الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérieune Démocratique et Populaire et le gille le gelle gelle le gelle gelle le gelle ge

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université 8 Mai 1945 Guelma

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales

et des Sciences de Gestion

Département des Sciences Commerciales



جامعة 8 ماى 1945 قالمة

كلية العلوم الاقتصادية ، التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة التدريس Syllabus

الميدان: العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

الفرع: العلوم التجارية

التخصص: تسويق.

السداسي: السادس

السنة الجامعية:2023/2022.

الوحدة التعليمية: الأساسية الأساسية

الرصيد: 06. المعامل: 02.

الحجم الساعي الأسبوعي الكلي: ساعة ونصف الساعة (1سا و30د).

- محاضرات (عدد الساعات في الأسبوع): ساعة ونصف الساعة (1سا و30د).
 - الأعمال الموجهة (عدد الساعات في الأسبوع): 3سا.
 - الأعمال التطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع): /

لغة التدريس: العربية.

الأستاذ(ة) المسؤول(ة): عقون عادل الرتبة: أستاذ محاضر-ب-.

البريد الالكتروني: adlagg24@gmail.com

الهاتف: 0775 98 57 05

أوقات الاستشارة البيداغوجية (Tutorat):

الأهداف من تدريس المادة: يتمثل الهدف الأساسي في تمكين الطالب من إدراك مفهوم التسويق الدولي بدقة وأهم الاختلافات الرئيسية بينه وبين التسويق المحلي، وكذلك أهداف وأهمية التسويق الدولي بالنسبة للمؤسسات، كما يتم تمكين الطالب من التعرف على بيئة التسويق الدولي، أهم المفاهيم (الاستراتيجيات) الأساسية (التنميط، التكييف، التنميط المكيف) للتسويق الدولي، وكذلك المزيج التسويقي المحلي.

برنامج المحاضرات النظرية: المحاضرة الأولى: تتعلق بماهية التسويق الدولي تعريفه، الفرق بينه وبين التسويق المحلي، علاقته بالتجارة الدولية وإدارة الأعمال الدولية، العوامل المساعدة على تطوره.

المحاضرة الثانية: وتتعلق بدراسة أهمية وأهداف التسويق الدولي.

المحاضرة الثالثة: وتتعلق بدراسة بيئة الأسواق الدولية وكيفية غربلتها.

المحاضرة الرابعة: وتتعلق بالتعرف الاستراتيجيات المتبعة للدخول للأسواق الدولية (التنميط، التكييف، التنميط المكيف).

المحاضرة الخامسة: وتتعلق بدراسة المزيج التسويقي الدولي (المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج).

التقييم: مراقبة المعارف والترجيحات:

الترجيح	المراقبة
% 60	الامتحان النهائي
%	الحضور و المشاركة
%	الامتحانات الجزئية
% 40	البحوث
%	أخرى (تحدد)

المراجع البيبليوغرافية: (مراجع متوفرة في مكتبة الكلية، موقع الكتروني، ... إلخ)

- التسويق الدولي، هاني حامد الضمور.
 - التسويق الدولي، منير نوري.

إمضاء الأستاذرة):

République Algérienne Démocratique et Populaire وزارة التعليم العالى والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université 8 Mai 1945 Guelma Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion Département des Sciences Commerciales



جامعة 8 ماى 1945 قالمة

كلية العلوم الاقتصادية ، التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة التدريس Syllabus

الميدان: العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير

الفرع: العلوم التجارية

التخصص: تسويق

السداسي: 6

السنة الجامعية: 2022-2023

الوحدة التعليمية:أساسية المادة: التسويق الإلكتروني

الرصيد: 4 المعامل: 02

الحجم الساعي الأسبوعي الكلي: ساعة و نصف

• محاضرات (عدد الساعات في الأسبوع):1 ساعات

• الأعمال الموجهة (عدد الساعات في الأسبوع): 3ساعات

● الأعمال التطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع): /

لغة التدريس: العربية

الأستاذ(ة) المسؤول(ة): طوالبية أحلام الرتبة: أستاذة مساعدة " أ "

البريد الالكتروني: ahlamtoualbia@hotmail.fr

الهاتف: 0772292834

أوقات الاستشارة البيداغوجية (Tutorat): /

الأهداف من تدريس المادة:

- تطوير معارف الطالب ومهاراته في الإعتماد على التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في ممارسة التسويق ، و التعرف على التحديات التي تواجه المؤسسات التي تتبنى مفهوم التسويق الإلكتروني.
 - التعرف على السلوك الشرائي الإلكتروني و العوامل المؤثرة فيه
 - تحديد ماهية المتاجر الإلكترونية
 - التعرف على عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني
 - أثر التكنولوجيا الحديثة للمعلومات و الاتصال على إدارة علاقة الزبون

