

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	الرياضيات المالية <i>Mathématiques financières</i>	اسم المقياس
--------------------	---	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	عبيد نبيلة ABID NABILA	الاسم
Les heures de consultations	ساعة (03) في الأسبوع	الساعات المكتبية

Objectifs du cours أهداف المقياس I.

Ce module se propose de transmettre les bases fondamentales des mathématiques financières indispensables pour la prise de décision. Pour ce faire, ce cours fournit aux étudiants les outils nécessaires à la compréhension des mécanismes de valorisation des flux et la résolution des problèmes financiers.

Les résultats de l'apprentissage المخرجات التعليمية II.

À la fin du cours, l'étudiant sera capable de comprendre :

- L'intérêt des mathématiques financières ;
- Les principes de base du calcul financier en avenir certain : intérêts simples et intérêts composés ;
- Les opérations financières du court terme, telles les opérations bancaires ;
- Les opérations financières du long terme.

Contenu du module محتوى المقياس III.

عدد الأسابيع	عدد الساعات	محتوى الفصول
01	03	Introduction au module
02	06	Les Intérêts simples

02	06	L'escompte
02	06	Les intérêts composés
02	06	Les annuités
1.5		Test
02	06	Les emprunts
02	06	Le choix d'investissement
1.5		Examen final
14	42	

IV - طرق التقييم		
Méthodes d'évaluations		
	الدرجات	الاختبارات:
Test	% 20	التقييم الفصلي 01
Assiduité et participation	% 10	المشاركة
Examen Final	% 60	الامتحان النهائي
Etudes de cas & Applications	% 10	بحوث & أعمال تطبيقية، دراسة حالات، موضبة

V- بحوث & أعمال تطبيقية:

- Exercices d'application

VII- مصادر التعلم

- 1 الكتاب (الكتب) الرئيسة المطلوبة :
-Boissonade. M et Fredon. D (2016), Mathématiques financières, Dunod.

- 2المراجع الأساسية :

- Deffains-Crapsky C (2010), **Mathématiques financières**, Bréal.
- Devolder P., Fox M. et Vaguener F (2018), **Mathématiques financières 3e édition**, Ed Pearson.
- Goutte. S (2015), **Mathématiques financières : Théorie, exercices et simulations numériques**, Broché.
- Schlather. D (2012), **Comprendre les mathématiques financières**, Hachette, coll. Les Fondamentaux, 4° ed.

Syllabus du cours « Entrepreneuriat » UE Méthodologie

سyllabus خطة المقرر

Intitulé du module	نظريات المنظمات <i>Théories des organisations</i>	اسم المقياس
--------------------	--	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	د. صابية أمين <i>Dr. Saba Amine</i>	الاسم
Les heures de consultations	02heures par semaine	الساعات المكتبية

I - L'objectif du cours

- Développer chez l'étudiant les compétences entrepreneuriales nécessaires à la création, à la gestion et au développement d'une entreprise ;
- Développer le sens de l'initiative et l'esprit entrepreneurial chez l'étudiant ;
- Faire découvrir à l'étudiant et exploiter son plein potentiel entrepreneurial ;
- Sensibiliser quant à l'opportunité de la création de son propre emplois

II- Les résultats de l'apprentissage التعليمية المخرجات

- À l'issu du cours l'étudiant devra être capable de
- ✓ Maitriser les bonnes pratiques liés à la création d'une entreprise ;
- ✓ Maitriser les différentes procédures pour élaborer un business plan réussi .

TITRES	VH
<p>Chapitre 1 : Les fondamentaux de l'entrepreneuriat</p> <p>1- Introduction- L'entreprise et son environnement 2- Les paradigmes de l'entrepreneuriat 3- La logique entrepreneuriale et la logique managériale</p>	6
<p>Chapitre 2 : L'entrepreneur</p> <p>1- L'approche par les traits/ l'approche par les comportements 2- Quelques typologies 3- Les motivations de l'entrepreneur</p>	6 +
<p>Étude de typologies en TD</p>	3
<p>Chapitre 3 : Les différents types et formes d'entrepreneuriat</p> <p>1- La création / La reprise 2- L'intrapreneuriat 3- L'entrepreneuriat social 4- L'entrepreneuriat en développement durable</p>	6 +
<p>Études de cas en TD</p>	3
<p>Chapitre 4 : Modèles et théories</p> <p>1- Le processus de décision : le modèle de Shapero et le modèle d'intention de Kirzner 2- Le modèle effectual de Sarasvathy (Théorie de l'effectuation) 3- Contingency theories 4- Behavioral entrepreneurship Theory</p>	6
<p>Chapitre 5 : La création d'entreprise</p> <p>1- Les modalités de création 2- Le business plan 3- Le business model (le modèle d'Osterwalder) 4- L'écosystème entrepreneurial en Algérie</p>	9 +
<p>Études de cas BM en TD</p>	6
TOTAL	45H

Modalités d'évaluation

Contrôle continu :

- Évaluation sur table
ou
- Travail de recherche en groupe (ex : dossiers de recherche sur les organismes de soutien à l'entrepreneuriat en Algérie)

Examen terminal :

- Écrit sur table
ou
- Projet de création d'entreprise avec présentation orale (en groupe)

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	إدارة الجودة <i>Management de la qualité</i>	اسم المقياس
--------------------	---	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom &Prénom	د. جنادي ليدية <i>Dr. DJENNADI Lydia</i>	الاسم
Les heures de consultations	02 heures par semaine	الساعات المكتبية

I. Objectifs du cours أهداف المقياس

Ce cours permet aux étudiants de se familiariser avec les concepts qualité. Il a pour objectif de :

- Sensibiliser les étudiants à la qualité.
- Comprendre l'intérêt des entreprises pour les démarches qualité
- Faire connaissance des différents outils et méthodes de la qualité.
- Faire connaître les étapes importantes de la mise en place d'un système de management de la qualité et la préparation de l'entreprise à la certification

II. Les résultats de l'apprentissage المخرجات التعليمية

A l'issue de cette formation, les étudiants seront à même à :

- Définir les concepts qualité et bien faire la différence entre les trois démarches qualité
- Maitriser les différents outils qualité
- Maitriser les étapes de mise en place d'un SMQ

III. Contenu du module محتوى المقياس

Numéro de la semaine	Contenu du module	Volume horaire hebdomadaire
01	Activité Brise-Glace	03h
02	Introduction au management	03h
03	Introduction à la qualité (Qualité, historique, évolution, objectifs, enjeux,...)	03h
04	Les outils qualité	03h
05	Les outils qualité (Suite)	03h

06	Le management de la qualité et ses principes	03h
07	Le management de la qualité et ses principes (Suite)	03h
08	Le système de management de la qualité	03h
09	La famille ISO 9000	03h
10	Présentation des travaux des étudiants	03h
11	Démarche de mise en œuvre de la qualité	03h
12	Démarche de mise en œuvre de la qualité (Suite)	03h
13	Retour d'expérience et perspectives professionnelles avec la présence de professionnels en cours	03h

IV. Méthodes d'évaluations طرق التقييم

Examen Final	الدرجات % 60	الاختبارات: الامتحان النهائي
Test & Exposés	% 40	بحوث & أعمال تطبيقية، دراسة حالات، موضبة

V. Etudes de cas et exposés أعمال تطبيقية - بحوث & أعمال تطبيقية

- ⇒ Etudes de cas
- ⇒ Exercices et applications
- ⇒ Travaux de groupes
- ⇒ Jeux sérieux
- ⇒ Simulations
- ⇒ Exposés

VI. Ressources et références bibliographiques مصادر التعلم

Claude, P (2015), *10 clés pour réussir sa certification ISO 9001 : 2015*, Edition AFNOR, Paris

Deming, W. E (1998), *Qualité la révolution du management*, édition ECONOMICA, Paris.

Document de l'organisation internationale de normalisation ISO : système de management de la qualité – Exigences : ISO 9001/2015

Gillet-Goinard, F., Seno, B. (2016). *La boîte à outils du Responsable Qualité*. Dunod

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	Informatique3- NVivo	اسم المقياس
--------------------	----------------------	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom &Prénom	د.ناصر لنبني Dr.NACER Loubna	الاسم واللقب
Les heures de consultations	03 heures par semaine	الساعات المكتبية

I. Objectifs du cours أهداف المقياس

Ce cours a pour objectif d'initier l'étudiant à l'utilisation du logiciel NVivo pour l'analyse de données qualitatives, en lui fournissant un cadre méthodologique rigoureux ainsi qu'un ensemble d'outils permettant d'organiser, de coder et d'interpréter efficacement des données textuelles et multimédias dans le cadre de projets de recherche.

II. Les résultats de l'apprentissage المخرجات التعليمية

À l'issue de ce cours, les étudiants devront être capables de :

1. Comprendre les Fondamentaux de l'Analyse Qualitative

- Identifier les principes de l'analyse qualitative et les types de données adaptées à NVivo (entretiens, observations, documents, médias, etc.).
- Expliquer comment NVivo facilite l'organisation, l'exploration et l'interprétation des données textuelles.

2. Gérer et Organiser des Données dans NVivo

- Importer, organiser et classer différentes sources de données dans le logiciel.

- Structurer l'information en utilisant les nœuds, cas et attributs.

3. Appliquer des Techniques de Codage et de Catégorisation

- Utiliser la méthode de codage manuel pour structurer l'analyse.
- Créer et gérer des nœuds thématiques pour extraire les idées clés des données.

4. Réaliser des Analyses et des Visualisations

- Exploiter les requêtes NVivo (recherche textuelle, codage, etc.) pour explorer les données.
- Générer des représentations visuelles comme des nuages de mots, synapsies, matrices à condensés.
- Appliquer des méthodes d'analyse de contenu et d'analyse thématique.

5. Exporter et Communiquer les Résultats

- Produire des rapports analytiques, graphiques et tableaux exploitables pour une publication ou une présentation.
- Intégrer NVivo dans un processus de recherche plus large avec d'autres outils analytiques (SPSS, Excel, etc.).

Ces compétences permettront aux étudiants d'exploiter efficacement NVivo pour analyser des données qualitatives et mener des recherches approfondies.

III. Contenu du module محتوى المقياس:

Numéro de la semaine	Contenu du module	Volume horaire hebdomadaire
01	Les fondements de la recherche qualitative Présentation du logiciel NVivo	03h
02	Analyse descriptive L'encodage	03h
03	L'approche lexicale	03h


04	L'approche linguistique	03h
05	La cartographie cognitive	03h
06	L'analyse thématique Test	03h

IV. Méthodes d'évaluations طرق التقييم

Examen Final	% 60	الامتحان النهائي
Travail collectif, présence, participation et un test sur machine.	% 40	عمل جماعي، حضور، مشاركة، تاست

V. Ressources et références bibliographiques

- **Bazeley, P., & Jackson, K. (2013).** *Qualitative Data Analysis with NVivo* (2^e édition). SAGE Publications.
- **Silver, C., & Lewins, A. (2014).** *Using Software in Qualitative Research: A Step-by-Step Guide* (2^e édition). SAGE Publications.
- **Hilal, A. H., & Alabri, S. S. (2013).** *Using NVivo for Data Analysis in Qualitative Research*. International Interdisciplinary Journal of Education, 2(2), 181-186.

