

عنوان الماستر: إدارة الكترونية

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة تعليم منهجية

اسم المادة: الاتصال والتحرير الإداري

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

تهدف هذه المادة التعليمية إلى تحقيق المكتسبات التالية:

- أن يدرك الطالب أهمية الاتصال في المنظمات لاسيما الاتصال الكتابي الذي يتجسد في تمكنه من مهارات التحرير الإداري.
- تحسين العملية الاتصالية بالمنظمة بناء على ادراكه لأهمية الاتصال
- التمييز بين الأسلوب الإداري مقارنة بأساليب التحرير الأخرى (الأدبي، الفلسفي، الصحفي، العلمي)
- تحرير مراسلة إدارية وفقا للمرتكزات الشكلية واللغوية والقانونية

المعارف المسبقة المطلوبة

حتى يتمكن الطالب من دراسة محتوى هذه المادة لابد أن يكون ملما بوظائف الإدارة أي التسيير (التخطيط، التنظيم، التوجيه والمراقبة) وهو ما تم تناوله في مادة مدخل لإدارة الأعمال ومادة تسيير المؤسسة وكذا التمكن الأولي من أدوات التحرير باستعمال البرامج المكتبية خاصة وهو متم التعرض إليه في مادة الإعلام الآلي.

محتوى المادة:

- مفهوم الاتصال (تعريف الاتصال مع الإشارة إلى أشكاله " 1/شفوي أو لفظي، 2/كتابي، 3/غير لفظي: لغة الجسد وما إلى ذلك؛ عناصر عملية الاتصال "مخطط الاتصال"؛ تعريف اتصال المنظمة/المؤسسة؛ أهمية اتصال المنظمات).
- أنواع اتصال المنظمات (الاتصال الشامل للمؤسسة ينقسم إلى أنواع، من أهمها: الاتصال الداخلي والاتصال الخارجي "الاتصال التجاري، الاتصال المالي، الاتصال المؤسسي...الخ)
- مفهوم التحرير الإداري (تعريفه، أهميته، الأسلوب الإداري ومميزاته)
- البيانات الشكلية للرسالة الإدارية (البيانات الشكلية في الرسالة المرفقية، التمييز بين الرسالة الإدارية المرفقية والرسالة الإدارية ذات الطابع الشخصي مثل الطلبات الخطية)
- صيغ التعبير الإداري (صيغ التقديم بمرجع وبدون مرجع، صيغ العرض أو المناقشة، صيغ الخاتمة)
- المراسلات الإدارية: الرسائل الإدارية، الدعوات، الاستدعاءات، جداول الإرسال، البرقيات
- وثائق الوصف و السرد و التحليل؛ تقرير- محضر- عرض حال
- النصوص الإدارية التنظيمية: المراسيم، القرارات، المقررات.
- النصوص الإدارية التفسيرية: المناشير، التعليمات، المذكرات التوجيهية. اعلان
- المصطلحات الإدارية
- الاتصالات الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني كأداة حديثة للاتصال داخل المنظمة (يراعي الجانب الشكلي لإنشاء بريد الكتروني مهني، وكذا مواصفات تحرير بريد الكتروني من حيث كتابة الموضوع وديباجة الإيميل من صيغة للتقديم والعرض والختام) والنسخ المرسله وتأكيد لإستلام البريد ادارج توقيع اتوماتيكي)
- طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة(40%)

المراجع:

- برارمة ميلود. (2005). مميزات المراسلات والوثائق الإدارية، دار المعرفة، الجزائر 2005.
- بشير العلاق. (2018). الاتصال في المنظمات العامة. دار اليازوري، عمان، الأردن.

