

السداسي: السادس

وحدة التعليم: منهجية

المادة: اقتصاد قياسي

الرصيد: 2

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها)

التعرف على مختلف:

- المفاهيم المرتبطة بالاقتصاد القياسي، وأهم طرق التقدير والتحليل للنماذج القياسية.
- المشاكل القياسية التي قد يعاني منها النموذج، وكيفية التعامل معها للخروج بنموذج قياسي مقبول يمكن الاعتماد عليه في التحليل وفي التنبؤ.
- اكتساب مهارات تسمح له 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 المربعات الصغرى العادية والمعقولة

العظمى)

- دراسة صلاحية نموذج قياسي (اختبار وجود المشكل القياسي وعلاجه).
- التمكن من النمذجة القياسية وفق نظام من المعادلات (المعادلات الأنوية).

المعارف المسبقة المطلوبة

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

محتوى المادة التعليمية

المحور الأول: التعريف بالاقتصاد القياسي

المحور الثاني: الانحدار الخطي البسيط وطريقة المربعات الصغرى العادية

المحور الثالث: الانحدار الخطي المتعدد وطريقة المربعات الصغرى العادية

المحور الرابع: التوسع في نموذج الانحدار الخطي المتعدد (التحول الهيكلي، النماذج المقيدة، المتغيرات الصورية)

المحور الخامس: الارتباط الجزئي، الازدواج الخطي وطرق اختيار المتغيرات التفسيرية

المحور السادس: مشكل الارتباط الذاتي للأخطاء (Autocorrélation)

المحور السابع: مشكل عدم ثبات تباين الأخطاء (Heteroscedasticity)

المحور الثامن: مشكل التوزيع غير الطبيعي للأخطاء (Normality)

المحور التاسع: أخطاء توصيف النموذج (Miss Specification)

المحور العاشر: أخطاء القياس

المحور الحادي عشر: مشاكل البيانات

المحور الثاني عشر: المعادلات الآتية

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

المراجع:

1- غزال عبد العزيز عامر ، الاقتصاد القياسي وتحليل السلاسل الزمنية (النظرية ، الطرق ، التطبيقات) ، مطابع الشرطة، مصر 2015

2- جوجارات. د (2015)، ترجمة هند عبد الغفار عودة و عفاف علي حسين الدش، " الاقتصاد القياسي "، الجزء الأول، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية.

3- محمد عبد القادر عطية، الحديث في الاقتصاد القياسي بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية للطباعة والنشر، 2004.

4- محمد فروخي جمال: " نظرية الاقتصاد القياسي"، ديوان المطبوعات الجامعية، 1992..

5- Jack Johnston, John Dinardo (1996), «Econometric methods », 4th Edition, McGraw-Hill, US.

6- William H. Greene (2012), «Econometric analysis », 7th Edition, Pearson, New York, US.

7- Asteriou, Stephen G. Hall, Applied Econometrics, Macmillan Education UK, 5 . Dimitrios mars 2021

السداسي: السادس

وحدة التعليم: اساسية

المادة: الاقتصاد الرقمي

الرصيد: 5

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

- امتلاك القدرات التحليلية والمنهجية لمتابعة الظواهر سريعة التطور ، سواء في عالم البحث والتعليم العالي ، أو في المناصب التشغيلية في الشركات أو الإدارات أو مجموعات المستهلكين أو المستخدمين والمؤسسات التنظيمية
- إتقان مبادئ تشغيل الاقتصاد الرقمي
- اكتساب المهارات الاجتماعية المزدوجة للاقتصاد والإدارة .
- اكتساب المهارات الاقتصادية والإدارية (تعميق التفكير الاقتصادي ، والأطر المفاهيمية ، ومنهجيات المسح)

المعارف المسبقة المطلوبة

-التحول الرقمي

-الإدارة الرقمية

-تكنولوجيا المعلومات

محتوى المادة:

- الإطار المفاهيمي للاقتصاد الرقمي
- هيكل وأسس الاقتصاد الرقمي
- تكنولوجيا المعلومات والاتصال والاقتصاد الجديد
- مؤشرات قياس الاقتصاد الرقمي
- تطبيقات الاقتصاد الرقمي
- استراتيجيات التحول نحو الاقتصاد الرقمي

-الفجوة الرقمية

-الاقتصاد الرقمي والتوجه نحو المجتمعات الذكية في المنطقة العربية

-الاقتصاد الرقمي في الجزائر: واقع وتحديات

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

المراجع:

*-Edward J. Malecki and Bruno Moriset, The digital economy, Taylor & Francis e-Library,
2007.