 <p>Ecole Nationale Supérieure de Management-Koléa</p>		<p>المدرسة الوطنية العليا للمناجمت القلبية</p>
--	--	--

الفصل الدراسي : السداسي الثاني
السنة الجامعي 2024-2025:

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	التحرير الإداري Rédaction administrative	اسم المقياس
الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	بوكريطة نوال Bokreta Naoual	الاسم
Les heures de consultations	03 heures par semaine	الساعات المكتبية

• المقاييس أهداف Objectifs du cours

- ▶ connaître les règles du style administratif.
- ▶ Connaître les différents textes administratifs et leurs caractéristiques.
- ▶ maîtriser les techniques de rédaction permettant d'élaborer et de rédiger des documents administratifs clairs, auxquels on a envie de répondre
- ▶ apprendre à évaluer leurs propres écrits administratifs

II. Les résultats de l'apprentissage التعليمية المخرجات

À l'issue de ce cours, les étudiants devront être capables de :

1. Comprendre les principes fondamentaux de la rédaction administrative

- Définir et expliquer les concepts clés de la rédaction administrative.
- Identifier les objectifs et les enjeux des documents administratifs.

2. **Maîtriser les techniques de rédaction formelle**

- Rédiger des documents administratifs clairs, concis et structurés.
- Appliquer les règles de grammaire, de syntaxe et de style spécifiques à la communication administrative.

3. **Utiliser les formats et modèles appropriés**

- Connaître et reproduire les structures standard des différents types de documents (lettres, mémorandums, rapports, procès-verbaux, etc.).
- Adapter le format des documents en fonction du contexte et des destinataires.

4. **Produire des correspondances administratives efficaces**

- Rédiger des lettres et courriels professionnels respectant les normes et protocoles administratifs.
- Gérer efficacement le ton et la terminologie pour différentes situations administratives.

5. **Élaborer des rapports et des documents décisionnels**

- Rédiger des rapports administratifs clairs, analytiques et orientés vers la prise de décision.
- Préparer des comptes rendus et procès-verbaux précis.

6. **Respecter les normes éthiques et légales**

- Appliquer les règles de confidentialité et d'éthique dans la rédaction administrative.
- Assurer la conformité des documents administratifs aux lois et règlements en vigueur.

III. Contenu du module *محتوى المقياس*

Numéro de la semaine	Contenu du module	Volume horaire hebdomadaire
01	Introduction à l'administration et la communication –test des prérequis-	03h
02	Généralités sur la rédaction administrative	03h
03	-La lettre administrative -Les objectifs des lettres administratives -Les éléments de la lettre administrative	03h
04	-Les éléments essentiels dans la rédaction administrative -Les formules d'édition administrative	03h
05	-Types de délégation de signature	03h

06	Les types des documents administratifs	03h
07	Test	1h 30
		19h 30 min

IV. Méthodes d'évaluations طرق التقييم

	الدرجات	الاختبارات:
Examen Final	60 %	الامتحان النهائي
Test, travail à remettre et mini-projets pratiques	40 %	بحوث & أعمال فردية، مواضبة، مشاركة

بحوث & أعمال تطبيقية V. exposés et cas de Etudes

Les TD et les travaux pratiques sont répartis entre des travaux individuels, des travaux de groupe (projet)

VI. Ressources et références bibliographiques مصادر التعلم

- AMMARI ALI, La Rédaction Administrative, , ancien Moniteur de comptabilité, Adjoint Administratif et Financier, Directeur de CFPA, Inspecteur administratif et Financier, et Directeur de Wilaya.
- Dalila Bérass , COMMUNICATION ET REDACTION ADMINISTRATIVE, UNIVERSITE D'ORAN 2
- F.Delval La lettre administrative, catégorie , La documentation française.
- Pierre Verdier Guide pratique de la correspondance administrative, , Éditions Berger-Levrault.
- Salon et Savignac, Note administrative, résumé de texte, , Éditions Sirey, Collection «Notions essentielles»
- Yolande Ferrandis , LA RÉDACTION VENDUS ADMINISTRATIVE EN PRATIQUE 2019 , Edition EYROLLES, Germain
- د. بلخضر كريمة، التحرير الإداري، جامعة الجزائر 3، 2021./2020
- علي مميش، رزاق العربي، التحرير الإداري، 2010
- ج. سالم، التحرير الإداري و تقنيات اعداد النصوص القانونية، المدرسة الوطنية للمناجنت وإدارة الصحة، نوفمبر 2017-جويلية 2018.
- فريوة نرجس، محاضرات في مقياس التحرير الإداري، جامعة علي لونيبي، البلدة 2، 2022/2021.
- فنيات التحرير الإداري، مطبوعة دروس ومحاضرات، جامعة الجزائر 3، 2020/2019
- قاضي عمر، التحرير الإداري، المدرسة الوطنية العليا للمناجنت.

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	نظريات المنظمات <i>Theories des organisations</i>	اسم المقياس
--------------------	--	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	سيد علي ملود <i>MELLOUD Sidali</i>	الاسم
Les heures de consultations	02 heures par semaine	الساعات المكتبية

I. Objectifs du cours أهداف المقياس

1^{er} objectif : pédagogique (acquérir des connaissances)

L'enseignement de cette matière permettra de décliner à travers un certain nombre de thématiques, les principaux travaux de la discipline. Connaître ses grands auteurs, ses théories et ses concepts. Il s'agit de bien comprendre la vie des organisations et des institutions (passer de la technique proprement dite au facteur humain).

2^{ème} objectif : pratique (mettre en pratique les connaissances)

Permettre aux « Futurs » professionnels des organisations (ou en entreprise), d'appliquer les connaissances acquises dans la gestion de situations et/ ou de problèmes, rencontrés en milieu organisationnel (Professionnel).

3^{ème} objectif : pragmatique : Réussir son évaluation

Pour ce faire il faut demeurer sérieux, concentrés et appliqués dans son travail.

II. Les résultats de l'apprentissage المخرجات التعليمية

À l'issu du cours l'étudiant devra être capable de :

- Assimiler pleinement la signification et l'impact des concepts étudiés.
- Observer attentivement et identifier les dynamiques organisationnelles récurrentes.
- Élaborer des solutions adaptées pour surmonter les crises pouvant menacer la pérennité des organisations.
- Anticiper et concevoir des stratégies de changement afin d'assurer une transition fluide et efficace.

- Comprendre et maîtriser les dimensions matérielles (technologies, automatisation, intelligence artificielle, etc.) et immatérielles (comportements humains, perceptions, attentes, etc.) qui influencent le fonctionnement des organisations.

III. Contenu du module محتوى المقياس :

Numéro de la semaine	Contenu du module	Volume horaire hebdomadaire
01	Introduction au module : Généralités sur l'organisation, le management et les théories des organisations. <ul style="list-style-type: none"> • Définitions • Contexte et histoire de la discipline 	03h
02	École Classique: Frederick Taylor/ Henry Ford	03h
03	École classique : Henri Fayol et Max Weber	03h
04	École des relations humaines : Elton Mayo et les expériences à la W.E.C (Hawthorne)	03h
05	Théories des besoins et de la motivation : /Abraham Maslow / Frederick Herzberg/ Douglas Mc Gregor/ Kurt Lewin / Rensis Likert, Vroom V.H, Chris Argyris etc.	3h
06	École de la contingence : Joan Woodward/ Tom Burns et G.M Stalker	3h
07	École de la contingence : Paul Roger Lawrence et Jay William Lorsch/ Henri Mintzberg	3h
08	Théorie de la décision : H.A. Simon / C. Linblom	3h
09	L'approche sociologique : L'analyse systémique et stratégique. Michel Crozier et Erhard Freiberg	3h
10	L'approche systémique : Norbert Wiener/ Herbert Simon/ Stafford Beer	3h
11	L'école néo-classique : Alfred Sloan/Géliner Octave/ Peter Drucker / Renault Sain Saulieu	3h
12	L'approche culturelle	3h
13	Les théories économiques : Berle et Means/ Alchian et Demsetz,	3h
14	Les théories économiques : Jensen ET Meckling/ Williamson	3h
15	Interrogation Correction de l'interrogation	3h
16	Examen final	3h
		48h

IV. Méthodes d'évaluations طرق التقييم


	<u>الدرجات</u>	<u>الاختبارات:</u>
Examen Final	% 60	الامتحان النهائي
Test & Exposés	% 40	بحوث & أعمال تطبيقية، دراسة حالات، موضبة

V. Etudes de cas et exposés بحوث & أعمال تطبيقية

Études de cas dans le domaine des théories des organisations, analyse de documents et travaux de groupes.

VI. Ressources et références bibliographiques non exhaustives مصادر التعلم

- Taylor, F. W. (1911). The Principles of Scientific Management. Harper & Brothers .
- Fayol, H. (1916). Administration industrielle et générale. Dunod .
- Weber, M. (1922). Économie et société. Plon .
- Barnard, C. I. (1938). The Functions of the Executive. Harvard University Press .
- March, J. G., & Simon, H. A. (1958). Organizations. Wiley .
- Burns, T., & Stalker, G. M. (1961). The Management of Innovation. Tavistock .
- Lawrence, P. R., & Lorsch, J. W. (1967). Organization and Environment. Harvard Business School .
- Mintzberg, H. (1979). The Structuring of Organizations. Prentice Hal.
- Simon, H. A. (1947). Administrative Behavior: A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organizations. Macmillan.
- Child, J. (1972). Organizational Structure, Environment, and Performance. Sociology, 6(1), 1-22 .
- Hatch, M. J. (1997). Organization Theory: Modern, Symbolic, and Postmodern Perspectives. Oxford University Press .
- Crozier, M. (1977). L'acteur et le système. Seuil .
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. American Sociological Review, 48(2), 147-160 .
- Scott, W. R. (2008). Institutions and Organizations: Ideas and Interests. Sage .
- Morgan, G. (1986). Images of Organizations. Sage .
- Bourdieu, P. (1994). Raisons pratiques : Sur la théorie de l'action. Seuil .
- Faraj, S., Pachidi, S., & Sayegh, K (2018). Working and organizing in the age of the learning algorithm*. Information and Organization, 28(1), 62-70 .
- Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial Intelligence for the Real World. Harvard Business Review .

