	1.30 سا	40 سا	وحدات التعليم الإستكشافية
									و ت ! 1 (إج/إخ)
x	x	2	1	1 سا			1.30 سا	40 سا	قانون المنافسة
		01	01			1.30 سا		20 سا	وحدة التعليم الأفقية
									و ت أ ف 1 (إج/إخ)
x	x	1	1			1.30 سا		20 سا	لغة أجنبية
		30	12	24 سا		10.30 سا	9 سا	600	مجموع السداسي 2

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي	3 - السداسي الثالث: وحدة التعليم
إمتحان	متواصل			أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة	15 أسبوع	
		18	06	18 سا		4.30 سا	4.30 سا	360 سا	وحدات التعليم الأساسية
									وت أ 1 (إج/إخ)
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
		09	04	5 سا	1.30 سا	1.30 سا	3 سا	180 سا	وحدات التعليم المنهجية
									وت م 1 (إج/إخ)
x	x	5	2	3 سا	1.30 سا		1.30 سا	100 سا	تحليل المعطيات
x	x	4	2	2 سا		1.30 سا	1.30 سا	80 سا	مقاولاتية
		02	01	1 سا	1.30 سا			40 سا	وحدات التعليم الإسكتشافية
									وت إ 1 (إج/إخ)
x	x	2	1	1 سا	1.30 سا			40 سا	إعلام ألي متخصص
		01	01			1.30 سا		20 سا	وحدة التعليم الأفقية
									وت أ ف 1 (إج/إخ)
x	x	1	1			1.30 سا		20 سا	لغة أجنبية
		30	12	24 سا	3 سا	9 سا	7.30 سا	600	مجموع السداسي 3

#### 4- السداسي الرابع:

الميدان : علوم اقتصادية، تسيير وعلوم تجارية

الفرع: علوم تجارية

التخصص: تسويق الخدمات

تربص في مؤسسة يتوج بمذكرة تناقش

الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي	
30	04	400 سا	العمل الشخصي
/	/	200 سا	التربص في المؤسسة
/	/	/	الملتقيات
/	/	/	أعمال أخرى (حدد)
30	04	600 سا	مجموع السداسي 4

المجموع	الأفقية	الاستكشافية	المنهجية	الأساسية	حس و ت
405	00	67.5	135	202.5	محاضرة
405	67.5	22.5	112.5	202.5	أعمال موجهة
45	22.5	22.5	22.5	00	أعمال تطبيقية
1480	00	45	225	1210	عمل شخصي
200	00	00	00	200	عمل آخر (تربص في المؤسسة)
2535	67.5	157.5	495	1815	المجموع
120	4	8	36	72	الأرصدة
100%	%4	%6	%30	%60	% الأرصدة لكل وحدة تعليم

مسؤول التخصص/بن أحسن ناصر الدين



People's Democratic Republic of Algeria

*The People's Democratic Republic of Algeria*

*Ministry of Higher Education and Scientific  
Research*

*University of May 8, 1945 Guelma*

*Faculty of Economic Sciences, Business and  
Management Sciences*



Ministry of Higher Education and Scientific  
Research

1945 ,8 University of May- Guelma

Faculty of Economic, Commercial and  
Management Sciences

## Department of Commercial Sciences

**T echnical card to present the academic offer in the master's cycle specializing in service marketing ,**

### **1. configuration goals**

This offer aims to provide human resources and employees to fill positions in the marketing of services (in charge of studies, responsible for a market sector, responsible for a product... ), so it aims to develop the knowledge and competencies of students in the following aspects

- ,Analyzing and interpreting quantitative and qualitative information
- ,The ability to design and present a marketing project in a professional manner
- .Analysis and diagnosis of the market situation , especially the service market
- , Designing the service marketing strategy
- , the strategic marketing of services The ability to monitor and audit

- The ability to follow up the implementation of marketing operations and programs (promotion and communication, distribution, offering good (...products, entering new markets
- .Acquiring customer relationship management skills, creative abilities, and the ability to work dynamically and in groups

## **.2.Target qualifications and abilities**

The current training is specifically aimed at people who want to integrate into a dynamic and lively working life after obtaining the certificate, the latter helps them to get a job in service organizations operating in a highly competitive context, where they have to reorient their business approach, thanks to the service marketing approach, this Institutions need specialized employees who are in control of marketing concepts, especially the concepts of service marketing, which is what training provides, as a bachelor's degree in service marketing allows the :following positions

Commercial official, in charge of promotion and marketing communication for services, in charge of service marketing studies, service project .official, service official, customer relations officer, banking official, tourism official

## **.3.Regional and national capabilities that can employ university degree holders**

The training offer tries to meet the needs of the labor market in terms of competencies and human resources that can occupy positions :in the following service institutions

(...Tourist service establishments (hotels, tourist vehicles, tourist agencies

(Economic institutions in various activities (after-sales services

Wired and wireless communication services institutions

commercial banks

Advertising and communication agencies

Marketing studies and consulting offices

(...Commercial establishments (distributors, importers and exporters , car agents

Public and private departments and departments that are related to commercial work and seek to develop their relationship with customers and