- رشيد حباني. (2017). دليل تقنيات التحرير الإداري والمراسلة. دار النجاح للكتاب والنشر والتوزيع الجزائر.
- عميش علي، رزاق لعربي، رشيد جيقيق. (2010). التحرير الإداري، سند تكويني موجه لفئات الإدارة، التسيير، المعهد الوطني لتكوين مستخدمي التربية وتحسين مستواهم، وزارة التربية الوطنية.
- المجلس الأعلى للغة العربية بالجزائر. (2006). دليل وظيفي في إدارة الموارد البشرية (مصطلحات ونماذج) التحرير الإداري. منشورات المجلس، رئاسة الحكومة الجزائرية.
- وهيبة غراممي. (2012). دليل التحرير الإداري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- Cajolet-Laganier Gerard, Collinge Helene , Laganier Pierre. (1997). La rédaction Technique, administrative, et scientifique. 3^{ème} édition. Edition laganière. Hélène.
- Ferrandis Yolande. (2019). La rédaction administrative en pratique. 6^{ème} édition. Eyrolles, France.
- Garnett, J. (Ed.). (1997). Handbook of administrative communication (Vol. 63). CRC Press.
- Kadyss Roselyne, Nishimata Aline. (2020). Rédiger avec succès lettres, e-mails et documents administratifs 11^{ème} édition. Gualino, Lextenso.
- Libaert Thierry, Westphalen Marie-Hélène. (2012). Communicator : toute la communication d'entreprise, 6^{ème} édition, Dunod.

عنوان الماستر: إدارة الكترونية

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة تعليم أساسية

اسم المادة: الإدارة الإستراتيجية للأعمال الإلكترونية

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

الأعمال الإلكترونية مصطلح يستخدم على نطاق واسع لممارسة الأعمال التجارية باستخدام الإنترنت والوسائل الإلكترونية الأخرى. ولعل من أهم نماذجها: التجارة الإلكترونية، إدارة العلاقة مع الزبون، التوريد الإلكتروني، إدارة سلسلة الامداد.... تختلف الأعمال الإلكترونية عن الأعمال التقليدية، حيث تسمح بالوصول إلى العملاء والموردين على نطاق عالمي، وترفع من مستوى التنسيق والتعاون معهم، كما أنها تسرع الأنشطة التجارية. الأمر الذي يوفر فرصا إستراتيجية هائلة ويسمح بتحقيق مستويات غير مسبوقة من الأداء لم تتمتع بها أي نماذج أعمال أخرى.

وعلى الرغم من هذه الفرص، إلا أن مشاريع الأعمال الإلكترونية تتميز بمخاطر واحتمالات فشل مرتفعة، الأمر الذي يفرض على مديري تكنولوجيات ونظم المعلومات تقييم التأثير الاستراتيجي للأعمال الإلكترونية على المنظمات، تقدير تكلفتها وأدائها المتوقع والمخاطر المرتبطة بها، وصياغة وتنفيذ خطط إستراتيجية ملائمة للأعمال التجارية الإلكترونية.

في هذا السياق، تعرف هذه المادة الطلاب على مراحل وأساليب إعداد إستراتيجية الأعمال الإلكترونية.

المعارف المسبقة المطلوبة:

من أجل الاستيعاب الجيد للمحتوى التعليمي للمادة، وتطوير الكفاءات والمهارات المستهدفة، يجب أن يمتلك الطالب نظرة شاملة وواضحة حول الأعمال الإلكترونية، وتكنولوجيات ونظم المعلومات الحديثة. كما يجب أن يتحكم في مبادئ الإدارة الاستراتيجية.

محتوى المادة:

- مفاهيم أساسية حول استراتيجية الأعمال الإلكترونية
 - التحليل الاستراتيجي
 - الخيارات الاستراتيجية (Strategy choice)
 - تنفيذ استراتيجيات الأعمال الإلكترونية. (Strategy Implementation)
 - الإستراتيجيات المالية للأعمال الإلكترونية
 - حوكمة تكنولوجيا المعلومات
- طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- محمد الجيزاوي، (2018)، الإدارة الاستراتيجية والأعمال الإلكترونية: إشكاليات النظرية والتطبيق، 2018
- Dave Chaffey. (2009), E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice, Prentice Hall.
- GABAY, J., GEBRE,B., (1999), « La conduite des projets d'évolution des systèmes d'information », éd Dunod, Paris, 1999
- Jelassi, T., Enders, A., (2008), Strategies for E-Business: concepts and cases, Prentice Hall.2007
- Khosrow-Pour, M., Oliva, L., (2004), E-Business Strategy, Sourcing, and Governance, IT Solutions series, Cybertech Publishing, p. 373.
- M. H. DELMOND, Y. PETIT, J. M GAUTIER(2003), Management des Systèmes d'Information, Ed DUNOD, Paris.