 <p>Ecole Nationale Supérieure de Management-Koléa</p>		<p>المدرسة الوطنية العليا للمناجمت القلبية</p>
--	--	--

الفصل الدراسي : السادس الثاني
السنة الجامعية 2025/2024:

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	تكنولوجيا الاعلام والاتصال داخل المؤسسة TIC dans l'organisation	اسم المقياس
الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom &Prénom	بوكريطة نوال Bokreta Naoual	الاسم
Les heures de consultations	03 heures par semaine	الساعات المكتبية

• المقياس أهداف Objectifs du cours

Ce cours vise à initier les étudiants au rôle des TIC dans les organisations, en mettant l'accent sur leur impact sur la performance, la gestion de l'information et la prise de décision. Il aborde les outils numériques, les enjeux liés à leur intégration (comme la cybersécurité et la transformation numérique), et développe des compétences pratiques pour une utilisation efficace et éthique des TIC en milieu professionnel.

II. Les résultats de l'apprentissage التعليمية المخرجات

À l'issue de ce cours, les étudiants devront être capables de :

1. **Comprendre le rôle stratégique des TIC** dans les organisations et leur impact sur les performances opérationnelles.

2. **Identifier et utiliser les principaux outils et systèmes TIC** (logiciels, plateformes collaboratives, ERP, CRM, etc.) pour répondre aux besoins organisationnels.
3. **Analyser et optimiser les processus organisationnels** grâce aux technologies numériques.
4. **Gérer l'information de manière efficace**, en utilisant les outils appropriés pour le stockage, le traitement et la communication des données.
5. **Évaluer les enjeux et les risques liés à l'intégration des TIC**, notamment en matière de cybersécurité et de transformation numérique.
6. **Adopter des pratiques éthiques et responsables** dans l'utilisation des technologies au sein d'une organisation.
7. **Collaborer efficacement dans un environnement numérique**, en utilisant des solutions TIC pour le travail d'équipe et la gestion de projets.

III. Contenu du module محتوى المقياس:

Numéro de la semaine	Contenu du module	Volume horaire hebdomadaire
01	Généralités sur les TIC	03h
02	Suite de Généralités sur les TIC	03h
03	L'information ? Typologie de l'information Qualités de l'information	03h
04	L'entreprise comme un système	03h
05	Le système d'information	03h
06	Dimension technologique des systèmes d'information	03h
07	Les solutions intégrées	03h
08	ERP	04h

09	CRM	03h
10	TIC et changement organisationnel	04h
11	La résistance de changement	03h
12	La conduite du changement	03h
13	Synthèse et évaluation Récapitulatif des principaux concepts étudiés. - Questions/réponses.	03h
14	Test	1h 30
		H 30 m 42

IV. Méthodes d'évaluations طرق التقييم

	<u>الدرجات</u>	<u>الاختبارات:</u>
Examen Final	60 %	الامتحان النهائي
Test, travail à remettre et mini-projets pratiques	40 %	بحوث & أعمال تطبيقية، دراسة حالات، مواضبة

بحوث & أعمال تطبيقية V. exposés et cas de Etudes

Les TD et les travaux pratiques sont répartis entre des études de cas et des travaux de groupe (projet) et des ateliers.

VI. Ressources et références bibliographiques مصادر التعلم

- Coulon, Robert Mercier, Samuel, L'impact des TIC sur le travail et la gestion des compétences : le point de vue des RRH, Edition Gestion 2000, 2002
- Lerouge, Loïc Felio, Cindy, Les cadres face aux TIC : Enjeux et risques psychosociaux au travail, Edition L'Harmattan, 2015

- Walsh, Isabelle Kalika, Michel Dominguez-Péry, Carine, Les grands auteurs en systèmes d'information, Edition EMS Editions, 2018
- Auteur: des technologies, Académie, Impact des TIC sur la consommation d'énergie à travers le monde Ed, Edition EDP Sciences, 2016
- Taksin, Laurent, Télétravail et organisation, les mythes d'une success story, Edition Gestion 2000, 2003
- Benghozi, Pierre-Jean Technologies de l'information et organisation : de la tentation de la flexibilité à la centralisation, Edition Gestion 2000, 2001
- Riccio, Pierre-Michel Bonnet, Daniel TIC et innovation organisationnelle : Journées d'étude MTO'2011 Ed. 1, Edition Presses des Mines, 2015
- Veira, Lise Pinède, Nathalie, Stratégies du changement dans les systèmes et les territoires : Enjeux et usages des technologies de l'information et de la communication, Edition MSHA Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 2010

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	بحوث العمليات 02 Recherche Opérationnelle 02	اسم المقياس
--------------------	---	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	Dr. BOUAMAMA Abd Ellah	الاسم
Les heures de consultations	02 heures par semaine	الساعات المكتبية

I. أهداف المقياس Objectifs du cours

Ce cours approfondit les concepts avancés de la Recherche Opérationnelle, avec une application aux problèmes complexes d'optimisation et de prise de décision dans des domaines tels que la logistique, la gestion de projets et l'analyse d'efficience.

II. المخرجات التعليمية Les résultats de l'apprentissage

À l'issue de ce cours, les étudiants seront capables de :

1. Comprendre la dualité en programmation linéaire et l'utiliser pour analyser les solutions optimales.
2. Analyser l'impact des variations de paramètres grâce à l'analyse de sensibilité.
3. Planifier et ordonnancer des projets en optimisant les ressources et en respectant les délais.
4. Résoudre des problèmes de transport pour minimiser les coûts logistiques.
5. Utiliser l'Analyse de l'Enveloppement des Données (DEA) pour évaluer l'efficience relative des unités décisionnelles.

III. Contenu du module محتوى المقياس:

Numéro de la semaine	Contenu du module	Volume horaire hebdomadaire
01	Introduction à la dualité en programmation linéaire	03h
02	Formulation et interprétation économique du problème dual	03h
03	Analyse de sensibilité et impact des variations des paramètres	03h
04	Introduction à l'ordonnancement de projets (PERT, CPM)	03h
05	Ordonnancement avec ressources limitées	03h
06	Test intermédiaire (1h) + Exercices d'application (2h)	03h
07	Problèmes de transport : formulation et méthodes classiques	03h
08	Optimisation avancée des problèmes de transport	03h
09	Études de cas en transport et applications informatiques	03h
10	Introduction à l'Analyse de l'Enveloppement des Données (DEA)	03h
11	Modèles DEA : CCR, BCC et interprétation des résultats	03h
12	Études de cas DEA et mise en œuvre informatique	03h
13	Test final (1.5h) + Correction et révision générale (1.5h)	03h

IV. Méthodes d'évaluations طرق التقييم

	الدرجات	الاختبارات:
Examen Final	% 60	الامتحان النهائي
Test, travail à remettre et mini-projets pratiques	% 40	بحوث & أعمال تطبيقية، دراسة حالات، موضبة

V. Etudes de cas et exposés بحوث & أعمال تطبيقية

- Travaux dirigés : Des séances de travaux dirigés seront organisées pour permettre aux étudiants de mettre en pratique les concepts théoriques abordés en cours, à travers des exercices pratiques.
- Études de cas : Des études de cas réels seront présentées aux étudiants pour illustrer l'application des concepts théoriques à des situations concrètes rencontrées dans divers domaines professionnels, tels que la logistique, la finance et la gestion de projet.

VI. Ressources et références bibliographiques مصادر التعلم

- Des documents de cours complets seront disponibles, comprenant des présentations, des notes de cours détaillées et des exemples pratiques.
- Nakhla, M., & Moisdon, J. C. (2010). Recherche opérationnelle : Méthodes d'optimisation en gestion. Presses des MINES.
- Charnes A., Cooper W. W., Rhodes E. (1978), Measuring the Efficiency of Decision-Making Units. European Journal of Operational Research.

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	إعلام آلي 1 Informatique1- SPSS	اسم المقياس
--------------------	------------------------------------	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	د. ناصر لبنى Dr. Nacer Loubna	الاسم
Les heures de consultations	ساعة (02) في الأسبوع	الساعات المكتبية

I. Objectives du cours

Les objectifs de ce module sont :

- Présenter à l'étudiant les différents concepts de base de l'analyse des données comme introduction du module (la population, l'unité statistique, l'échantillon, l'échantillonnage, les types des variables, etc.);
- Connaître le logiciel SPSS;
- Comprendre l'importance et l'utilité du logiciel;
- Maîtriser certaines applications d'analyse univariée;
- Permettre l'interprétation des sorties des traitements des données et la prise de décisions.

II. Les résultats de l'apprentissage

À la fin de ce module, l'étudiant devrait être capable de:

- Reconnaître les concepts de base de l'analyse des données;
- Acquérir les compétences nécessaires pour faire l'analyse univariée des données, en commençant par la saisie des données dans le logiciel jusqu'à leur traitement et l'interprétation des résultats;
- Déterminer les différents types de tests statistiques et choisir les tests appropriés en fonction du type des données dont dispose l'étudiant.

Contenu du module

Nombre de semaine	Les axes du module	VH
01	1- Introduction à l'analyse statistique des données	03
02	2- Introduction au logiciel SPSS	03
03	3- La codification des données	03
04	4- Analyse descriptive et statistiques sous forme de graphiques	03
	Evaluation	
05	5- Test des hypothèses	03
06	6- Test de comparaison entre deux échantillons indépendants/ non indépendants	03
07	7- Test d'analyse de la variance	03
	Evaluation	
		21

IV-Méthodes d'évaluations		
	<u>الدرجات</u>	<u>الاختبارات:</u>
Exa partiel 01	% 20	التقييم الفصلي 01
Exa partiel 02	% 20	التقييم الفصلي 02
Examen Final	% 60	الامتحان النهائي

vii – Des references bibliographiques:

- 1- Stafford Jean et Bodson Paul, « l'analyse multivariée avec SPSS », Presse de l'université du Québec, 2006
- 2- Zhend Lili et Plaisent Michel et Zuccaro Cataldo, « l'analyse des données de sondage avec SPSS : un guide d'introduction », presses de l'université du Québec, 2018
- 3- Michel Plaisent et autres, « Introduction à l'analyse des données de sondage avec SPSS », Presses de l'Université du Québec, Canada, 2009
- 4- Pierre Ghewy, « guide pratique de l'analyse de données : avec applications sous IBM SPSS statistics et Excel », boeck, Belgique, 2010



Syllabus du Cours : Droit des Affaires

Slimani O .F

Destiné aux étudiants de la spécialité Management Marketing ENSM.

- **Objectifs du Cours :**

Ce cours vise à fournir aux étudiants une compréhension des principes fondamentaux du droit des affaires, en mettant l'accent sur une introduction au droit, les obligations ainsi que les règles juridiques qui régissent les acteurs de la vie économique, précisément le commerçant personne physique & morale, les actes de commerce, le registre du commerce...etc. Les étudiants seront également initiés aux aspects pratiques du droit des affaires, notamment la gestion des risques juridiques, la protection des consommateurs, et les responsabilités des managers dans un contexte commercial.