-CECILIA Ng and SWASTI Mitter, Gender and the Digital Economy, Sage Publications India Pvt
Ltdm2005

Understanding the Erik Brynjolfsson and Brian Kahin, Understanding the Digital Economy,
Massachusetts Institute of Technology.2006.

- سفيان قعلول والوليد طلحة/ الاقتصاد الرقمي في الدول العربية: الواقع والتحديات، صندوق النقد
الدولي، 2020

- عبد الناصر عبد العال ، إدارة الأعمال الإلكترونية، جامعة الملك فيصل، 2016

- بشير العلاق ، الترويج الإلكتروني ، دار اليازوري، 2008

- باسم غدير غدير/ اقتصاد المعرفة، شعاع للنشر والتوزيع، 2010

- بشير العلاق، لتسويق في عصر الإنترنت والاقتصاد الرقمي، دار البداية ناشرون وموزعون، 2010

السداسي: السادس

وحدة التعليم: اساسية

المادة: التجارة الإلكترونية

الرصيد: 5

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

- التعرف على التجارة الإلكترونية من حيث المفهوم ، أهم الفروقات بينها وبين التجارة التقليدية ، المزايا والفوائد ، أشكالها (أنماطها) ، الأهداف ، الخصائص ومختلف التحديات التي تواجهها.
- التعرف على مختلف المتطلبات الأساسية حتى يتم تطوير التجارة الإلكترونية ومختلف الوسائل وآليات الدفع المستخدمة في التجارة الإلكترونية.
- التعرف على عقود التجارة الإلكترونية ومختلف المشاكل المرتبطة بذلك.
- تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

المعارف المسبقة المطلوبة

-- مفاهيم مرتبطة بالادارة الالكترونية.

محتوى المادة:

- ماهية التجارة الإلكترونية
- المتطلبات الأساسية لتطوير التجارة الإلكترونية
- الإطار التشريعي لتنظيم التجارة الإلكترونية
- المخاطر المرتبطة بالتجارة الإلكترونية
- آليات ووسائل الدفع المستخدمة في التجارة الإلكترونية
- مراحل وتطبيقات التجارة الإلكترونية
- عقود التجارة الإلكترونية
- واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
- طريقة التقييم : تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- إبراهيم العيسوي ، التجارة الإلكترونية/المكتبة الأكاديمية ، (2003) ، القاهرة، مصر. ،
 - عبد الصبور عبد القوي علي المصري(2012) ، التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، مكتبة القانون والاقتصاد ، الرياض، المملكة العربية السعودية.
 - إبراهيم بختي(2005) ، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
 - عمر حسين المومني(2003) ، التوقيع الإلكتروني وقانون التجارة الإلكترونية، دار وائل، عمان، الأردن.
 - عزة العطار(2004) ، التجارة الإلكترونية بين البناء والتطبيق، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، الإسكندرية.
- Guy Hervier (2001), Le commerce électronique ,vendre en ligne et optimiser ses achats , édition d'organisation, Paris ;France.

السداسي: السادس

وحدة التعليم: اساسية

المادة: الذكاء الاقتصادي

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

- التعرف على مفهوم الذكاء الاقتصادي ، تطبيقاته واهميته بالنسبة للمؤسسة والدولة.

