



خطة المقرر *Syllabus*

Module	انجليزية- 01 English-01	اسم المقياس
--------	----------------------------	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Full Name	عوفي حميدة AOUFI Hamida	الاسم
Teaching hours	03 hours per week	الساعات المكتبية

1. Course Objectives أهداف المقياس

The course aims at developing the students' four skills: Reading, Writing, Listening and Speaking in order to prepare them to use English in academic and professional contexts. It seeks to:

- ✓ To develop the students' reading skills and enable them to skim an adapted text for main idea, scan it for specific information, read and interpret visual data and analyse statistics.
- ✓ Emphasis is put on reading for writing; which involves study of academic and business-related texts of topical relevance, to enable learners to respond to input applying information to a specified task.
- ✓ To develop the students' general capacity to a level that enables them to use English in their professional and academic environment.
- ✓ To enable students to learn to read and write academically, and to know the fundamentals of English grammar and vocabulary.
- ✓ To develop the students' listening skills, which include comprehension of gist and detailed information, to enable them to understand and respond to specific information from an English input.
- ✓ To develop the students' speaking skills and enable them to use general, business, academic and professional language.

II. Students' Learning Outcomes المخرجات التعليمية

By the completion of this course, students will be able to

1. Practice and demonstrate effective group interaction skills as they apply to written and oral communication.
2. Comprehend academic texts, certain business vocabulary, and various forms of spoken and written English passages.
3. Read, describe and analyse different types of visual data they may encounter in their academic and professional career; namely line graphs, bar charts, pie charts, diagrams, table, etc.
4. Effectively organize and participate in professional business meetings.
5. Make oral presentations about one's field of specialization in the domain of management.

III. Course Outline محتوى المقياس:

Number of Week	Course Content	Weekly Course Duration
01	Introductory session Introducing oneself and referring to the different disciplines of studies, majors and diplomas in English General overview of the English tenses	03h
02	Successful Managers and Entrepreneurs Text study- Reading Comprehension Useful Terminology related to introducing successful managers	03h
03	Describing and analysing visual data Naming different types of graphs/ charts and diagrams Reading comprehension Grammar and Vocabulary exercises	03h
04	Describing line graphs Studying the increase and decrease in trends Sentence structures used in line charts' description	03h

	Reading statistics and converting visual data into written texts using the appropriate terminology	
05	Describing Pie Charts and Bar Graphs (1) Comparative and Superlative form Introducing and analyzing pie charts Comparing data from multiple charts Exercises	03h
06	Describing Pie Charts (2) The structure of descriptive texts (charts & graphs) Reading comprehension Converting written texts into visual data	03h
07	Q & A General recapitulation of the course content Further assignments and tasks to solidify the acquired knowledge	03h
	Test	
08	Business Meetings (1) Useful Terminology for formal meetings Types of Meetings Invitation emails Exercises	03h
09	Business Meetings (2) Listening Comprehension Chairing a Business Meeting Running a successful meeting Role playing Tasks	03h
10	Describing a Process Diagram (1) The Active and the Passive voice Using the passive voice in academic writing Reading Comprehension	03h
11	Describing a Process Diagram (2) Reading Comprehension Describing Management Process diagrams Written production	03h
12	Making a Successful Oral Presentation (1) Useful terminology Listening comprehension How to make a good oral presentation	03h
13	Making a Successful Oral Presentation (2) Speaking activities Making presentations about one's field of specialization	03h
14	Making a Business Phone Call in English Listening Comprehension Using the appropriate language of professional phone calls Role play activities	03h
15	Q & A General recapitulation of the course content	03h

	Further assignments and tasks to solidify the acquired knowledge	
16	Final Exam	1h 30
		46 h 30

IV. Assessment Method طرق التقييم

Final Exam	<u>الدرجات</u> % 60	<u>الاختبارات:</u> الامتحان النهائي
Test, Regular assignments, Oral presentations, Role-play Tasks, Participation and attendance	40 %	بحوث , أعمال موجهة، عروض شفوية، المواظبة

Ongoing Assessment بحوث & أعمال تطبيقية .

Evaluation will be based on the following components:

- ✓ Ongoing assessment: 40%
 - Attendance and Participation
 - Regular Written Assignments
 - Test
 - Oral Presentation(s)
- ✓ Final exam: 60%

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	بحوث العمليات Recherche Opérationnelle	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 offre une technique approfondie dans les concepts essentiels pour résoudre efficacement des problèmes d'optimisation dans divers domaines. En alliant théorie et pratique, ce cours vise à fournir aux étudiants les outils indispensables pour aborder et résoudre avec succès des problèmes d'optimisation complexes.