Si la mission du marketeur est de réaliser un grand nombre de vente et bénéfiques le droit intervient pour encadrer ses activités, produits et droits des consommateurs.

Plan du Cours :

- **Introduction au Droit des Affaires**
- **Définition et importance du droit des affaires**
 - Le droit comme ensemble de règles juridiques.
 - La règle de droit : généralité, abstraction, et sanction.
 - Les sources du droit : constitution, lois, jurisprudence, doctrine, coutumes.
- **La Théorie Générale des Obligations**
- **Définition et importance des obligations**
 - L'obligation comme lien de droit.
 - Les sources des obligations : loi, contrat, fait juridique.
- **Classification des obligations**
 - Obligation de résultat, de moyens, et de sécurité.
 - Les actes juridiques unilatéraux et bilatéraux.
- **Source de l'obligation : Les contrats**
 - Définition et conditions de validité : consentement, capacité, objet, cause.
 - Les effets des contrats : exécution, nullité, résolution.
- **L'évolution du droit commercial au droit des affaires**
 - Du droit commercial au droit des affaires : historique et contexte.
 - Les acteurs de la vie économique : commerçants, artisans, agriculteurs, professionnels libéraux.
 -
- **Les acteurs de la vie économique**
 - Le commerçant.
 - Les actes de commerce.
 - La tenue des livres de commerce.
- **Le Registre du Commerce et les Obligations des Commerçants**
- **L'inscription au registre du commerce**
 - Les modalités d'inscription : documents requis, délais.
 - Les sanctions en cas de défaut d'inscription.
- **Les obligations des commerçants**
 - La publicité légale : immatriculation, publication au BOAL.
 - Les incompatibilités et déchéances : interdictions d'exercer le commerce.

- **Les Sociétés**
- **La constitution et la gestion des sociétés**
 - Les formalités de création : acte authentique, immatriculation au registre du commerce.
 - L'administration et la gestion des sociétés : rôles des associés et des gérants.
- **Les différents types de sociétés**
 - Société en nom collectif (SNC).
 - Société à responsabilité limitée (SARL).
 - Société à responsabilité limitée unipersonnelle (EURL)
 - Société par actions (SPA).
 - Société par action simplifiée (SPAS) (dédié aux startups)
- **La fin des sociétés**
 - Dissolution et liquidation des sociétés.
 - Les causes de dissolution : expiration, réalisation de l'objet, décès d'un associé.
- **Les Pratiques Commerciales**
- **La transparence des pratiques commerciales**
 - Information des clients : prix, tarifs, conditions de vente.
 - La facturation et les obligations légales.
- **La loyauté des pratiques commerciales**
 - Pratiques commerciales illicites, frauduleuses, et déloyales.
 - Les clauses abusives dans les contrats.
- **La protection des consommateurs**
 - Les droits des consommateurs : information, sécurité, recours.
 - Les pratiques commerciales interdites : refus de vente, ventes liées.
- **Les Infractions et Sanctions en Droit des Affaires**
- **Les infractions commerciales**
 - Pratiques illicites, frauduleuses, et déloyales.
 - Les sanctions pénales et civiles.
- **Les sanctions en cas de non-respect des obligations légales**
 - Amendes, fermeture administrative, radiation du registre du commerce.

Méthodologie d'Enseignement :

- **Cours magistraux** : Présentation des concepts théoriques et des règles juridiques.
- **Études de cas** : Analyse de situations réelles et de jurisprudence de la cours suprême algérienne.

- **Travaux dirigés** : Exercices pratiques sur la rédaction de contrats, l'analyse de clauses, et la gestion des risques juridiques pour réduire les couts et éviter les contentieux.
-

Évaluation :

- **Contrôle continu** : Participation en classe, travaux dirigés, discipline et assiduité (40%).
 - **Examen final** : Épreuve écrite portant sur l'ensemble du cours (60%).
-

Références :

- **Textes législatifs** : Code de commerce, Code civil, Constitution algérienne.
 - **Ouvrages de référence** :
 - "Droit des affaires" par Jean-Pierre Le Gall.
 - "Droit commercial général" par Michel Germain.
 - Cours de l'éminent Professeur de Droit Pr **Berchiche**
 - **Articles et jurisprudence** : arrêts de la Cour suprême et cas vécus de contentieux devant les tribunaux.
-

Compétences Acquisées :

À l'issue de ce cours, les étudiants seront capables de :

- Comprendre et appliquer les principes fondamentaux du droit des affaires.
 - Identifier et gérer les risques juridiques dans un contexte commercial.
 - Protéger les droits des consommateurs et assurer la loyauté des pratiques commerciales.
 - Se conformer à la législation et réglementation en vigueur
 - Analyser et rédiger des contrats commerciaux.
-

Ecole Nationale Supérieure de Management
Master : Management e-gouvernement
Module: Management de projets



1. Information générale sur le cours

Le cours de management de projets est essentiel pour les étudiants car il leur permet d'acquérir des compétences pratiques et stratégiques nécessaires à la gestion efficace de projets dans divers secteurs. En comprenant les méthodologies, outils et techniques de gestion, les étudiants peuvent mieux anticiper les défis, coordonner les ressources et mener à bien des projets complexes. Cela les prépare à des rôles de leadership dans un environnement professionnel de plus en plus exigeant.

Intitulé : Management de projets

Prénom et Nom de l'enseignant : Dr. YASMINE KRIM

Grade académique de l'enseignant : Maitre de conférences B

Email: y.krim-ens@ensmanagement.edu.dz

2. Contenu du cours :

Séances	Thème	Activités
1.	- Introduction Générale au management de projet (qu'est-ce qu'un projet, la définition du management de projets, les frontières d'un projet)	- Activités en sous-groupes + exposés
2.	Le lancement du projet	-Activités en sous-groupes + présentation

		Activité en sous –groupes + exposés
3.	Le cycle de vie du projet	
4.	Les acteurs du projet (gestion des relations organisationnelles au sein de l'équipe du projet.)	-Activité en sous-groupe : Les problèmes de constitution d'une équipe de projet – étude de cas- + exposé
5.	-La méthode PERT - La matrice RACI -Le diagramme de Gantt	Exercice sur les différentes matrices et outils de planification de projets + Exposé
6.	-La planification du projet	-Exercices sur l'ordonnement du projet avec la méthode PERT.
7.	L'exécution du projet	Travail en sous-groupes : Conditions de réussite d'un appel d'offre.
		Exposé
8.	La gestion des relations partenariales	Etude de cas sur les relations avec les partenaires + exposé
9.	Surveillance et maîtrise du projet	Exercice sur la mesure de l'avancement du projet
10.	La clôture du projet	Travail en sous groupes sur les conditions de réussites d'une mission d'audit et de contrôle
11.	Le projet et la question du risque	Travail en sous groupes pour déterminer les risques du projet
12.	La question de la qualité en Management de projet	Etude de cas sur la qualité

3. Modalités d'évaluation

- Evaluation continue: 40 %
- Examen final: 60 %

4. Références Bibliographiques :

- • **Ourgeois, D.** (2023). *Management de projet : Approche pratique et méthodologique*. Dunod.
- **Garel, G.** (2024). *Gestion de projet : Une approche par les processus* (2e éd.). Eyrolles.
- **Schneider, P., & Léger, P.** (2023). *Le management de projets en mode agile* (3e éd.). Vuibert.
- **Meskhi, R., & Louart, M.** (2023). *Le guide du management de projet* (6e éd.). Pearson.
- **Petit, M., & Garrault, J.** (2024). *Réussir un projet avec la méthode PRINCE2* (4e éd.). Editions EMS.
- **Dufresne, M., & Leclerc, L.** (2024). *Management de projet : De la théorie à la pratique* (3e éd.). Presses Universitaires du Québec.
- **Lemoine, P.** (2023). *Les fondamentaux du management de projet* (5e éd.). Groupe Eyrolles.
- PMI , Guide du corpus des connaissances en Management de projet , quatrième édition , 2008.

Syllabus خطة المقرر

Intitulé du module	الإدارة المالية و المحاسبية Management Financier et comptable	اسم المقياس
--------------------	--	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	الأستاذ: عثمان مداحي Pr:Atmane MEDDAHI	الاسم
Les heures de consultations	03 heures par semaine	الساعات المكتبية

I. Objectifs du cours أهداف المقياس

- Permettre aux étudiants de comprendre aisément les états financiers.
- Transmettre les bases fondamentales de l'analyse financière à travers les différents outils qui permettent d'apprécier la santé financière de l'entreprise.
- Proposer une méthode pour mener un diagnostic financier global de l'entreprise.

II. Les résultats de l'apprentissage المخرجات التعليمية

À l'issue de ce cours, les étudiants devront être capables de :

1. Comprendre les fondements et les principes de la comptabilité financière.
2. Savoir traiter et enregistrer les différentes opérations de l'exercice comptable.

3. Savoir comment passer de la comptabilité financière à l'analyse financière à travers l'analyse des flux.

4. Maîtriser les outils de l'analyse financière à travers:

- L'analyse de la performance et la rentabilité par l'examen du compte de résultat.
- Le bilan et l'équilibre financier.
- L'analyse de la structure financière par les ratios.
- L'analyse prospective financière.

5. Comprendre la méthodologie du diagnostic financier.

Ces compétences permettront aux étudiants de devenir des acteurs qui maîtrisent l'utilisation de la comptabilité financière et de l'analyse financière.

III. Contenu du module محتوى المقياس:

Numéro de la semaine	Contenu du module	Volume horaire hebdomadaire
01	Introduction a la comptabilité financière.	03h
02	Étapes d'un exercice comptable.	03h
03	Introduction à l'analyse financière.	03h
04	Le rôle générale de l'analyse financière.	03h
05	L'analyse de la performance et la rentabilité par l'examen du compte de résultat. Partie 1: Lire un compte de résultat.	03h
06	L'analyse de la performance et la rentabilité par par l'examen du compte de résultat. Partie 2: Éclairer la prise de décisions par les soldes intermédiaires de gestion.	03h
07	La capacité d'auto financement (CAF).	03h

08	Le bilan et l'équilibre financier . Le bilan fonctionnel.	03h
09	L'analyse de la structure financière par les ratios. Partie 1: Concepts de base.	03h
10	L'analyse de la structure financière par les ratios. Partie 2: - Les ratios de structure financière. - Les ratios d'exploitation.	03h
11	L'analyse de la structure financière par les ratios. Partie 3: - Les ratios de rentabilité. - Les ratios d'avenir. - Les ratios sociaux.	03h
12	L'analyse financière prospective. Le capital immatériel.	03h
13	Méthodologie du diagnostic financier.	03h
14	Epreuve écrite.	03h
		42 H

IV. Méthodes d'évaluations طرق التقييم

	الدرجات	الاختبارات:
Examen Final	% 60	الامتحان النهائي
Test, travail à remettre et mini-projets pratiques	% 40	سلاسل تمارين، امتحان كتابي

V. Études de cas et exposés بحوث & أعمال تطبيقية

Les TD et les travaux pratiques sont répartis entre des exercices de réflexion et d'analyse.