(...citizens (such as hospitals, clinics

**4.The semestrial organization card for education**

**.first semestre**

education unit	semestrial size	Weekly volume				coefficient	balances	evaluation type	
		15 weeks	a lecture	Acts directed	Applied work			Other business	continuous
<b>basic education units</b>	<b>h 360</b>	<b>h 4.30</b>	<b>h 4.30</b>		<b>h 18</b>	<b>06</b>	<b>18</b>		
EJ / ( 1 WTA ( EH									
Services entrance	h 120	1.30 h	1.30 h		6 h	2	6	x	x
Strategic marketing of services	h 120	1.30 h	1.30 h		6 h	2	6	x	x
Customer Relationship Management	h 120	1.30 h	1.30 h		6h	2	6	x	x
Curriculum units	h 180	h 3	h 3		5h	04	09		
( 1 And TEM ( EJ / EH									
Financial analysis	100h	1.30h	h 1.30		h 3	2	5	x	x
Scientific research methodology	80h	1.30h	h 1.30		2h	2	4	x	x
Exploratory education units	40h	h 1.30			h 1	01	02		
EJ ( 1 And TES ( EH /									
Consumer Protection Act	40hSa	1.30h			h 1	1	2	x	x
Horizontal education unit	20h		h 1.30			01	01		
EH / (WTCF1 ( EH									
foreign language	20h		1.30h			1	1	x	x
<b>The sum of the 1 hexagons</b>	<b>600</b>	<b>9h</b>	<b>h 9</b>		<b>24</b>	<b>12</b>	<b>30</b>		

## The second semestre

education unit	semestrial size	Weekly volume				coefficient	balances	evaluation type	
		a lecture	Acts directed	Applied work	Other business			continuous	Exam
	15 weeks								
<b>basic education units</b>	<b>h 360</b>	<b>h 4.30</b>	<b>h 4.30</b>		<b>h 18</b>	<b>06</b>	<b>18</b>		
( EJ / EH ( 1 WTA									
Services entrance	h 120	1.30 h	1.30 h		6 h	2	6	x	x
Marketing financial services	h 120	h1.30	h1.30		h6	2	6	x	x
Hotel marketing	h 120	h1.30	h1.30		H6	2	6	x	x
Tourism marketing	h 120	h1.30	h1.30		h6	2	6	x	x
Curriculum units	h 180	h 3	h 3		h 5	04	09		
EJ ( 1 And TEM ( EH /									
Marketing my operations	h h100	1.30 h	1.30 h		h 3	2	5	x	x
Communication and the Administrative Editing	h 80	1.30 h	1.30 h		h 2	2	4	x	x
Exploration education units	h 40	1.30h	h 1.30		h 1	01	02		
EJ / ( 1 And TES ( EH									
Competition law	h 40	1.30h			h 1	1	2	x	x
Horizontal education unit	h 20		h 1.30			01	01		

<b>EH / (WTCF1 ( EH</b>									
<b>a foreign language</b>	<b>h 20</b>		<b>1.30h</b>			<b>1</b>	<b>1</b>	x	x
<b>sum of 2 hexagons</b>	<b>600</b>	<b>h 9</b>	<b>h 10.30</b>		<b>h 24</b>	<b>12</b>	<b>30</b>		

### The third semestre

education unit	semestrial size	Weekly volume				coefficient	balances	evaluation type	
		continuous		Exam					
		15 weeks	a lecture	Acts directed	Applied work			Other business	
<b>basic education units</b>	<b>h 360</b>	<b>h 4.30</b>	<b>h 4.30</b>		<b>h 18</b>	<b>06</b>	<b>18</b>		
<b>( EJ / EH ( 1 WTA</b>									
<b>Health Marketing</b>	<b>h 120</b>	<b>h1.30</b>	<b>h1.30</b>		<b>h6</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>x</b>	<b>x</b>
<b>Marketing transportation services</b>	<b>h 120</b>	<b>h1.30</b>	<b>h1.30</b>		<b>a h6</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>x</b>	<b>x</b>
<b>E-marketing of services</b>	<b>h 120</b>	<b>h1.30</b>	<b>h1.30</b>		<b>h6</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>x</b>	<b>x</b>
<b>Curriculum units</b>	<b>h 180</b>	<b>h 3</b>	<b>Sa 1.30</b>	<b>h 1.30</b>	<b>h 5</b>	<b>04</b>	<b>09</b>		
<b>EJ / ( 1 And TEM ( EH</b>									
<b>Data analysis</b>	<b>h 100</b>	<b>1.30h</b>		<b>h 1.30</b>	<b>h 3</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	x	x
<b>Entrepreneurship</b>	<b>h 80</b>	<b>1.30 h</b>	<b>1.30 h</b>		<b>h 2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	x	x
<b>Exploration education units</b>	<b>h 40</b>			<b>1.30h</b>	<b>h 1</b>	<b>01</b>	<b>02</b>		
<b>EJ / ( 1 And TES ( EH</b>									
<b>Notification specialist</b>	<b>h 40</b>			<b>1.30h</b>	<b>h 1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	x	x

Horizontal education unit	Sa 20		h 1.30			01	01		
EH / (WTCF1 (EH									
a foreign language	h 20		1.30h			1	1	x	x
The sum of 3 hexagons	600	7.30	h 9	Sa 3	h 24	12	30		
sum of hexagons 2	600	9	10.30		h 24	12	30		

#### Fourth semestre:

**Field:**Economic sciences, management and commercial sciences

**Branch:** Commercial Sciences

**Specialization:** Service Marketing

Lurking in an institution culminates in a discussion note

	Weekly volume	coefficient	balances
personal work	400 <sup>h</sup>	04	30
lurking in the institution	200 <sup>h</sup>	/	/
forums	/	/	/
Other works (specify)	/	/	/

## 5. Comprehensive giblets for formation

h o what	the basic	method ology	explorat ory	Horiz ontal	the total
a lecture	202.5	135	67.5	00	405
Acts directed	202.5	112.5	22.5	67.5	405
Applied work	00	22.5	22.5	22.5	45
personal business	1210	225	45	00	1480
Another job lurking in ) the institution	200	00	00	00	200
the total	1815	495	157.5	67.5	2535
balances	72	36	8	4	120
credits % per unit of education	60%	30%	6%	%4	100%

Specialty Head/ BENAHCENE NASSIREDDINE