II. المخرجات التعليمية Les résultats de l'apprentissage

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

1. Modéliser un problème d'optimisation en identifiant les variables de décision, les contraintes et la fonction objectif sous forme de programmation linéaire.
2. Résoudre des problèmes de programmation linéaire à l'aide de la méthode graphique (pour les cas à deux variables) et de l'algorithme du Simplexe.

3. Analyser et interpréter les solutions obtenues, en déterminant la faisabilité, l'optimalité et les implications des résultats sur la prise de décision.
4. Comprendre et appliquer le concept de dualité pour tirer des informations stratégiques sur un problème d'optimisation et exploiter les relations entre problèmes primal et dual.
5. Effectuer une analyse de sensibilité pour évaluer l'impact des variations des paramètres (coefficients de la fonction objectif et des contraintes) sur la solution optimale.
6. Utiliser des outils informatiques (tels qu'Excel Solver ou des logiciels spécialisés comme LINGO...) pour modéliser et résoudre des problèmes d'optimisation.
7. Appliquer les méthodes de recherche opérationnelle dans des contextes réels liés à la gestion, la logistique, la finance et d'autres domaines d'application.
8. Développer un raisonnement analytique pour aborder des situations complexes et proposer des solutions optimales aux problèmes décisionnels.

III. Contenu du module محتوى المقياس:

Numéro de la semaine	Contenu du module	Volume horaire hebdomadaire
01	Introduction à la recherche opérationnelle et à la programmation linéaire	03h
02	Formulation des problèmes de programmation linéaire	03h
03	Résolution graphique des problèmes de programmation linéaire	03h
04	Introduction à la méthode du Simplexe	03h
05	Méthode du Simplexe en détail	03h

06	Test intermédiaire (1h) + Exercices d'application (2h)	03h
07	Variantes du Simplexe et application avec des logiciels	03h
08	Étude de cas pratiques et applications réelles	03h
09	Introduction à la dualité en programmation linéaire	03h
10	Résolution du problème dual et applications	03h
11	Analyse de sensibilité et impact des variations	03h
12	Cas avancés et révision générale	03h
13	Test final (1.5h) + Correction et révision générale (1.5h)	03h

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، موضبة

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

- 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.

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 المكتتبية

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 Module : Economie Monétaire et Marchés Financiers

Niveau : Master 1

Semestre : S1

Spécialité : Management Financier des Entreprises

Établissement : École Nationale Supérieure de Management

Durée du module : 13 séances (1 séance = 3 heures)



Enseignant

- **Nom** : Mehdi Bouchetara
- **Contact** : M.bouchetara@ensmanagement.edu.dz

Objectifs du module

Ce module vise à fournir aux étudiants une compréhension approfondie des principes fondamentaux de l'économie monétaire et des marchés financiers. Il met l'accent sur le rôle de la monnaie, la politique monétaire, et le fonctionnement des marchés financiers dans une économie globalisée.

Compétences visées

- Comprendre les fonctions, formes et mécanismes de création de la monnaie.
- Analyser le financement de l'économie à travers les institutions bancaires et les marchés financiers.
- Maîtriser les outils de la politique monétaire et évaluer son efficacité.
- Appréhender les risques bancaires et financiers, ainsi que les réglementations en vigueur.
- Acquérir des connaissances approfondies sur l'organisation et le fonctionnement des marchés financiers.

Programme des séances

Partie 1 : Économie Monétaire

Séance 1 : Introduction générale à l'économie monétaire

- Présentation du module et des objectifs.
- Définition et importance de l'économie monétaire.
- Concepts fondamentaux : monnaie, système financier et économie.

Séance 2 : Fonctions et formes de la monnaie

- Les fonctions de la monnaie : unité de compte, moyen d'échange, réserve de valeur.
- Évolution des formes de monnaie : métallique, fiduciaire, scripturale, numérique.

Séance 3 : Création de monnaie

- Mécanismes de création monétaire par les banques commerciales et centrales.
- Relation entre création monétaire et crédit bancaire.

Séance 4 : Agrégats monétaires

- Classification des agrégats monétaires (M1, M2, M3).
- Rôle des agrégats dans l'analyse économique.

Séance 5 : Le financement de l'économie

- Finance indirecte : rôle des banques dans l'intermédiation financière.
- Analyse des opérations de crédit et des garanties bancaires.

Séance 6 : Politique monétaire – Principes et organes

- Rôle des banques centrales (BCE, FED, Banque d'Algérie).
- Objectifs et instruments de la politique monétaire.