VI. Ressources et références bibliographiques مصادر التعلم

- Christophe Thubierge, Analyse financière, Vuibert (6e édition) 2016 .
- Beatrice et Francis GrandGuillot, L'analyse financière, Gualino (2e édition) 2020-2021.
- Beatrice et Francis GrandGuillot, Exercices d'analyse financière, Gualino (5e édition) 2010-2011.
- Florent Disting, Jean-Pierre Lahill, Analyse financière, Dunod (4e édition) 2013.
- Brahim Aaouid, Analyse et gestion financières, Tome 1: Analyse financière, Imprimerie et Papeterie Nationale, 2017 .

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	نظريات المنظمات <i>Management des ressources humaines</i>	اسم المقياس
--------------------	--	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	د. شفيقة لراس <i>Dr. Chafika LARRAS</i>	الاسم
Les heures de consultations	03t 04 heures par semaine	الساعات المكتبية

1. Objectifs du cours أهداف المقياس

Les étudiants seront en mesure de répondre aux questions suivantes :

- Quels sont les concepts clés du management des ressources humaines ?
- Quel est l'origine du management des ressources humaines, son évolution ses enjeux et sa démarche ?
- Quels sont les objectifs et les missions du management des ressources humaines ?
- Quelle est la différence entre management des RH et la gestion des RH ?
- Quel est l'apport de la planification des ressources humaines dans le management des ressources humaines ?
- Quel est l'apport de système de recrutement dans le management des ressources humaines ?
- Quel est l'apport de la formation dans le management des ressources humaines ?
- Quel est l'apport de la gestion de la carrière professionnelle dans le management des ressources humaines ?
- Quel est l'apport de la communication interne dans le management des ressources humaines ?
- Quel est l'apport de la qualité de vie au travail dans le management des ressources humaines ?
- Quel est l'apport de la gestion des connaissances dans le management des ressources humaines ?
- Quel est l'apport de système d'information des RH dans le management des ressources humaines ?
- Quel est l'apport du tableau de bord des RH dans le management des ressources humaines ?
- Quel est l'apport de l'audit RH dans le management des ressources humaines ?

- Quel est l'apport de la gestion des temps dans le management des ressources humaines ?

II. Les résultats de l'apprentissage *المخرجات التعليمية*

A l'issue de ce module les étudiants :

- Auront acquis des connaissances de base de la GRH
- Arriveront à identifier, et à répondre aux principaux enjeux RH.
- Auront pris connaissance du caractère multidisciplinaire de la fonction RH.
- Auront pris connaissance des outils pratiques de la GRH et de son évolution.
- Auront su comment accompagner les collaborateurs à l'évolution et à la complexité de l'environnement.
- Arriveront à régler des problématiques et cas pratiques posés au niveau de l'entreprise.

III. Contenu du module *محتوى المقياس*

Numéro de la semaine	Contenu du module	Volume horaire hebdomadaire
01	Prise de contact, Présentation sommaire de module Eclairage : les concepts de base en management des ressources humaines (MRH)	03h
02	. .La problématique La fonction des ressources humaines et la démarche (De l'administration des RH au Management des RH) Affectation des exposés	03h
03	La planification des ressources humaines et la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (Définitions, l'importance, les étapes) TD	04h 30
04	Le système de recrutement Définitions (système, recrutement, embauche) Les objectifs du recrutement La démarche du recrutement TD	04h 30

05	<p>Qu'est-ce que c'est une carrière ?</p> <p>Qu'est-ce que c'est la gestion des carrières ?</p> <p>Pourquoi la gestion des carrières est un concept global ?</p> <p>Pourquoi la gestion des carrières est importante ?</p> <p>Quelles sont les stratégies de la gestion des carrières ?</p> <p>Quelles sont ses limites ?</p> <p>TD</p>	04h 30
06	<p>Qu'est-ce que une rémunération ?</p> <p>Rémunération e salaire quelle est la différence ?</p> <p>La définition de la rémunération</p> <p>Défis de la rémunération</p> <p>Le rôle de la rémunération</p> <p>Les composants de la rémunération globale</p> <p>La rémunération et l'équité</p>	04h 30
07	<p>Qualité de vie au travail QVT</p> <p>Pourquoi la qualité de vie au travail ?</p> <p>Qu'est-ce que la qualité de vie au travail ?</p> <p>Quiz sur la QVT .</p> <p>TD</p>	04h 30
08	<p>La communication interne :un outil de management des RH</p> <p>La communication interne : (Définition ,importance)</p> <p>Typologie de la communication interne</p> <p>Objectifs de la communication interne</p> <p>L'apport de la communication interne dans la direction des ressources humaines</p> <p>TD</p>	04h 30
09	<p>Gestion des connaissances</p> <p>Pourquoi la gestion des connaissances KM?</p> <p>Les enjeux et les défis de KM</p> <p>Définition de la connaissance et ses typologies</p> <p>La définition de la gestion des connaissances et sa démarche.</p> <p>TD</p>	04h 30
10	<p>Système d'information en RH</p> <p>Qu'est-ce qu'un SIRH ?</p> <p>Comment le SIRH a-t-il émergé au sein des entreprises ?</p> <p>Quels sont les objectifs du SIRH ?</p> <p>Comment les entreprises bénéficient-elles de l'utilisation d'un SIRH ?</p> <p>Quels avantages présente le SIRH pour l'entreprise ?</p> <p>Quels services sont offerts au sein d'un SIRH ?</p> <p>TD</p>	04h 30
11	<p>Appréciation et évaluation au rendement</p>	04h 30

	Appréciation et évaluation quelle est la différence ? Les étapes de l'évaluation en rendement	
12	Tableau de bord des RH Qu'est-ce que Tableau de bord des RH ? Qu'est-ce qu'un Indicateur ? Caractéristiques d'un Indicateur ? Choix des indicateurs RH Etapes de réalisation d'un tableau de bord TD	04h 30
13	L'audit des ressources humaines Place de l'audit dans la gestion des ressources humaines Les différents audits de la fonction RH TD et Débat Révision	04h 30
14	Test Correction du test	03h
15	Examen final	02H
		55

IV. Méthodes d'évaluations طرق التقييم

	<u>الدرجات</u>	<u>الاختبارات:</u>
Examen Final	% 60	الامتحان النهائي
Test & Exposés	% 40	بحوث & أعمال تطبيقية، دراسة حالات، موضبة

V. Etudes de cas et exposés أعمال تطبيقية

Etudes de cas, exercices de réflexion et analyse, Travaux de groupes (exposés).

VI. Ressources et références bibliographiques مصادر التعلم

- Annick HAEGEL, La boîte à outils des Ressources Humaines, Dunod, Paris 2012.
- Michel Ferrary, Management des ressources humaines, Dunod, 2014.
- Patrice LAROCHE et autres GRH, Théories et nouvelles pratiques de la fonction RH, De BOECK Supérieur, Paris, 2019.
- ARTHUR .R .PELL, Le management, Apprenez à recruter et à fidéliser les Collaborateurs les plus compétents et à obtenir le meilleur de vos équipes.
- Sylvie GURRERO - Les outils des ressources humaines - Les savoir-faire essentiels en Gestion des ressources humaines, 2ème édition, Dunod.
- Bernard MARTORY, Daniel CROSET, gestion des ressources humaine : Pilotage sociale et performances 8ème édition Dunod.
- Alain Meignant : Manuel D'AUDIT du management de RH édition Liaisons

- LOIC cadin, Francis Guérin, Frédérique Pigeyre, DUNOD, Gestion des ressources humaines
- Sid Ahmed Benraouane, étude des concepts, approches et outils développés par les entreprises américaines.
- J.M.PERETTI et collectif « tous DRH », « Tous talentueux », « Tous Responsables«
- LOUIS LEMIRE, GAETAN MARTEL « L'approche systémique de la gestion des RH «
- .
- CHRISTOPHE CARRE, Animer un groupe, leadership, communication et résolution de conflits.
- Alex Mucchelli : Approche systémique dans les organisations
- ATHUR R.PELL Le Management, Apprenez à recruter et à fidéliser les collaborateurs les plus compétents et à obtenir le meilleur de vos équipes
- Cécile DEJOUX, Management et Leadership, DUNOD ,Paris ,2014
- CHRISTOPHE CARRE, Animer un groupe, leadership, communication et résolution de conflits
- Florence Allard-Poesi, Management d'équipe, 3e édition, DUNOD, Paris ,2012
- J.M.PERETTI et collectif « tous DRH », « Tous talentueux », « Tous Responsables »
- Agence Nationale pour l'amélioration des conditions de travail ,outils de la GRH ,guide de la qualité de vie au travail (outils et méthodes pour conduire une démarche de QVT) ,France, édition 2019.

Syllabus خطة المقرر

Intitulé du module	نظريات المنظمات <i>Analyse des données</i>	اسم المقياس
--------------------	---	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom &Prénom	د. موساوي سامية <i>Dr. MOUSSAOUI Samia</i>	الاسم
Les heures de consultations	03heures par semaine	الساعات المكتبية

I. Objectifs du cours أهداف المقياس

A la fin du module l'étudiant sera en mesure de :

- Comprendre l'importance de la statistique en gestion,
- Cerner les divers concepts et outils statistiques de base utilisés en science de la gestion.
- Connaître une variété d'applications provenant principalement du domaine de la gestion, la capacité à interpréter et à analyser les données quantitatives.
- Connaître les techniques statistiques et les outils d'aide à la décision,

II. Les résultats de l'apprentissage المخرجات التعليمية :

Elle repose sur un cours magistral, une série de travaux dirigés et des travaux pratiques

* Le cours magistral est destiné principalement à présenter les concepts et à introduire les Méthodes ;

* Les travaux pratiques sont réservés aux exercices d'applications.