- REIX, R., (2002), *Systèmes d'information et management des organisation*, 4ème édition, éd Vuibert.
- Stephen Chen (2004) *Strategic Management of e-Business*, Wiley. P. 366.

عنوان الماستر: إدارة الكترونية

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة تعليم أساسية

اسم المادة: التسويق الإلكتروني

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

تهدف المادة التعليمية إلى تعرف الطالب على مبادئ التسويق الإلكتروني والمزيج التسويقي؛ واكتسابه لمهارات تسمح له بإعداد وتنفيذ إستراتيجية التسويق الإلكتروني في المنظمات التي سيعمل فيها مستقبلاً.

من خلال هاته المادة، سيتمكن الطالب من:

- الإلمام بمبادئ ومفاهيم التسويق الإلكتروني.
 - اكتساب نظرة شاملة حول الممارسات التسويقية الإلكترونية بالتوازي مع ما يتم تدريسه في المقاييس الأخرى لتخصص الإدارة الإلكترونية.
 - إدراك الطالب لأهمية تبني التسويق الإلكتروني من قبل المؤسسات في ظل التغيرات التكنولوجية الحاصلة وضرورة مواكبتها.
 - تعريف الطالب وإلمامه الجيد بأهم استراتيجيات التسويق الإلكتروني.
 - التعرف على سياسات التسعير الإلكتروني وتطوير منتجات جديدة عبر الإنترنت.
 - الإلمام بالدور الاستراتيجي لمحركات البحث، وأهم استعمالات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في التسويق (التوزيع، الإشهار والاتصال، ...).
 - التمكن من تطبيق مبادئ التسويق الإلكتروني على أرض الواقع.
- المعارف المسبقة المطلوبة:

حتى يتسنى للطالب فهم محتوى المادة، يتعين أن يكون ملماً بمبادئ التسويق التقليدي، ببعديه الاستراتيجي والعملي، فضلاً عن اكتسابه لمعارف متعلقة بتكنولوجيات ونظم المعلومات وإدارتها، ونماذج الإدارة الالكترونية المختلفة.

محتوى المادة:

- مفهوم التسويق الالكتروني
- إستراتيجية التسويق الالكتروني
- بحوث السوق الالكترونية
- التجزئة السوقية الالكترونية
- المزيج التسويقي الالكتروني
- تسويق قواعد البيانات والتسويق المباشر
- التسويق بالعلاقات الالكترونية
- قوى البيع الالكترونية

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- مبروك عباس العديلي، (2015)، التسويق الالكتروني، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- Grégory Bressolles, (2012), L'E-Marketing, Dunod.
- John O' Connor, Eamonn Galvin, Martin Evans, (2004), Electronic marketing: Theory and practice for the twenty-first century, Pearson Education.
- Kotler Philip, Keller Kevin Lane, (2016), Marketing management, 15 th Global edition, Pearson Education Ltd, London, UK.

- Kotler Philip, Keller Kevin Lane, Brady Mairead, Goodman Malcolm, Hansen Torben, (2019), Marketing management, 6 th European edition, Pearson Education Ltd, London, UK.
- Marroune Rémy, Grallic Claire, (2018), Le grand livres du marketing digital, DUNOD.
- Scheid François, VaillantRenaud de Montaigu, Grégoire, Fontugne Willy, (2019), Le marketing digital : Développer sa stratégie numérique, 2ème édition, éd. EYROLLES.
- Stenger Thomas, Bourliataux-Lajoinie Stéphane, (2014), E-Marketing et E-Commerce : Concepts, outils, pratiques, éd. DUNOD, Paris, 2014
- Tapp Alan, Whitten Lan, Housden Matthew, (2014), Principles of Direct, Database and Digital marketing, 4 th Edition, Pearson Education Ltd, Edinburgh, UK.