Séance 7 : Techniques et efficacité de la politique monétaire

- Les outils d'intervention : taux directeurs, open market, quantitative easing.
- Évaluation de l'efficacité de la politique monétaire dans différents contextes économiques.

Séance 8 : Réglementation bancaire et accords de Bâle

- Introduction à la réglementation prudentielle (Bâle I, II, III).
- Importance du contrôle interne dans la gestion des risques bancaires.

Partie 2 : Marchés Financiers

Séance 9 : Introduction aux marchés financiers

- Définition et typologie des marchés (actions, obligations, devises).
- Importance des marchés financiers pour l'économie.

Séance 10 : Organisation et fonctionnement des marchés financiers

- Acteurs principaux : investisseurs, intermédiaires, régulateurs.
- Fonctionnement des bourses et marchés de gré à gré (OTC).

Séance 11 : Produits financiers

- Présentation des instruments financiers : actions, obligations, dérivés.
- Innovations et produits complexes sur les marchés financiers.

Séance 12 : Risques et régulation des marchés financiers

- Typologie des risques : marché, crédit, liquidité, opérationnel.
- Rôle des régulateurs dans la prévention des crises financières.

Séance 13 : Cas pratique intégrateur

- Analyse globale d'un marché financier : étude de cas pratique.
- Travail en groupes et présentation des résultats.

Évaluation

- **Contrôle continu** : tests, études de cas, travaux pratiques.
- **Examen final** : analyse et interprétation d'un cas d'économie monétaire ou financier.

Supports pédagogiques

- Supports de cours : présentations, notes de cours.
- Manuels :
 - Mishkin, F. S. : *The Economics of Money, Banking and Financial Markets*.
 - Brunnermeier, M. K. : *Financial Crises, Liquidity, and the International Monetary System*.
 - Documentation sur les accords de Bâle et rapports des banques centrales.

Syllabus du Module : Fondements Comptables et Financiers

Niveau : Master 1

Semestre : S1

Spécialité : Management Financier des Entreprises

Établissement : École Nationale Supérieure de Management

Durée du module : 13 séances (1 séance = 3 heures)



Enseignant

- **Nom** : Mehdi Bouchetara
- **Contact** : M.bouchetara@ensmanagement.edu.dz

Objectifs du module

Ce module vise à fournir aux étudiants une compréhension des principes fondamentaux de la comptabilité et de la finance, et à les initier aux outils nécessaires pour analyser et interpréter l'information financière dans le cadre d'une gestion d'entreprise.

Compétences visées

- Comprendre les principes de base de la comptabilité générale.
- Analyser et interpréter les états financiers.
- Maîtriser les concepts fondamentaux de la gestion financière.
- Développer des compétences en prise de décision financière dans un contexte d'entreprise.

Programme des séances

Séance 1 : Introduction générale

- Présentation du module et des objectifs.
- Concepts fondamentaux de la comptabilité et de la finance.
- Le rôle de la comptabilité dans la gestion financière.

Séance 2 : Les bases de la comptabilité générale

- Les principes comptables fondamentaux (partie double, continuité d'exploitation, prudence, etc.).
- Les documents comptables : bilan, compte de résultat et annexe.

Séance 3 : Le bilan comptable

- Structure du bilan : actif et passif.
- Différenciation entre immobilisations, dettes et capitaux propres.
- Étude de cas pratique.

Séance 4 : Le compte de résultat

- Structure et rôle du compte de résultat.
- Identification des charges et des produits.
- Analyse des performances économiques.

Séance 5 : Analyse des flux de trésorerie

- Compréhension des flux de trésorerie : opérationnel, d'investissement, de financement.
- Construction et interprétation d'un tableau de flux de trésorerie.

Séance 6 : Les écritures comptables

- Les journaux comptables.
- Les écritures de base (achats, ventes, salaires, amortissements, etc.).
- Initiation à l'utilisation d'un logiciel comptable.

Séance 7 : Analyse financière – Introduction

- Objectifs de l'analyse financière.
- Introduction aux principaux ratios financiers (liquidité, rentabilité, solvabilité).

Séance 8 : Analyse de la rentabilité

- Analyse du résultat d'exploitation.
- Calcul des ratios de rentabilité économique et financière.
- Étude de cas pratique.

Séance 9 : Analyse de la solvabilité et de la structure financière

- Étude des ratios de solvabilité et d'endettement.
- Lien entre structure de financement et risque financier.

Séance 10 : Évaluation des investissements

- Principes fondamentaux de l'évaluation des projets d'investissement.
- Techniques de base : VAN (Valeur Actuelle Nette) et TRI (Taux de Rendement Interne).