برنامج المحاضرات النظرية:

المحورالأول :مدخل للتسويق الإلكترويي

المحورالثاني: سلوك المشتري الإلكتروني

المحورالثالث: المتجر الإلكتروني

المحورالرابع: عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني

التقييم: مراقبة المعارف و الترجيحات

الترجيح	المراقبة
% 60	الامتحان النهائي
% 40	الحضور و المشاركة
%	الامتحانات الجزئية
%	البحوث
%	أخرى (تحدد)

المراجع البيبليوغرافية (مراجع متوفرة في مكتبة الكلية، موقع الكتروني، ...إلخ)

1) Catherine Viot, Le e-marketing

2)بشير عباس العلاق،التسويق عبر الأنترنت

3)بشير عباس العلاق،تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الاعمال:مدخل تسويقي

4) محمد طاهر نصير،التسويق الإلكتروني

5) يوسف أحمد أبو فارة ،التسويق الإلكتروني (عناصر المزيج التسويقي عبر الأنترنت)

6) المواقع الإلكترونية التي تناولت الموضوع

إمضاء الأستاذ(ة)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية République Algérienne Démocratique et Populaire وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université 8 Mai 1945 Guelma Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion Département des Sciences Commerciales

.



جامعة 8 ماي 1945 قالمة كلية العلوم الاقتصادية ، التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة التدريس Syllabus

الميدان: العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير

الفرع: العلوم التجارية

التخصص: السنة الثالثة تسويق
السداسي: الثاني
السنة الجامعية: 2023/2022
الوحدة التعليمية:منهجية المادة:تحليل قواعد البيانات
الرصيد:5 المعامل:2
الحجم الساعي الأسبوعي الكلي: ساعات
 محاضرات (عدد الساعات في الأسبوع):
 الأعمال الموجهة (عدد الساعات في الأسبوع):
● الأعمال التطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع): سا
لغة التدريس:لغة عربية
الأستاذ(ة) المسؤول(ة):عبد الحليم بوشملة الرتبة:MCB
البريد الالكتروني: abdelhalimgbs@yahoo.fr
الهاتف: 87 46 77 05 50 70 الهاتف:
أوقات الاستشارة البيداغوجية (Tutorat):

الأهداف من تدريس المادة:

... تمكين الطالب من التعرف على مختلف الأساليب الإحصائية التي تساعده في تحليل ومعالجة البيانات من خلال التحليل الإحصائي باستعمال SPSS .

برنامج المحاضرات النظرية:

- 1 خطوات التحليل الإحصائي باستخدام SPSS
 - 2 التعريف بالمفاهيم و المتغيرات
- 3 مرحلة إدخال البيانات إدخال وتحليل البيانات
- 4 مرحلة تفريغ و تحليل البيانات إحصائيا الأدوات، المقاييس والاختبارات الإحصائية
 - 5 تصميم الاستبيان
 - 6 المعالجة الإحصائية للاستبيان باستخدام SPSS وExcel
 - 7 اختبار الفرضيات

التقييم: مراقبة المعارف و الترجيحات

الترجيح	المراقبة
%65	الامتحان النهائي
%	الحضور و المشاركة
%35	الامتحانات الجزئية
%	البحوث
%	أخرى (تحدد)

المراجع البيبليوغرافية (مراجع متوفرة في مكتبة الكلية، موقع الكتروني، ...إلخ)

- 1 . حسين علي بخيت و غالب عوض الرفاعي، تحليل ونمذجة البيانات باستخدام الحاسوب، تطبيق شامل للحزمة SPSS، الأهلية للنشر والتوزيع ، عمان . الأردن، 2007.
- 2. حمزة محمد دودين، التحليل الإحصائي المتقدم للبيانات باستخدام SPSS، دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع.
- 3. عز حسن عبد الفتاح، مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS، مصدر الكتاب الجامعي.
 4. محمد خير، أساليب التحليل الإحصائي باستخدام باستخدام برمجية SPSS، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع.

إمضاء الأستاذ(ة)

For

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعيبة

République Algérienne Démocratique et Populaire وزارة التعليم العالى والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université 8 Mai 1945 Guelma Faculté des Sciences Economiques, Commerciales des Sciences de Gestion Département des Sciences Commerciales



جامعة 8 ماى 1945 قالمة

كلية العلوم الاقتصادية ، التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة التدريس Syllabus

الميدان: العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير الفرع: العلوم التجارية

التخصص: السنة الثالثة ليسانس تسويق

السداسي: السادس

السنة الجامعية: 2023/2022

المادة: تسويق استراتيجي.