III. Contenu du module محتوى المقياس

Numéro de la semaine	Contenu du module	Volume horaire Hebdomadaire 42H
01	<p align="center">Généralités sur la statistique</p> <p>*Epreuve statistique *population(PS), Individu(US), variable statistique(VS), modalités *Caractère Qualitatif, Quantitatif Exercices d'applications</p>	03h
02	<p align="center">L'échantillonnage 1</p> <p>*Le concept de distribution d'échantillonnage, *Définition de la taille population-mère et échantillon Exercices d'applications</p>	03h
03	<p align="center">L'échantillonnage 2</p> <p>*Méthodes d'échantillonnage : Probabilistes et non Probabilistes Exercices d'applications</p>	03h
04	<p align="center">Présentation des séries statistiques</p> <p>-Présentation tabulaire ; - Présentation graphique. Exercices d'applications</p>	03h
05	<p align="center">Caractéristique des distributions statistiques Uni-variées</p> <p>-indicateur de tendance centrale : Mode, Médiane et Moyenne -indicateurs de distribution : Etendu, Variance, Ecart-type, coefficient de variation. Exercices d'applications</p>	03h
06	<p align="center">CARACTERISTIQUES DES DISTRIBUTIONS STATISTIQUES BIVARIEES</p> <p>-Introduction -Tableau de contingence -Moyennes et variances marginales - Distributions conditionnelles -Moyennes et variances conditionnelles. Exercices d'applications</p>	03h
07	<p align="center">TEST D'INDEPENDANCE DE KHI DEUX 1</p> <p>-Démarche générale d'un test d'hypothèse -Méthodologie de calcul du test de khi-deux Exercices d'applications</p>	03h
08	<p align="center">TEST D'INDEPENDANCE DE KHI DEUX 2</p> <p>- Exemple d'application du test de khi-deux -Test de CRAMER(V). Exercices d'applications</p>	03h
09	<p align="center">L'ajustement linéaire Etude du lien linéaire entre deux variables Quantitatives 1</p> <p>-Nuage des points ; -Covariance ;</p>	03h

	-Coefficient de corrélation -La régression linéaire simple Exercices d'applications	
10	L'ajustement linéaire Etude du lien linéaire entre deux variables Quantitatives 2 -La régression linéaire simple -Exemple d'application du la régression linéaire simple Exercices d'applications	03h
11	MODELE DE REGRESSION LINEAIRE SIMPLE -Présentation du modèle de régression linéaire simple « MRLS » -Estimation du modèle avec la méthode des moindres carres ordinaires « MCO» -Tests de validation du modèle de régression linéaire simple -Prévision à court terme de la variable expliquée YI Exercices d'applications	03h
12	L'ANALYSE DE DONNEES MULTIVARIEES 1 -Analyse en composante principale -Les objectifs de L'ACP -Types de tableaux pouvant être traités par L'ACP Exercices d'applications	03h
13	L'ANALYSE DE DONNEES MULTIVARIEES 2 - Le tableaux de donnée initial -individus et variables supplémentaires -Transformation des données initial -La construction des espaces factoriels Exercices d'applications	03h
14	Test Correction du test	03h

IV. Méthodes d'évaluations طرق التقييم:

	<u>الدرجات</u>	<u>الاختبارات:</u>
Examen Final	60%	الامتحان النهائي
Test& Exposés	40%	بحوث & أعمال تطبيقية، دراسة حالات، موضبة

V. Etudes de cas et exposés أعمال تطبيقية - بحوث & -

Les étudiants seront évalués, à la fois, sur une épreuve théorique et sur les travaux programmés dans le cadre du cours. Le détail de l'évaluation est présenté dans le tableau qui suit.

VI. Ressources et références bibliographiques بمصادر التعلم

- *KHALED KHALDI,(2000): Méthodes Statistiques et Probabilités, CASBAH
- *JEAN-PIERRE LECOUTRE, (2012): statistique et probabilités (Cours et exercices corrigés), DUNOD
- *MAURICE LETHIELLEUX, (2016) : statistique descriptive en 27 fiches, DUNOD
- *MAURICE LETHIELLEUX, (2012): exercices de statistique et probabilités avec rappels de cours en 12 fiches, DUNOD
- *DUTHIL, G et D.VANHAECKE. Les statiques descriptives appliquées à l'économie de l'entreprise, Ed. Harmattan, Paris, 1990.
- *GIARD,V. Statistique descriptive pour les gestionnaires, ECONOMICA, Paris, 1995,
- *R.I. LEVIN, D.S. RUBIN, Statistics for Management, Prentice Hall, London, 1998,
- *LIND, DOUGLAS A ET AL. (2007) . Méthodes statistiques pour les sciences de la gestion, Montréal, CHENELIERE Mc GRAW-HILL.
- *GIARD V. (2003), Statistique appliquée à la gestion, ECONOMICA.
- *SPIEGEL M., SCHILLER, J., STRINIVASAN A. (2002): Probability and Statistics, 2nd ed., McGraw-Hill.

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	الادارة الاستراتيجية <i>Management stratégique</i>	اسم المقياس
--------------------	---	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	عبيد نبيلة ABID NABILA	الاسم
Les heures de consultations	ساعة (03) في الأسبوع	الساعات المكتبية

Objectifs du cours أهداف المقياس I.

Destiné aux futurs managers, ce module se propose de transmettre les bases fondamentales de l'analyse concurrentielle et du design des stratégies compétitives permettant aux entreprises de créer plus de valeurs, d'assurer leur pérennité et de faire face aux évolutions rapides de leur environnement concurrentiel. Pour ce faire, le cours présente toute la démarche stratégique, allant du diagnostic stratégique jusqu'au contrôle stratégique.

Les résultats de l'apprentissage المخرجات التعليمية II.

A la fin du cours, l'étudiant sera capable de :

- Comprendre l'intérêt et les enjeux du management stratégique ;
- Comprendre les notions de base et les composantes du modèle de management stratégique ;
- Interpréter les étapes et la logique du développement de la stratégie :
 - Comment l'entreprise définit - elle sa stratégie ? Quels sont les grands types de stratégie ?
 - Comment la stratégie se déploie - t- elle dans l'entreprise ?

Contenu du module محتوى المقياس III.

عدد الأسابيع	عدد الساعات	محتوى الفصول
01	03	Introduction au module ➤ Stratégie et management stratégique

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Les caractéristiques des décisions stratégiques ➤ Le référentiel stratégique : Mission, vision, valeurs
02	06	Diagnostic stratégique : Analyse externe
02	06	Diagnostic stratégique : Analyse Interne
02	06	La segmentation stratégique et les outils de gestion du portefeuille (les matrices)
02	06	L'avantage concurrentiel et les stratégies génériques
Test		
01	03	Les stratégies Corporate
02	06	Le déploiement stratégique : les modalités de croissance
01	03	Le déploiement stratégique à travers les structures
01	03	Le contrôle stratégique
Examen final		
14	42	

IV- طرق التقييم		
Méthodes d'évaluations		
	<u>الدرجات</u>	<u>الاختبارات:</u>
TEST	% 20	التقييم الفصلي 01
Assiduité et participation	% 10	المشاركة
Examen Final	% 60	الامتحان النهائي
Études de cas & Exposés	% 10	بحوث & أعمال تطبيقية، دراسة حالات، موضبة

V- بحوث & أعمال تطبيقية:

- Etudes de cas

VII- مصادر التعلم

1- الكتاب (الكتب) الرئيسة المطلوبة :

- L. Lehmann-Ortega et al (2016), "Strategor", Dunod, Paris, 7èmeéd.

2- المراجع الأساسية :

-BCG (2009), "Le grand livre de la stratégie", Eyrolle, Paris.

-Fred R. David (2011), "Strategic Management Concepts And Cases", Pearson, 13éd.

-G. Garibaldi (2008), "Analyse Stratégique", Eyrolle, Paris, 3ème éd.

-G. Johnson; K. Scholes; R. Whittington; F. Fréry (2008), "Stratégie", Pearson, Paris, 8èmeéd.

-Leroy Frédéric (2001), « Les stratégies de l'entreprise », Dunod, Paris.

-Porter Michael (1982), « Choix stratégiques et concurrence », Economica.

-Porter Michael (1999), « L'avantage concurrentiel », Dunod, Paris.

-Thietart Alain, Raymond, Xueneb Jean- Mark (2005), « Stratégies : concepts, méthodes, mise en œuvre », Dunod, Paris.

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	Controle de gestion	اسم المقياس
--------------------	---------------------	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	Pr. AMOKRANE Mustapha	الاسم
Les heures de consultations	03 heures hebdomadairement	الساعات المكتبية

Objectives du cours أهداف المقياس .I

Les principaux objectifs du cours sont comme suit :

Il est entendu que le contrôle de gestion est un outil important d'aide à la prise de décisions et de pilotage de l'entreprise. Il permet, en effet, de mesurer le degré d'atteinte des objectifs ainsi que d'analyser l'efficacité des différentes pratiques auxquelles ont fait appel les managers pour réaliser les objectifs qui leurs ont été assignés par le top management. Dans ce sens, le contrôle de gestion permet de maîtriser au mieux les performances, d'où sa grande importance.

Les principaux objectifs d'enseignement du contrôle de gestion pour les étudiants en Master Entrepreneuriat et Management de Projets peuvent être synthétisés comme suit :

- Permettre aux étudiants de comprendre l'intérêt opérationnel de la stratégie d'entreprise et du pilotage des différentes activités de l'entreprise, pour une meilleure concrétisation des objectifs projetés ;
- Doter l'étudiant de capacités opérationnelles en matière de raisonnement systémiques ;
- Permettre à l'étudiant de maîtriser les différents outils techniques de pilotage ;
- Donner aux étudiants les compétences nécessaires en matière d'élaboration de budgets de l'entreprise et du suivi de réalisation des objectifs projetés (prévisions). Tâches qui sont réalisées quotidiennement et qui doivent se solder par l'analyse des résultats et l'identification des écarts. Les informations récoltées sont par la suite remontées à la direction, par le biais d'un système de reporting efficace, pour l'aider à prendre des décisions stratégiques plus performantes.
- Les étudiants sont sensibilisés par rapport au travail d'équipe et à l'intérêt d'avoir un système d'information très performant.

المخرجات التعليمية Les résultats de l'apprentissage

Suite au présent cours, l'étudiant sera en mesure de :

- Comprendre qu'est-ce que le contrôle de gestion, sa philosophie et son apport pour l'entreprise.
- Comprendre la position du contrôle de gestion parmi les différentes activités de l'entreprise.
- Comprendre l'utilité du contrôle de gestion pour les différentes activités de l'entreprise.
- Maîtriser les différents outils de contrôle de gestion.