Séance 11 : Le coût du capital

- Compréhension et calcul du coût du capital.
- Impact du coût du capital sur la prise de décision d'investissement.

Séance 12 : Diagnostic financier global

- Réalisation d'un diagnostic financier complet sur la base d'états financiers réels.
- Synthèse des outils d'analyse vus dans les séances précédentes.

Séance 13 : Cas pratique intégrateur

- Étude de cas global : analyse comptable et financière d'une entreprise.
 - Travail en groupes et présentation des résultats.
 - Évaluation et retour sur l'apprentissage.
-

Évaluation

- **Contrôle continu** : Tests, études de cas, exercices pratiques.
 - **Examen final** : Analyse et interprétation d'un cas comptable et financier.
-

Supports pédagogiques

- Supports de cours (présentations, notes de cours).
- Manuels :
 - *"Introduction à la comptabilité"* de Patrick de Cambourg et Claude Simon.
 - *"Analyse financière"* de Pierre Vernimmen.

Syllabus du cours « Entrepreneuriat » UE Méthodologie

الخطة المقرر

Intitulé du module	المقاولتية Entrepreneuriat	اسم المقياس
--------------------	-------------------------------	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	مسؤول المقياس البروفيسور حمران	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- Lesrésultats de l'apprentissageالمخرجات التعليمية

- 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> <p>Étude de typologies en TD</p>	6 + 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> <p>Études de cas en TD</p>	6 + 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> <p>Études de cas BM en TD</p>	9 + 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	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 .



خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	1 SPSS / 1 اعلام الي Informatique 1 / SPSS 1	اسم المقياس
--------------------	---	-------------

الأستاذ(ة) المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	د. زيدان غربي نسرين Dr. Zidane Gharbi nesrine	الاسم
Email	n.zidanegharbi- ens@ensmanagement.edu.dz	البريد الالكتروني
Les heures de consultations	ساعة ونصف (1.5 سا) في الأسبوع	الساعات المكتبية

I. أهداف المقياس Objectives du cours

Ce module permet de :

- initier les étudiants aux principes de base de la statistique.
- offrir aux étudiants les éléments de base pour la préparation et l'exploitation des données en vue de la production des analyses sur la base du logiciel statistique SPSS.

II. المخرجات التعليمية Les résultats de l'apprentissage

A l'issue de ce module l'étudiant :

- aura acquis des compétences de base de la statistique et de l'utilisation du logiciel SPSS.
- soit capable de traiter les données d'enquête (soit dans le but de mémoire de fin d'études, soit dans sa carrière professionnelle) avec souplesse

III. محتوى المقياس Contenu du module

عدد الأسابيع Numéro de la semaine	عدد الساعات Volume horaire	محتوى الفصول Contenu du module
01	3	introduction au module, la statistique et son rôle dans les sciences économiques et de gestions (étude quantitative/qualitative/type de sondage, le questionnaire et types de questions)
02	3	Chapitre 1 : présentation et découverte du logiciel SPSS (interfaces, différents fichiers SPSS)
03	3	Chapitre 2 : le vocabulaire SPSS , la création des fichiers de données et la manipulation des données
04	3	Chapitre 3 : analyse univariée la description (fréquences, tendance centrale, dispersion, distribution) et la visualisation graphique des variables
05	3	Chapitre 5 : analyse bivariée
06	3	Chapitre 6 : analyse bivariée suite + révision
07	3	Test + correction
	1.5	Examen final

IV- طرق التقييم		
Méthodes d'évaluations		
Exa partiel 01	<u>الدرجات</u> % 20	<u>الاختبارات:</u> التقييم الفصلي
Examen Final	% 60	الامتحان النهائي
Travail à la maison	10%	واجبات منزلية،
Assiduité	05%	الحضور،
Participation...	05%	المشاركة

V- بحوث & أعمال تطبيقية:

- Exercices concernant le module ; travaux à la maison...etc

VII- مصادر التعلم

1 - الكتاب (الكتب) الرئيسة المطلوبة:

– Paisent, Michel Zheng, Lili Khadhraoui, Meriem, statistiques pour la gestion, application avec EXEL, SPSS, Amos et SMART PLS, presse de l'Université du Québec, 2018, Canada.

2 - المراجع الأساسية:

- DJALEL EDDINE Yahiaoui, Informatique (SPSS niveau 1/2), Ecole Nationale Supérieure du Management, Algérie.
- Sansan Honkounne Kambou, manuel d'initiation au traitement de données sous SPSS, France.
- O.Renaud et G.Pini, K.Iglesias, R.Wipfli, B.Ossipow, introduction à l'analyse exploratoire de données avec SPSS, faculté de psychologie et science de l'éducation, Université de Genève, Suisse.