عنوان الماستر: إدارة الكترونية

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة تعليم استكشافية

اسم المادة: النمذجة الإحصائية

الرصيد: 02

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

التعرف على مختلف المفاهيم الأساسية للمقياس، والقدرة على توظيف الأساليب الإحصائية المناسبة للتنبؤ بمختلف الظواهر الاقتصادية والمالية، وذلك من خلال اكتساب مهارات تسمح بـ:

- النمذجة القياسية وفق نموذج الانحدار البسيط (أثر متغير مستقل واحد على متغير تابع)
- النمذجة القياسية وفق نموذج الانحدار الخطي المتعدد (أثر عدة متغيرات مستقلة على متغير تابع)
- التعرف على أهم طرق تقدير النماذج القياسية (خاصة طريقة المربعات الصغرى العادية)
- استيعاب المفاهيم المتعلقة بالسلسلة الزمنية وطرق تقدير مركباتها والكشف عنها.
- استيعاب المفاهيم الأساسية الضرورية لموضوع السلاسل الزمنية مثل الإستقرارية، بنوعها التامة والضعيفة، ودالتي الارتباط الذاتي والذاتي الجزئي وطرق تقديرهما وأهم التحويلات الرياضية لجعل السلسلة مستقرة.
- معرفة أهم نماذج التمهيد الأسي للتنبؤ بالسلاسل الزمنية.

المعارف المسبقة المطلوبة:

التحكم في الرياضيات خاصة الجبر الخطي والمصفوفات، الاقتصاد الجزئي والكلّي؛ الإحصاء بكل فروعه.

محتوى المادة:

- المحور الأول: مقدمة في النمذجة الإحصائية (مفهوم النموذج، أنواع النموذج، تخصيص النموذج)
 - المحور الثاني: تحليل الانحدار الخطي البسيط (تحديد قيمة معاملات النموذج، اختبار الموثوقية، التنبؤ)
 - المحور الثالث: تحليل الانحدار الخطي المتعدد (خطوات صياغة نموذج متعدد، تقدير معاملات النموذج، دراسة صلاحية النموذج)
 - المحور الرابع: الارتباط الجزئي، الازدواج الخطي وطرق اختيار المتغيرات التفسيرية
 - المحور الخامس: المشاكل القياسية: الارتباط الذاتي للأخطاء، عدم ثبات تباين الأخطاء، التوزيع غير الطبيعي للأخطاء.
 - المحور السادس: عموميات حول السلاسل الزمنية وتقدير مركباتها
 - المحور السابع: الاستقرار والارتباط الذاتي والجزئي
 - المحور الثامن: نماذج التمهيد الأسي للتنبؤ بالسلاسل الزمنية
- طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- جوجارات د، (2015)، الاقتصاد القياسي، الجزء الأول، ترجمة هند عبد الغفار عودة و عفاف علي حسين الدش، دارالمريخ للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية.
- سمير مصطفى شعراوي، (2005)، مقدمة في التحليل الحديث للسلاسل الزمنية، كلية العلوم، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى.
- غزال عبد العزيز عامر، (2015)، الاقتصاد القياسي وتحليل السلاسل الزمنية (النظرية، الطرق، التطبيقات)، مطابع الشرطة، مصر.
- محمد عبد القادر عطية، (2004)، الحديث في الاقتصاد القياسي بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية للطباعة والنشر.
- محمد فروخي جمال، (1992)، نظرية الاقتصاد القياسي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- مولود حشمان، (1998)، نماذج وتقييمات التنبؤ على المدى القصير، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- Bourbonnais, R. (2022). Analyse des séries temporelles-5e éd.: Cours et exercices corrigés-Applications à l'économie et à la gestion. Dunod.

- Christian Gourieroux. (2012). Econometrics of qualitative dependent variables. Cambridge University
- Daudin, JJ, Duby. C, Robin.S et P. Trécourt. (1996). Analyse des Séries Chronologiques. INAPG, Mathématiques.
- Delignieres, D. (2001). L'analyse des processus stochastiques. EA 2991 "Sport performance, santé", Université de Montpellier 1.
- Dimitrios Asteriou & Stephen G. Hall. (2002). Applied Econometrics. Macmillan Education, UK
- Hamilton, J-D. (2016). Time Séries Analysis. Princeton University Press.
- Johnston, J. & Dinardo, J. (1996). Econometric methods. 4th Edition, McGraw-Hill. US.
- Maddala.G.S. (1988). Introduction to econometrics. Mac Millan publishing company. New York, USA.
- Thomas A . (2002). Économétrie des variables qualitatives. Dunod
- William H. Greene .(2012). Econometric analysis, 7th Edition. Pearson, New York, US.