الحجم الساعي الأسبوعي الكلي: 3 سا.

- محاضرات (عدد الساعات في الأسبوع): 1 سا و 3 د
- الأعمال الموجهة (عدد الساعات في الأسبوع): 1 سا و 3 د .

الأعمال التطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع):

لغة التدريس: عربية

الأستاذ(ة) المسؤول(ة): جريبي السبتى . الرتبة: أستاذ محاضر أ

البريد الالكتروني: djeribih@gmail.com

Djeribi.sebti@univ-guelma.dz

الماتف. أو قات الاستشارة البيداغوجية (Tutorat):

مادة:	يس ال	تدر	من	اف	الأهد
-------	-------	-----	----	----	-------

تعريف الطالب بدور وأهمية التسويق في التفكير الاستراتيجي في المؤسسات المعاصرة، والفرق بين التسويق الاستراتيجي والتسويق الميداني، وكذا تمكينه من التحكم في مراحل صياغة ووضع وتنفيذ الاستراتيجية التسويقية لمنظمات الاعمال،

.....

برنامج المحاضرات النظرية:

- مدخل للاستراتيجية والادارة الاستراتيجية
- مفهوم التسويق الاستراتيجي والتسويق الميداني
 - تحليل البيئة الخارجية
 - تحليل البيئة الداخلية
 - التجزئة السوقية واسترتيجيات الاستهداف
 - التموقع

.....

التقييم: مراقبة المعارف و الترجيحات

الترجيح	المراقبة
%60.	الامتحان النهائي
% 40.	أعمال توجيهية

المراجع البيبليو غرافية (مراجع متوفرة في مكتبة الكلية، موقع الكتروني، ...إلخ) احمد فهم البرزنجي، ونزار عبد المجيد البراوي، استراتيجية التسويق، دار وائل للنشر و التوزيع الاردن

ثامر البكري، استراتيجيات التسويق ، دار جهينة

Lendrevie.levy, Mercator. 2013.

£

إمضاء الأستاذ(ة)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université 8 Mai 1945 Guelma Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion Département des Sciences Commerciales



جامعة 8 ماي 1945 قالية

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة التدريس Syllabus

الميدان: العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير

الفرع: العلوم التجارية

المادة: قانون المنافسة

التخصص: علوم تحارية

السداسي: الثاني

السنة الجامعية: 2023-2022

الوحدة التعليمية: استكشافية

الرصيد: 02 المعامل: 01

الحجم الساعي الأسبوعي الكلي: ساعة ونصف محاضرة

• محاضرات (عدد الساعات في الأسبوع): ساعة ونصف

• الأعمال الموجهة (عدد الساعات في الأسبوع):

• الأعمال التطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع):

لغة التدريس: العربية

الأستاذ(ة) المسؤول(ة): بن صويلح امال الرتبة: أستاذة محاضرة ا

البريد الالكتروني: amidoc24@yahoo.fr

الماتف: 0772740971 : 07727409

أوقات الاستشارة البيداغوجية (Tutorat):

الأهداف من تلريس المادة:

إحاطة الطلبة بالإجراءات المقروضة من قبل الدولة وهيئاتها المترتبة على المتعاملين الاقتصاديين بالخصوص المنتجين في إطار النظام الاقتصادي الحال للجزائر الذي يتم تحليل أسمه وأبعاده وانعكاساته على القدرة التنافسية للمنتجين والقدرة الشرائية للمستهلك الجزائري ، مساعدتهم مستقبلا في حال توجههم لنشاطات عملية ذات صلة بالموضوع.

برنامع المامرات الطرية:

- تطور المنافسة في الأنظمة الاقتصادية دوليا ورطيا
 - 42,23,24
 - خصائصها، مصادرها، الرامها
- دور مجلس المنافسة في منع الاحتكار وتحسيد للنافسة بين المتعاملين الاقتصاديون النقيم: مراقبة المعارف و الترجيحات

اللراجع البيليوغرافية (مراجع متوفرة في مكتبة الكلية، موقع الكتروني، ... إلح)

- الأمر رقم 03-03 للوح في 19-07-2003 للتعلق بالمنافسة.
- عصام عبد الواحد تعمان، "للنافسة غير للشروعة"، للركز العربي للخدمات القانونية، 2008.
- محمد على عكاز،" القيود الشرعية الواردة على حربة التجارة وأثرها في التنمية الاقتصادية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
 - للرسوم التنفيذي 96-44 الفدد للنظام الداخلي فجلس للنافسة.

1-3-