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.

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

الفصل الدراسي : السادسي 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

• المقياس 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، 2020/2021
- 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، 2021/2022.
- فنيات التحرير الإداري، مطبوعة دروس ومحاضرات، جامعة الجزائر 3، 2019/2020
- قاضي عمر، التحرير الإداري، المدرسة الوطنية العليا للمناجنت.

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	تحليل مالي معمق Analyse Financière Approfondie	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 vise à approfondir l'analyse financière en fournissant aux étudiants des outils avancés pour évaluer la performance des entreprises, mesurer le risque et optimiser la gestion de portefeuille. Il permet d'intégrer des modèles financiers modernes et des techniques d'optimisation pour une meilleure prise de décision.

II. المخرجات التعليمية Les résultats de l'apprentissage

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

1. Analyser et interpréter la performance financière d'une entreprise à l'aide d'indicateurs avancés.
2. Évaluer le risque d'exploitation et financier pour anticiper et gérer les défis économiques.
3. Appliquer les principes du modèle d'évaluation des actifs financiers (MEDAF) et comprendre ses implications.
4. Optimiser un portefeuille d'investissement en intégrant la diversification, la frontière efficiente et la courbe CML.

5. Comprendre la relation entre le rendement et le risque et utiliser les outils mathématiques pour la modéliser.
6. Utiliser les concepts de création de valeur tels que l'EVA et la MVA pour évaluer la rentabilité des décisions financières.
7. Appliquer la finance comportementale pour analyser l'impact des biais psychologiques sur la gestion de portefeuille.
8. Gérer un portefeuille en l'absence d'un actif sans risque en utilisant les courbes d'indifférence et la frontière efficiente.

III. Contenu du module محتوى المقياس:

Numéro de la semaine	Contenu du module	Volume horaire hebdomadaire
01	Introduction & Prérequis : Concepts fondamentaux en analyse financière et statistiques de base	03h
02	Analyse du risque d'exploitation : Seuil de rentabilité (monoproduit et multiproduit), levier d'exploitation	03h
03	Analyse des SIG (CAF & répartition de la VA)	03h
04	Approche DuPont & évaluation de la performance : Décomposition du rendement, impact sur la rentabilité	03h
05	Mesure de la création de valeur: EVA, MVA et indicateurs de performance	03h
06	Test 1 (1h) + Relation rendement-risque : Rendement espéré, variance, courbe rendement-risque	03h
07	Introduction à la gestion de portefeuille : Notion de diversification, construction d'un portefeuille optimal	03h
08	MEDAF & SML Hypothèses, formulation du modèle, estimation du risque	03h
09	Optimisation du portefeuille (Frontière efficiente & CML) : Construction et interprétation de la frontière efficiente	03h

10	Gestion du portefeuille et finance comportementale : Impact des biais comportementaux sur les décisions financières	03h
11	Optimisation du portefeuille en l'absence d'un actif sans risque	03h
12	Courbes d'indifférence et allocation optimale du portefeuille	03h
13	Test final (1.5h) + Correction et révision générale (1.5h)	03h

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، 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.

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.
- Van Horne, J. C., & Wachowicz Jr, J. M. (2005). Fundamentals of Financial Management
- Reilly, F. K. (2002). Investment Analysis and Portfolio Management
- Marion, A. (2015). Analyse Financière - Concepts et Méthodes (Dunod)
- Béatrice et Francis Grandguillot (2017). L'essentiel de l'Analyse Financière
- R. Estran et al. (2017). Gestion de Portefeuille (Dunod)

Syllabus خطة المقرر

Intitulé du module	ادارة استراتيجية ومالية Management stratégique et financier	اسم المقياس
--------------------	--	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	فروخي وافية Dr. Ferroukhi wafia	الاسم
Les heures de consultations	03 heures par semaine	الساعات المكتبية

I. Objectifs du cours أهداف المقياس

Les objectifs de ce cours permettront aux étudiants de :

- Connaître les termes liés au management, stratégies, management stratégique.
- Connaître les outils de diagnostic stratégique interne et externe.
- Connaître le management financier

II. Les résultats de l'apprentissage المخرجات التعليمية

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

- Comprendre les différents concepts clés du management stratégique.
- Comprendre le concept de facteur clé de succès et les DAS.
- Comprendre les différents types d'outil d'analyse interne et externe.
- Comprendre le concept de management financier.