عنوان الماستر: إدارة الكترونية

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة تعليم منهجية

اسم المادة: تخطيط موارد المؤسسة

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

- التعرف على المفاهيم الأساسية للسيرورات
- التعرف على مفهوم تخطيط موارد المؤسسة
- التعرف على الخصائص التقنية لبرمجية تخطيط موارد المؤسسة
- الإلمام بالتطور التاريخي لبرمجية تخطيط موارد المؤسسة (قبل سنة 2009 وبعدها)
- التعرف على الموردين الرئيسيين لبرمجيات تخطيط موارد المؤسسات (SAP، SAGE، Oracle، Microsoft)
- التعرف على الأجزاء الوظيفية لبرمجية تخطيط موارد المؤسسة (إدارة العلاقة مع الزبون، إدارة سلسلة التوريد، الخ)
- إدراك الارتباط بين تخطيط موارد المؤسسة وأدوات ذكاء الأعمال
- الإلمام بتخطيط موارد المؤسسة كرافعة استراتيجية لتطوير المؤسسة
- إدراك أهم معوقات تخطيط موارد المؤسسة
- التعرف على أنواع برمجيات تخطيط موارد المؤسسة (البرمجيات المملوكة والبرمجيات مفتوحة المصدر)
- التعرف على أجيال برمجيات تخطيط موارد المؤسسة (البرمجيات غير السحابية والبرمجيات السحابية)
- الإلمام بالخطوات اللازمة لتوفرها لإنجاز مشروع ناجح لنظام تخطيط موارد المؤسسة
- دراسة وتحليل حالة إعداد نظام تخطيط موارد المؤسسة

- التعرف على أبرز برمجيات تخطيط موارد المؤسسة

المعارف المسبقة المطلوبة :

من أجل الاستيعاب الجيد لمحتوى المادة، يتعين على الطالب أن يكون ملماً بالمواد التعليمية التالية: الأعمال الإلكترونية، إدارة أنظمة المعلومات، نظام إدارة قواعد البيانات، مدخل لشبكات الإعلام الآلي ومادة الإدارة بالسيرورات.

محتوى المادة:

- المحور الأول: المفاهيم الأساسية للسيرورات
- المحور الثاني: مفهوم وخصائص تخطيط موارد المؤسسة
- المحور الثالث: التطور التاريخي لبرمجية تخطيط موارد المؤسسة
- المحور الرابع: الموردون الرئيسيين لبرمجيات تخطيط موارد المؤسسات
- المحور الخامس: الأجزاء الوظيفية لبرمجية تخطيط موارد المؤسسة
- المحور السادس: تخطيط موارد المؤسسة وأدوات ذكاء الأعمال
- المحور السابع: مساهمات ومعوقات تخطيط موارد المؤسسة
- المحور الثامن: أنواع وأجيال برمجيات تخطيط موارد المؤسسة
- المحور التاسع: الخطوات اللازمة لتوفرها لإنجاز مشروع ناجح لنظام تخطيط موارد المؤسسة مع دراسة حالة
- المحور العاشر: عرض لأبرز برمجيات تخطيط موارد المؤسسة.

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- Harwood, S. (2003). ERP: The implementation cycle. Butterworth-Heinemann.
- Jean-François Bourdeau. (2011). Processus et ERP - Les processus : principaux concepts, Université Paris Dauphine.
- Jouffroy, P. (2010). ERP: méthode pratique de mise en oeuvre pour PME et PMI. Eyrolles.

- Lequeux, J. L. (2011). Manager avec les ERP: architecture orientée services (SOA). Editions Eyrolles.
- O'Leary, D. E. (2000). Enterprise resource planning systems: systems, life cycle, electronic commerce, and risk. Cambridge university press.
- Ptak, C. A., & Schragenheim, E. (2003). ERP: tools, techniques, and applications for integrating the supply chain. Crc Press.
- Wagner, B., & Monk, E. (2008). Enterprise resource planning. Course Technology Press.