محتوى المقياس Contenu du module .II

Contenu des chapitres	Nombre d'heures	Nombre de semaines
I. Introduction Générale	03	02
- Historique, définitions et objectifs du contrôle de gestion	01,30	
- Que signifie-t-il l'objectif de performance globale de l'entreprise ?	01,30	
- L'approche systémique de l'entreprise	01,30	
- Signification et caractéristiques de l'entreprise intégrée	01,30	
Cas pratiques	03	01
II. Du pilotage au contrôle de gestion intégré	03	01
- Pilotage et contrôle de gestion	01,30	
- Synthèse du processus de contrôle de gestion	01,30	
III. La gestion budgétaire des ventes (méthodes de prévisions des ventes)	03	02
- Le système d'information et son importance en matière de pilotage de l'entreprise	01,00	
- Définitions et généralités sur la planification	00,30	
- Les techniques qualitatives de prévision	01,00	
- Les techniques quantitatives de prévision	01,00	
- Les méthodes d'ajustement	01,00	
- Les méthodes de lissage	00,30	
- Déflater une série	00,30	
- Etude de corrélation	00,30	
Cas pratiques	03	01

IV. La budgétisation de la production	03	02
- Etude de cas d'une entreprise (3 produits) en faisant appel à (3 ateliers de production) différents. Etude du même cas en prenant en considération les contraintes économiques du marchés	01,30	
- Etude de cas d'une entreprise (2 produits) en faisant appel à (2 ateliers de production) différents et en prenant en considération la saisonnalité de la demande sur le marché	01,30	
Correction de l'étude de cas donnée aux étudiants	03	01
V. La gestion budgétaire des approvisionnements : l'estimation des besoins	03	01
- Etude de cas d'une entreprise (2 produits) en faisant appel à (2 ateliers de production)	03,00	
Correction de l'étude de cas donnée aux étudiants	03	01
VI. La gestion budgétaire des approvisionnements : modèle sans pénurie et coût d'achat fixes besoins	03	01
Etude de cas d'une entreprise (2 produits) en faisant appel à (2 ateliers de production)	03,00	
VII. La gestion budgétaire des approvisionnements : modèle sans pénurie et coût d'achat dégressif et modèle avec pénurie	03	01
Etude de cas d'une entreprise (2 produits) en faisant appel à (2 ateliers de production)	03,00	
Correction de l'étude de cas donnée aux étudiants	03	01
VIII. La gestion budgétaire des investissements	03	01
IX. Etude de cas d'une	03,00	
Contrôle des connaissances		
NB : pour l'évaluation des étudiants, il est attribué à ces derniers périodiquement des cas pratiques à résoudre. Un contrôle est effectué, à la clôture du module.		

IV- طرق التقييم		
Méthodes d'évaluations		
	الدرجات	الاختبارات:
Exa partiel 01	% 10	التقييم الفصلي 01
Exa partiel 02	% 10	التقييم الفصلي 02
Examen Final	% 60	الامتحان النهائي
Etudes de cas & Exposés	% 20	بحوث & أعمال تطبيقية، دراسة حالات، موضبة

V- بحوث & أعمال تطبيقية: Etudes de cas & Exposés

Il s'agit, en fait, d'études de cas qui sont données aux étudiants régulièrement ; suite à la clôture de chaque chapitre.

VII- مصادر التعلم Textes réglementaires et Ouvrages de référence

Ouvrages

- Les fondamentaux du contrôle de gestion. Arnaud HELLUY & Xavier DURAND. Collection Finance. Collection EYROLLES Editions d'Organisation, 2009 ;
- Contrôle de gestion : allier les choix stratégiques et pilotage opérationnel de l'entreprise. Aurélien Ragainne et Caroline Tahar. Editions Gualino, 2017-2018 ;
- Contrôle de gestion. Farouk HEMICI, Christophe. HENOT & Philippe RAIMBOURG. Editions Bréal. Paris, 2007.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Ecole Nationale Supérieure de Management
Koléa



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
المدرسة الوطنية العليا للمناجنت
القلية

Syllabus de cours

Module : Management du changement



Ecole Nationale Supérieure de Management « ENSM »

Syllabus cours *« Management du changement »*

Dr. MOHAMMED AZIZI Yasmine



Chargé(e) de cours

MOHAMMED AZIZI Yasmine

Téléphone

0775-34-48-01

Coordonnées

y.mohammedazizi@ensmanagement.edu.dz

Med.azizi.yasmine@gmail.com

<https://www.researchgate.net/profile/Yasmine-Mohammed-Azizi>

<https://www.linkedin.com/in/yasmine-mohammed-azizi-80a0ba10a/>

Profil :

- Maitre-assistante classe B à l'école nationale supérieure de management -ENSM Kolea-
- Docteur en Management des organisations de l'école supérieure de commerce -ESC kolea-
- Master en Management et entrepreneuriat de l'école des hautes études commerciales -EHEC Kolea-
- Préparatoire l'école supérieure de l'économie Oran ESC ex. EPSECG Oran

Jour de réception :

Dimanche de 10h-12h, bureau 02, espace des enseignants ENSM, 4ème étage

Volume Horaire :

Le module est semestriel, il se déroule en 12 séances de 1.30h, soient 6 séances de 3h par semaine, 18h par semestre.

Spécialités concernées :

- Master 2 : Management des organisations

Calendrier des cours

Séance	Sujet	Thème
Séances 1,2 et 3	Chapitre 1	le changement dans l'organisation « Notions de base »
Séances 4, 5 et 6	Chapitre 2	La conduite du changement dans l'organisation : généralités
Séances 7,8 et 9	Chapitre 3	La dynamique du changement : de la résistance vers l'adhésion
Séances 10, 11 et 12	Chapitre 4	Le processus de la conduite du changement



Objectifs du cours :

Le cours "Management du changement " vise à :

- ✚ Comprendre la notion du changement organisationnel
- ✚ Connaître les modèles de la conduite du changement CDC
- ✚ Savoir gérer les résistances au changement
- ✚ Mettre en pratique les trois phases de la conduite du changement

Stratégie de déroulement du cours

Le cours est structuré en six séances de trois heures. Chaque séance comprend l'explication des théories et des concepts fondamentaux du management du changement.

Un chapitre est traité en trois séances de 1h et 30, et à la fin de chaque chapitre, une étude de cas sous forme d'une fiche TD (cas pratique) est analysée. En clôture du cours, un groupe d'étudiants présente un exposé portant sur le cas d'une entreprise ayant traversé un processus de changement.

Stratégie en matière d'évaluation

La note de contrôle continu (CC) (40%) est répartie comme suit :

Note Générale (CC)	Note Exposé	Note de test	Note de participation
20/20	8 points	10 points	2 Points

L'examen (60%) : il est sous forme de questions théoriques + étude de cas (la note d'examen est sur 20)

Coefficient du cours : 01

Unité d'enseignement : Découverte

Crédit : 1



Bibliographie du cours Management du changement

- Belanger, L., & Jacques, J. (1994). Le changement organisationnel et le développement. La dimension humaine des organisations, 2, pp.357-386.
- Bontems, T., & Fourcade, M.-L. (2012, septembre 11). Piloter le changement. Ecole qualité QUARES 2012. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01711976>
- Collerette, P., Delisle, G., & Perron, R. (1997). Le Changement Organisationnel : Théorie et Pratique. PUQ.
- Cordelier, B., & Marie-Montagnac, H. (2008). Conduire le changement organisationnel? Communication Organisation, n° 33(1), pp.8-16.
- Demers, C. (1999), Op.cit, cité par Zid, R. (2006). Comprendre le changement organisationnel à travers les émotions. Université du Québec à Montréal.
- Demers, C. (1999). De la gestion du changement à la capacité à changer : L'évolution de la littérature sur le changement organisationnel de 1945 à aujourd'hui. revue internationale de gestion, 24(3), pp.131-139.
- Grouard, B., & Meston, F. (1998). L'entreprise en mouvement - 3ème édition - Conduire et réussir le changement : Conduire et réussir le changement (3e éd édition). Dunod.
- Guilhon, A. (1998). Changement organisationnel est un apprentissage (Le). Revue française de gestion, n°120, pp.98-107.
- Hafsi, T., & Fabi, B. (1997). Les fondements du changement stratégique. Les éditions Transcontinental.
- Mintzberg, Henri, Ahlstrand, B., & Lampel, J. (1999). Transformer l'entreprise. Gestion, 24(3), pp.122-131.
- Mohammed Azizi, Y. (2021). Facteurs et outils d'accélération du changement organisationnel visant la modernisation administrative Cas : les organisations publiques Algériennes, thèse doctorat, école supérieure de commerce ESC Kolea.
- Perret, V., & Ramanantsoa, B. (1996). Un dirigeant-séducteur pour gérer le changement. Revue française de gestion : hommes et techniques.
- Van de Ven, A. H., & Poole, M. S. (1995). Explaining Development and Change in Organizations. The Academy of Management Review, 20(3), pp.510-540.
- Vandangeon-Derumez, I. (1998). La dynamique des processus de changement [These de doctorat, Paris 9

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	إدارة الخدمات <i>Management des Services</i>	اسم المقياس
--------------------	---	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	د. قاضي عمر <i>Dr. KADI OMAR</i>	الاسم
Les heures de consultations	ثلاث ساعات (03) في الأسبوع	الساعات المكتبية

I. أهداف المقياس *Objectives du cours*

نهدف من خلال تدريس هذا المقياس إلى تعريف الطالب بمبادئ وأسس مناجمت الخدمات لتمكينه من الإجابة عن الأسئلة التالية:

- ماذا نعني بالخدمات في بيئة الاعمال وما هي أهم خصائصها؟ وما و ما هي أهم العوامل التي ساهمت في تطور مناجمت الخدمات ؟ وما هي عناصر إنتاج الخدمة؟
- ما هي التصنيفات المقدمة للخدمات؟ ما مفهوم زهرة الخدمات التكميلية؟
- ما هي أنواع نظم الإنتاج في المؤسسات الخدمية؟ وما هي مراحل دورة حياة الخدمة ؟ وماذا نعني بتسويق الخدمات؟ وماهي بيئة تسويق الخدمات؟ وما هي أنواع (أبعاد) تسويق الخدمات؟
- وما هو مزيج التسويق الخدمي؟ وما هي عناصره؟ وما هي التوجهات الحديثة للتسويق الخدمي؟
- كيف يتم إدارة جودة الخدمات ؟ وما مفهوم جودة الخدمة؟ وما هي مختلف أبعادها؟ وما هي جملة العوامل المؤثرة في تقييم جودة الخدمات؟ وكيف للمؤسسة الخدمية تحقيق الجودة في تقديم خدماتها؟
- وماهي محددات جودة الخدمة؟ وكيف يمكن قياس جودة الخدمات؟
- ماذا نعني بإدارة العلاقة التفاعلية في تقديم الخدمة؟ و ما هي مختلف تصنيفات وأبعاد العلاقات التفاعلية في المؤسسات الخدمية؟
- وما هي مختلف استراتيجيات إدارة الزبائن في المؤسسات الخدمية؟ وما هي مختلف استراتيجيات تسيير العاملين في المؤسسات الخدمية؟
- كيف يمكن للمؤسسة الخدمية تسعير منتجاتها بشكل يضمن ولاء المستهلك؟ وماهي مختلف طرق الترويج المستخدمة في المؤسسات الخدمية؟
- كيف يمكن تصميم العلامة التجارية في مؤسسات الخدمة؟

II. المخرجات التعليمية *Les résultats de l'apprentissage*

نأمل أن يتمكن الطالب -في نهاية هذا المقياس من أن:

- إدراك موضوع إدارة الخدمات،
- تمكين الطالب من اكتساب مختلف استراتيجيات تسيير المؤسسات الخدمية،
- تلقين الطلبة جل المعارف المتعلقة بالخدمة كمنتج، بخصائصه المنفردة عن المنتج الحقيقي.
- إلمام الطالب بالاتجاهات الحديثة في ميدان مناجمت الخدمات.