III. Contenu du module محتوى المقياس:

Numéro de la semaine	Contenu du module	Volume horaire hebdomadaire
01	Introduction au management, stratégie, management stratégique	03h
02	Les étapes de management stratégique	03h
03	Diagnostic stratégique	03h
04	Diagnostic SWOT	03h
05	Série d'exercice 1 : étude de cas ALmarai	03h
06	outil PESTEL	03h
07	Outil matrice BCG	03h
08	Série d'exercice 2 : matrice BCG	03h
09	Outil de diagnostic 5 force de porter	03h
10	Cas pratique : DANON	03h
11	Outil de diagnostic interne- chaine de valeur-	03h
12	Le management financier	03h
13	Stratégie d'investissement, financement, distribution de dévident	3h
14	test	1h30
		40 H 30 m

IV.Méthodesd'évaluations طرق التقييم

	<u>الدرجات</u>	<u>الاختبارات:</u>
Examen Final	% 60	الامتحان النهائي
Serie d'exercice	% 40	سلاسل اعمال موجهة

VI. Ressources et références bibliographiques مصادر التعلم

- Jean jacques lil, poly copie management financier credit de valeur, université de remes 2005.
- Francoi longin, cour gestion financier, essec faculty, UK.
- Academie canadiene de management et de technologie, univercité de tange, 2018-2019.
- Zarki nabil, analyse financier, univercite de tange.

- Strategic Management CONCEPTS AND CASES", Fred R. David et Forest David, Pearson, Global edition, 2017.

خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	تدقيق ومراقبة التسيير Audit et contrôle de gestion	اسم المقياس
--------------------	---	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	فروخي وافية Dr. Ferroukhi wafia	الاسم
Les heures de consultations	03 heures par semaine	الساعات المكتبية

I. Objectifs du cours أهداف المقياس

Les objectifs de ce cours permettront aux étudiants de :

- Connaître les termes liés à l'audit et contrôle interne
- Connaître comment découvrir et corriger les fautes comptable et financier dans plusieurs cycle (achat, vente, immobilisation, stocke)
- Connaître le contrôle de gestion et l'analyse des couts
- Faire des cas pratique sur chaque cycle pour découvrir de différent type d'erreur.

II. Les résultats de l'apprentissage المخرجات التعليمية

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

- comprendre qu'est-ce que un audit et un système de contrôle interne
- Comprendre qu'est-ce que le contrôle de gestion, sa philosophie et son apport pour l'entreprise
- Analyse des couts via la méthode complète, variable
- Faire la Distribution des couts indirects des activités secondaires aux activité principale.

III. Contenu du module محتوى المقياس:

Numéro de la semaine	Contenu du module	Volume horaire hebdomadaire
01	Introduction a audit	03h
02	Introduction au système de contrôle interne (SCI) et son evaluation	03h
03	Audit du cycle d'achat/ fournisseur	03h
04	Série d'exercice 1 : étude de cas cycle d'achat	03h
05	Audit du cycle de vente/ client	03h
06	Série d'exercice 2 : étude de cas cycle de vente	03h
07	Audit du cycle d'immobilisation	03h
08	Série d'exercice 3 : étude de cas cycle d'immobilisation	03h
09	Audit cycle stock et inventaire	03h
10	Série d'exercice 4 : étude de cas cycle de stock	03h
11	Introduction au contrôle de gestion	03h
12	L'analyse des couts	03h
13	Série d'exercice 5 : analyse des couts (complète, variable, direct, méthodes d'inventaire)	03h
14	Test	1h 30
		40 H 30 m

IV.Méthodesd'évaluations طرق التقييم

	<u>الدرجات</u>	<u>الاختبارات:</u>
Examen Final	% 60	الامتحان النهائي
Serie d'exercice	% 40	سلاسل اعمال موجهة

VI. Ressources et références bibliographiques مصادر التعلم

- Mor niang, Centre african d'etude superieur en gestion, audit de la comptabilisation des immobilisations, 2000.
- Bureau de l'audit interne et d'evaluation, audit de la comptabilité des immobilisation, raport bureau d'audit, canada, 2012

- Souss busniss managrment SARL, audit achat, tunisie, 2023.
- Seghir m'hamed, audit cycle vente, univercité oran 2, 2019-2020.
- Seghir m'hamed, audit cycle vente, univercité oran 2, 2019-2020.
- Seghir m'hamed, audit cycle vente, univercité oran 2, 2019-2020.
- Claud alazard, sabine separi, contrôle de gestion, DCG11 5 eme edition, 2018.