عنوان الماستر: إدارة الكترونية

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة تعليم أساسية

اسم المادة: ذكاء الأعمال

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

يسمح نظام ذكاء الأعمال باستخدام جميع البيانات المتاحة، التي يتم تحويلها إلى معلومات ومعرفة، وبهذه الطريقة يتخذ أفضل القرارات للمؤسسة.

على إثر التحكم الجيد في هذه المادة، سيتمكن الطالب من معرفة، ووصف، وفهم جميع المفاهيم المتعلقة بذكاء الأعمال؛ وكيفية إدارة المعلومات الداخلية والخارجية من أجل اتخاذ أفضل القرارات لمنظمات الأعمال، بغرض تقديم أفضل خدمة لزيائهم والحصول على ربحية جيدة. بالإضافة إلى ذلك، ستمم مراجعة أفضل قواعد البيانات لذكاء الأعمال، مع مراعاة خاصة لمستودع البيانات.

من خلال هذه المادة، سيتمكن الطالب من:

- وصف وفهم ما هو ذكاء الأعمال (BI).
- وصف واستيعاب ما هو مستودع البيانات وإدارة قاعدة البيانات.
- وصف ذكاء الأعمال المتقدم وتحليلات الأعمال وتصور البيانات.
- وصف وشرح ما هو تعدين البيانات وتطبيقاته الرئيسية في عالم الأعمال.
- شرح إدارة أداء الأعمال وبطاقات الأداء ولوحات المعلومات.
- التعرف على نظم المعلومات الإدارية.
- تسليط الضوء على أهمية ذكاء الأعمال في عملية اتخاذ القرار.
- معرفة الجوانب الأخلاقية لذكاء الأعمال ونظم المعلومات.

المعارف المسبقة المطلوبة:

من أجل الاستيعاب الجيد لمحتوى المادة التعليمية، يجب أن يمتلك الطالب المهارات والمعارف القاعدية المتعلقة بنظم المعلومات، الأعمال الالكترونية، وبحوث العمليات.

محتوى المادة:

- تقديم عام لذكاء الأعمال (BI)
 - مستودع البيانات وإدارة قاعدة البيانات (D W & DBA)
 - تحليلات الأعمال وتصوير البيانات (BA & DV)
 - نظم المعلومات الجغرافية (GIS)
 - تنقيب البيانات (Data Mining)
 - إدارة أداء الأعمال (BPM)
 - نظم المعلومات الإدارية (KMS)
 - الشبكات العصبية وشجرات القرار (NN & DT)
 - ذكاء الأعمال واتخاذ القرار (BI & DM)
 - أخلاقيات ذكاء الأعمال ونظم المعلومات الإدارية (Ethics)
- طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- A- Sharda, R., Delen, D. y Turban, E. (2014). Business Intelligence, A Managerial Perspective on Analytics. Boston: Pearson.
- Davenport, T. y Harris, J., (2007).. Competing on Analytics. The New Science of Winning, Boston: Harvard Business School Press.
- Laudon, K. y Laudon, J., (2012).. Management Information Systems, Boston: Prentice Hall.
- Turban, E., y Volonino, L., (2011). Information Technology for Management, Improving Strategic and Operational Performance, United States of America: John Wiley & Sons, Inc.

عنوان الماستر: إدارة الكترونية

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة تعليم أفقية

اسم المادة: لغة أجنبية متخصصة 01

الرصيد: 01

المعامل: 01

نمط التعليم: حضوري + عن بعد

أهداف التعليم:

The program is designed for students majoring in Economics, Commerce, Management, Accounting and Finance who wish to improve their language skills in specific contexts. It focuses on providing students with a good mastery of the English language along developing solid competencies in the above-mentioned fields of expertise. The lessons cover a wide range of topics in each specialty.

المعارف المسبقة المطلوبة:

Students must have successfully completed the lessons of Licence (S1, S2, S3, S4, S6 and S5). They should have developed a strong understanding of the basic concepts related to their fields of expertise, namely, Economics, Trade, Accounting, Management, and Finance as well as improved their verbal communication skills.