III. محتوى المقياس *Contenu du module*

عدد الأسابيع	عدد الساعات	محتوى الفصول
01	03	* مقدمة عامة لشرح المقياس
01	03	الفصل الأول: مفهوم وخصائص الخدمات
01	03	الفصل الثاني: عناصر إنتاج الخدمة
01	03	الفصل الثالث: تصنيفات الخدمات ودورة حياتها
01	03	الفصل الرابع: مفهوم زهرة الخدمة
التقييم الجزئي الأول		
01	03	الفصل الخامس: أنظمة الإنتاج في المؤسسات الخدمية
01	03	الفصل السادس: تسويق الخدمات
01	03	الفصل السابع: التوجهات الحديثة للتسويق الخدمي في سوق الخدمات
01	03	الفصل الثامن: إدارة جودة الخدمات
01	03	الفصل التاسع: أساليب قياس جودة الخدمة
01	03	الفصل العاشر: إدارة العلاقات التفاعلية في تقديم الخدمة
01	03	الفصل الحادي عشر: إدارة العاملين في المؤسسات الخدمية
التقييم الجزئي الثاني		
01	03	الفصل الثاني عشر: إدارة تسعير وترويج الخدمات لتحقيق ولاء المستهلك
01	03	الفصل الثالث عشر: تصميم العلامة في المؤسسة الخدمية
01	02	الامتحان النهائي
15	44	

IV- طرق التقييم		
Méthodes d'évaluations		
	الدرجات	الاختبارات:
Exa partiel 01	% 10	التقييم الفصلي 01
Exa partiel 02	% 10	التقييم الفصلي 02
Examen Final	% 60	الامتحان النهائي
Etudes de cas & Exposés	% 20	بحوث & أعمال تطبيقية، دراسة حالات، موضبة

V- بحوث & أعمال تطبيقية:

- بحوث خاصة بمواضيع: مناقمت الخدمات... الخ

VII- مصادر التعلم

1 - الكتاب (الكتب) الرئيسة المطلوبة: -Marianne Abramovici, Management des Services, 1ere édition, 2015

2 - المراجع الأساسية: - ريتشارد نورمان، إدارة الخدمات - الاستراتيجية والقيادة في أعمال الخدمات، العبيكان للنشر، 2018 .

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	Management marketing	اسم المقياس
--------------------	----------------------	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	Dr. BOUZEROUATA Ilhem	الاسم
Les heures de consultations	03heures par semaine	الساعات المكتبية

I. Objectifs du cours أهداف المقياس

L'objectif de ce cours est d'initier aux nouveaux étudiants les concepts du marketing fondamental. Il s'agit d'exposer les différents facteurs qui influencent l'entreprise et les capacités de l'entreprise à transformer les menaces en opportunités de développement. Il s'agit également d'analyser les différents acteurs du marché.

II. Les résultats de l'apprentissage المخرجات التعليمية

À l'issu du cours l'étudiant devra être capable de :

- Comprendre le rôle de la fonction marketing dans l'entreprise.
- Identifier les différents éléments constitutifs du marketing.
- Gérer la mise en place d'une démarche marketing.

III. Contenu du module محتوى المقياس

Numéro de la semaine	Contenu du module	Volume horaire Hebdomadaire
01	Introduction au module Management Marketing	03h
02	Introduction au fondamentaux du marketing : définitions, concepts et origines du marketing	03h
03	La démarche marketing	03h

04	Le marketing d'étude : le marché et son environnement	03h
05	Le marketing d'étude : l'étude de marché	03h
06	Le comportement du consommateur : les notions de base+cas pratique	03h
07	Le comportement du consommateur : les facteurs d'explication du comportement et le processus de prise de décision	03h
08	Marketing Stratégique : Segmentation	03h
09	Marketing stratégique : ciblage+ positionnement	03h
10	Mix Marketing : Produit+prix	03h
11	Mix Marketing : distribution+communication	03h
12	Présentation des travaux de session	03h
13	Présentation des travaux de session	03h
14	Examen final	03h
		42h

IV. Méthodes d'évaluations طرق التقييم

Examen Final	الدرجات % 60	الاختبارات: الامتحان النهائي
Test, travail à remettre et mini-projets pratiques	% 40	بحوث & أعمال تطبيقية، دراسة حالات، موضة

V. Etudes de cas et exposés بحوث & أعمال تطبيقية

Etudes de cas concernant le marketing fondamental, analyse de documents et projets pratiques de groupes.

VI. Ressources et références bibliographiques مصادر التعلم

- BONNAFOUX Guénaëlle, BILLON Corinne, « L'essentiel du plan marketing opérationnel », Eyrolles 2013.
- CHEVALIER Michel et DUBOIS Pierre Louis, « Les 100 mots du marketing », PUF, Que sais-je ? 2009.
- Daniel Michel, Robert Salle, Jean-Paul Valla, « Marketing industriel. Stratégie et mise en œuvre », Économica, 2001.
- DUBOIS Pierre-Louis, Alain, JOLIBERT Marie-Laure, FOURNIER Christophe, « Le Marketing. Fondements et Pratique », 5ème édition, Économica, 2013.
- FERRANDI Jean-Marc, LICHTLE Marie-Christine, « Marketing », Dunod, 2014.
- GUILTINAN J, PAUL J, MADDEN T, « Marketing Management: Strategies and Programs », McGraw Hill, 1996.

- KOTLER Philip, KELLER Kevin, MANCEAU Delphine, « Marketing Management » Collection Eco gestion, 16ème édition, Pearson, 2019
- LAMBIN Jean-Jacques,t MOERLOOSE Chantal, « Marketing stratégique et opérationnel. Du marketing à l'orientation-marché », 8ème édition, Dunod, 2012.
- LENDREVIE Jacques, LEVY Julien, « Mercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing », Dunod, 2012.
- MC CARTHY E J, PERREAULT W D, « Basic Marketing », Irwi, 1984.
- VERNETTE Eric, « L'essentiel du marketing », 3ème édition, Eyrolles, 2008.



خطة المقرر Syllabus

Course Name	منهجية البحث في علوم المناجنت Research Methodology in Management sciences	اسم المقياس
--------------------	--	--------------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Professor	أ.د . لخضاري نسيمة Pr.Lakhdari Nassima	الاسم
Office Hours:	03 hours per week	الساعات المكتبية

I. Course Objectives

This course aims to provide students with the necessary tools and skills to design and conduct scientific research in the field of management sciences. It will focus on learning methodologies suitable for research in management, whether qualitative or quantitative, and address the issues of ethics and scientific rigor.

II. Learning Outcomes

By the end of this course, students should be able to:

- 1. Understand the fundamentals of scientific research in management sciences:**
 - Define the characteristics of scientific research in the field of management.
 - Understand the challenges of validity and reliability in management research.
 - Identify the main research methods in management sciences (quantitative, qualitative, and mixed).
- 2. Formulate a research problem in the managerial field:**
 - Identify a relevant management problem and express it as a clear research question.
 - Evaluate the needs for a management study in relation to the existing literature.
- 3. Choose the appropriate methodology for the research problem:**
 - Select the appropriate methodology (quantitative, qualitative, or mixed) based on the research objectives.
 - Develop a methodological framework for data collection and analysis in management.
 - Choose the most appropriate tools and techniques for data collection (surveys, interviews, observations, case studies).
- 4. Analyze collected data:**
 - Apply statistical methods to analyze quantitative data.
 - Use qualitative methods to process and interpret non-numerical data (content analysis, case studies, etc.).
- 5. Write a scientific research report:**
 - Write a structured report following academic management standards.

- Present research results logically and coherently, discussing theoretical and practical implications.

6. Present and defend research findings:

- Prepare an oral presentation of results using appropriate scientific communication techniques.
- Defend methodological choices and results before an academic or professional audience.

III. Module Content محتوى المقياس

Weekly Hours	Module Content	Week Number
3h	Introduction to research methodology in management sciences: Basic concepts of scientific research, objectives of management research, defining the research problem.	01
3h	Literature review: Importance of literature review, research methods, identification of key theories and concepts.	02
3h	Formulating the research problem: How to define a research question in management, hypothesis development, research topic clarification.	03
3h	Choosing research methodologies: Differences between qualitative and quantitative methodologies, mixed methods, choosing data collection methods.	04
3h	Data collection: Surveys, interviews, observations, use of questionnaires, sampling.	05
3h	Methods of quantitative data analysis: Introduction to statistics, analysis of results using software like SPSS or Excel, hypothesis testing.	06
3h	Methods of qualitative data analysis: Techniques for qualitative analysis (content analysis, coding, inductive methods).	07

Weekly Hours	Module Content	Week Number
3h	Interpreting results: Discussion of obtained results, linking them with existing literature, theoretical and practical implications.	08
3h	Writing the research report: Structure of the research report (introduction, methodology, results, discussion, conclusion), academic standards.	09
3h	Preparation and oral presentation of results: Scientific presentation techniques, managing questions and answers, argumentation of methodological choices.	10
3h	Research ethics in management sciences: Ethical issues in data collection, confidentiality, participant consent.	11
1h 30	Final Test: Evaluation of knowledge on research methodology and report writing.	12
30	Final evaluation and course closure.	13

IV. Evaluation Methods

طريقة التقييم

- **Final Exam:** 60% (Test on understanding theoretical concepts and research methodology techniques in management sciences).
- **Practical Work and Case Studies:** 40% (Conducting research on a given topic, oral presentation, and written report).

V. Presentations and Case Studies

Students will be required to perform a case study on a specific management issue. This study will include formulating the problem, defining the methodology, collecting data, analyzing and interpreting the results, and writing a comprehensive report.

VI. Learning Resources and References

- **Bryman, A., & Bell, E. (2015).** Business Research Methods. Oxford University Press.
- **Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016).** Research Methods for Business Students. Pearson Education.
- **Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014).** Business Research Methods. McGraw-Hill Education.
- **Creswell, J. W. (2014).** Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications.
- **Sekaran, U., & Bougie, R. (2016).** Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. Wiley.
- **Easterby-Smith, M., Thorpe, R., & Jackson, P. (2015).** Management and Business Research. Sage Publications.
- **Field, A. (2013).** Discovering Statistics Using SPSS. Sage Publications.