خطة المقرر Syllabus

اسم المقياس	اعلام الي 3 برنامج SPSS مستوى 2 Informatique 3 (SPSS niveau 2)	Intitulé du module
-------------	---	--------------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
الاسم	د. يحيياوي جلال الدين Dr. YAHIAOUI Djalal Eddine	Nom & Prénom
الساعات المكتبية	03 a 04 heures par semaine	Les heures de consultations

1. Objectifs du cours أهداف المقياس

Les objectifs de ce cours permettront aux étudiants de :

- Réviser les concepts fondamentaux de l'échantillonnage et des méthodes d'échantillonnage
- Comprendre les principes des tests statistiques et leur application avec SPSS
- Apprendre à utiliser les tests statistiques pour analyser des données et prendre des décisions éclairées.
- Développer des compétences en analyse statistique avec SPSS afin de préparer un PFE

III. Contenu du module محتوى المقياس:

Numéro de la semaine	Contenu du module	Volume horaire hebdomadaire
01	Rappel sur l'échantillon et les méthodes d'échantillonnage	03h
02	Introduction aux tests statistiques - Principe des tests statistiques - Types de tests statistiques	03h
03	Corrélations, tableaux croisés et test de Khi 2	03h
04	Tests paramétriques (Test de T, Test ANOVA)	03h
05	Tests non paramétriques (Test U de Mann-Whitney, Test de Kruskal-Wallis)	03h

06	Régression linéaire simple	03h
		18h

IV. Méthodes d'évaluations طرق التقييم

	<u>الدرجات</u> % 60	<u>الاختبارات:</u> الامتحان النهائي
Examen Final		
Test et mini-projets pratiques	% 40	اختبار وبحوث

VI. Ressources et références bibliographiques مصادر التعلم

- Simon Porcher ,OuidadeSabri, et al. « Les essentiels du Sup - Analyse de données avec SPSS : Cours, QCM, exercices, corrigés » ,2018
- Malhotra N., Décaudin, J. M. & Bouguerra, A. (2004). Études marketing avec SPSS. 4^e édition, Pearson Éducation.
- Plaisent, M., Bernard, P., Zuccaro, C., Daghfous, N. & Favreau, S. (2009). Introduction à l'analyse des données de sondage avec SPSS. Presses de l'Université du Québec.
- Carricano, M., Poujol, F., & Bertrandias, L. (2008). Analyse de données avec SPSS®. Pearson Education France.



خطة المقرر Syllabus

Intitulé du module	تسويق الخدمات المالية Marketing des services financiers	اسم المقياس
--------------------	--	-------------

الأستاذ المكلف بالمقياس		
Nom & Prénom	أ.د. لخضاري نسيمة Pr.Lakhdari Nassima	الاسم
Les heures de consultations	03 heures par semaine	الساعات المكتبية

I.Objectifs du cours

أهداف المقياس

Ce cours a pour objectif d'offrir aux étudiants (futurs spécialistes du marketing financier) une compréhension approfondie des spécificités du marketing des services financiers. L'objectif est de leur fournir une boîte à outils complète afin de pouvoir concevoir, exécuter et évaluer des stratégies de marketing efficaces et adaptées aux exigences particulières de ce secteur dynamique et complexe.

II. Les résultats de l'apprentissage

المخرجات التعليمية

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

1. **Comprendre les principes fondamentaux du marketing des services financiers :**
 - **Identifier les caractéristiques clés des services financiers** (intangibilité, périssabilité, variabilité, etc.).
 - **Analyser le cadre économique et réglementaire** qui influence le marketing des services financiers (réglementations bancaires, lois sur la protection des données, etc.).
 - **Comparer les différences entre les services financiers et les produits classiques** dans le contexte du marketing.
2. **Évaluer les besoins, attentes et comportements des consommateurs dans le secteur financier :**
 - **Analyser les segments de marché spécifiques** des services financiers (particuliers, entreprises, investisseurs institutionnels, etc.).
 - **Comprendre le rôle de la confiance et de la crédibilité** dans la relation client-financier.
 - **Utiliser les données démographiques et psychographiques** pour mieux comprendre le consommateur de services financiers.
3. **Concevoir une stratégie de marketing pour les services financiers :**
 - **Élaborer un plan marketing financier complet**, en définissant les objectifs, les cibles, et les budgets.
 - **Déterminer les outils et les techniques adaptées** au secteur financier, y compris le marketing de contenu, les promotions ciblées, et l'utilisation des canaux traditionnels et numériques.
 - **Créer une proposition de valeur** spécifique aux services financiers qui met en avant les bénéfices uniques du service proposé.