محتوى المادة:

- Business Correspondence
- Limited Liability Companies (LLC) in Algeria Law
- Joint Stock/ Business Corporations in Algerian law
- Firm competitiveness
- Human resource management
- Information systems implementation
- Information systems performance.
- Firm gouvernance.

طريقة التقييم: تقييم مستمر (100%)

المراجع:

- Burns, P. (2016). Entrepreneurship and small business: start-up, growth and maturity. Bloomsbury Publishing.
- Collins, K. (2012). An introduction to business. Creative Commons by-nc-sa, 3.
- Cotton, D., Falvey, D., & Kent, S. (2011). Upper-Intermediate Market Leader. Business English Course Book.(third edition). Harlow, England: Pearson Longman.
- D. Baker and R. Clark (2011). Oxford English for Careers: Finance. Oxford University Press.
- Helm, S., Cotton, D., Falvey, D., & Kent, S. (2010). Market leader. Accounting and finance: business English. Pearson Longman.
- MacKenzie, I. (2010). English for Business Studies Student's Book: A Course for Business Studies and Economics Students. Cambridge University Press.
- Marks, J. (2007). Banking and Finance. A & C Black Publishers. Second Edition.
- McLaney, E. (2005). Business finance: theory and practice. Pearson education.
- Simon Sweeney. (2019). English for Business Communication. Cambridge University Press.
- Simon Sweeny. (2002). Professional English: Management. Pearson Longman.

عنوان الماستر: إدارة الكترونية

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة تعليم أساسية

اسم المادة: إدارة المعرفة

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

- اكتساب الطلبة المصطلحات الأساسية المتعلقة المعرفة؛
- إدراك الطلبة بأهمية إدارة المعرفة في المنظمات والشركات؛
- إدراك الطلبة بأن نجاح وخلق المعارف الابتكارية بالمنظمات يتوقف على مدى اهتمامها عمليات ونماذج إدارة المعرفة اكتساب الطلبة المصطلحات الأساسية المتعلقة المعرفة؛
- إدراك الطلبة بأهمية إدارة المعرفة في المنظمات والشركات؛
- إدراك الطلبة بأن نجاح وخلق المعارف الابتكارية بالمنظمات يتوقف على مدى اهتمامها عمليات ونماذج إدارة المعرفة.

المعارف المسبقة المطلوبة :

مقياس إدارة الموارد البشرية، مدخل لإدارة الأعمال، نظم المعلومات

محتوى المادة:

- المحور الأول: الإطار المفاهيمي لإدارة المعرفة
- المحور الثاني: عمليات إدارة المعرفة
- المحور الثالث: مبادئ إدارة المعرفة
- المحور الرابع: نماذج إدارة المعرفة
- المحور الخامس: نظم ادارة المعرفة
- المحور السادس: مراحل تطبيق إدارة المعرفة وطرق قياسها

- المحور السابع: آثار تطبيق إدارة المعرفة
 - المحور الثامن: استراتيجيات إدارة المعرفة
 - المحور العاشر: دور التكنولوجيا في تحويل أنواع المعرفة
 - المحور الحادي عشر: رأس المال الفكري
- طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- محمد تركي وزياد محمد المشاقبة، (2010)، إدارة المعرفة بين النظرية والتطبيق، دار جليس الزمان للنشر، عمان.
- نجم عبود نجم، (2005)، إدارة المعرفة – المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات -، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان.
- سعد غالب ياسين، (2007)، إدارة المعرفة: المفاهيم، النظم، التطبيقات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان.
- Becerra-Fernandez, I., & Sabherwal, R. (2014). Knowledge management: Systems and processes. Routledge.
- Collins, H. (2019). Tacit and explicit knowledge. University of Chicago press.
- Dalkir, K. (2017). Knowledge management in theory and practice. MIT press.
- JAY Liebowitz, Michael S.Frank. (2011). "Knowledge Management and E-Learning", Taylor & Francis Group, Auerbach Publications.
- Liebowitz, J., & Frank, M. S. (2011). Knowledge management and e-learning. Knowledge Management and E-learning, Taylor & Francis Group.
- Prax, J. Y., & Sérieyx, H. (2000). Le Guide du Knowledge Management: Concepts et pratiques du management de la connaissance. Dunod.