4. **Mettre en œuvre des actions de communication adaptées au secteur financier :**
 - **Développer des campagnes de communication** en tenant compte de la réglementation spécifique aux services financiers (lois sur la publicité, transparence, etc.).
 - **Gérer la relation client à travers différents canaux de communication**, y compris le marketing direct, les réseaux sociaux, et les plateformes digitales.
 - **Utiliser les technologies avancées** comme le big data, l'intelligence artificielle, et le marketing automation pour personnaliser les expériences client.
 5. **Mesurer et optimiser les performances des stratégies de marketing :**
 - **Utiliser des outils d'analyse de données** pour évaluer l'efficacité des campagnes marketing dans le secteur financier (KPI, ROI, etc.).
 - **Évaluer l'impact des actions marketing sur la fidélité client, l'acquisition de nouveaux clients, et la rentabilité** des services financiers.
 - **Ajuster les stratégies en fonction des retours du marché** et des tendances économiques.
 6. **Analyser les tendances et défis futurs du marketing des services financiers :**
 - **Étudier l'impact des nouvelles technologies** (blockchain, fintech, etc.) sur le marketing des services financiers.
 - **Prévoir les évolutions de la réglementation** et leur influence sur les stratégies marketing.
 - **Explorer les défis de l'intégration numérique** et la nécessité de transformer les modèles commerciaux des institutions financières pour répondre aux attentes des clients modernes.
-

III. Contenu du module

محتوى المقياس

Volume horaire hebdomadaire	Contenu du module	Numéro de la semaine
3h	Introduction au marketing des services financiers : Aperçu du secteur financier, ses acteurs principaux, et les spécificités des services financiers (banques, assurances, services d'investissement).	01
3h	Caractéristiques des services financiers : Intangibilité, périssabilité, et variabilité. Les enjeux liés à la gestion de la qualité et de la satisfaction client.	02
3h	Segmentation et ciblage dans les services financiers : Techniques avancées de segmentation, ciblage des segments financiers (jeunes actifs, seniors, entreprises).	03
3h	Analyse des besoins des consommateurs financiers : Outils pour comprendre les comportements des consommateurs dans le secteur financier, enquêtes et études de marché.	04
3h	Proposition de valeur et positionnement dans le secteur financier : Comment développer une proposition de valeur unique pour les services financiers.	05
3h	Stratégie de communication dans les services financiers : Publicité, relations publiques, et communication de crise dans le secteur financier.	06
3h	Marketing digital dans le secteur financier : Utilisation des réseaux sociaux, des plateformes numériques, et du marketing mobile dans les services financiers.	07
3h	Gestion des relations clients dans les services financiers : Fidélisation, CRM, gestion de l'expérience client (CX) et l'impact du service après-vente.	08

Volume horaire hebdomadaire	Contenu du module	Numéro de la semaine
3h	Marketing de contenu et inbound marketing pour les services financiers : Créer du contenu éducatif et pertinent pour attirer et fidéliser les clients.	09
3h	Analyse des performances marketing dans les services financiers : Outils d'analyse avancés (Google Analytics, ROI, KPI).	10
3h	Tendances et innovations dans le marketing des services financiers : Fintech, blockchain, IA et leur impact sur les stratégies marketing.	11
3h	Réglementation et éthique dans le marketing des services financiers : Conformité légale, normes de transparence et éthique dans la publicité et la vente de services financiers.	12
1h 30	Test final : Évaluation des connaissances acquises tout au long du cours.	13
30 min	Évaluation finale	14

IV. Méthodes d'évaluations

طرق التقييم

- **Examen final** : 60% (Évaluation de la compréhension des concepts théoriques et de leur application pratique).
- **Travaux pratiques et études de cas** : 40% (Projets de groupe, étude d'un cas réel d'institution financière, présentation d'un plan marketing pour un service financier spécifique).

V. Exposés et cas d'études

أعمال تطبيقية & بحوث

Les étudiants travailleront sur des études de cas réels en groupe, analysant les stratégies marketing de banques, compagnies d'assurance et autres institutions financières. Ils seront invités à créer un plan marketing complet pour un produit financier spécifique, en tenant compte des spécificités légales, technologiques et comportementales.

VI. Ressources et références bibliographiques

مصادر التعلم

- **Kotler, P., & Keller, K. L. (2015).** *Marketing Management*. Pearson Education.
- **Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011).** *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Pearson Prentice Hall.
- **Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016).** *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- **Schmidt, S. (2017).** *Marketing des services financiers : Stratégies et pratiques*. Dunod.
- **Davis, G. F., & Cobb, A. T. (2010).** *Financial Services Marketing*. Pearson.
- **Chambers, D. (2018).** *Financial Services Marketing: An International Guide to Principles and Practice*. Wiley.
- **Thomson, S. (2020).** *Blockchain and the Marketing of Financial Products*. Financial Times.