المعارف المسبقة المطلوبة

- تكنولوجيا المعلومات

- اقتصاد مؤسسة

محتوى المادة:

- الاطار التاريخي والمفاهيمي للذكاء الاقتصادي

- أدوات الذكاء الاقتصادي

- مراحل تطبيق الذكاء الاقتصادي

- متطلبات تطبيق الذكاء الاقتصادي

- مجالات تطبيق الذكاء الاقتصادي

- نماذج الذكاء الاقتصادي

- واقع تطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الأجنبية

- واقع تطبيق الذكاء الاقتصادي في الجزائر

طريقة التقييم : تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%)

والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

François Jakobiak, l'intelligence économique techniques et outils 2^{ème} édition, EYROLLES éditions d'organisation, paris. 2009

Arnaud Pelletier et Patrick Cuenot, Intelligence économique mode d'emploi : maitriser l'information stratégique de votre entreprise, Pearson, Paris.2013

- وسيم أبو عريش، (2016)، الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية، دار هالد اللحيائي للنشر والتوزيع، السعودية.

السادسي: السادس

وحدة التعليم: منهجية

المادة: تصميم وإدارة المنصات الرقمية

الرصيد: 5

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

هدف دراسة مادة تصميم وإدارة المنصات الرقمية هو تزويد الطلاب بالمعرفة والمهارات اللازمة لتصميم وإدارة المنصات الرقمية بشكل فعال. ويهدف ذلك إلى تعزيز الفهم الشامل للتقنيات الرقمية المستخدمة في تصميم وإدارة المنصات الرقمية، وكيفية استخدام هذه التقنيات لتعزيز تجربة المستخدم وتحقيق أهداف الأعمال.

المعارف المسبقة المطلوبة

ويتطلب تعلم هذه المادة معرفة سابقة بمفاهيم التقنية الرقمية والإدارة العامة والتحليل والتصميم. كما يتطلب الأمر مهارات في التواصل والعمل الجماعي وحل المشكلات.

- تكنولوجيا المعلومات

- التحول الرقمي

محتوى المادة:

1. مفهوم المحتوى الرقمي: ويشمل تعريف ونشأة وأنواع المحتوى الرقمي، مجالات المحتوى الرقمي، وأشكال المحتوى الرقمي.
2. إدارة المحتوى الرقمي: يغطي هذا المحور المواضيع المتعلقة بإدارة وتنظيم المحتوى الرقمي على المنصات الرقمية، بما في ذلك إنشاء وتعديل وحذف المحتوى، وكذلك إدارة حقوق الملكية الفكرية والخصوصية.
3. تصميم وتطوير المنصات الرقمية: يشمل هذا المحور دراسة كيفية تصميم وتطوير المنصات الرقمية التي تساعد على تسهيل التجارة الإلكترونية والتواصل الاجتماعي والتعليم الإلكتروني وغيرها من الخدمات الرقمية.
4. الأدوات والبرامج المستخدمة في تصميم المحتوى الرقمي
5. تصميم المحتوى الرقمي في التطبيقات والمنصات الرقمية والأدوات المدمجة.

6. الأمن السيبراني وحماية البيانات: يتضمن هذا المحور دراسة الطرق والأدوات المتاحة لحماية المستخدمين والبيانات الرقمية على المنصات الرقمية، وكذلك دراسة الهجمات السيبرانية وكيفية التعامل معها.

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

المراجع:

باللغة العربية:

1. تصميم وإدارة المواقع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية"، د. محمد الفوزان، دار الفراشة، 2017.
2. تصميم المنصات الرقمية"، د. عبد العزيز الشهري، مكتبة جرير، 2019.

باللغة الإنجليزية:

1. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice", Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick, Pearson Education, 2019.
2. Digital Business and E-Commerce Management", Dave Chaffey, Tanya Hemphill, Prentice Hall, 2019.
3. E-commerce 2018: business, technology, society", Kenneth C. Laudon, Carol Guercio Traver, Pearson Education, 2018.
4. Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy—and How to Make Them Work for You", Geoffrey G. Parker, Marshall W. van Alstyne, and Sangeet Paul Choudary, W. W. Norton & Company, 2016.
5. Building Digital Ecosystem Architectures: A Guide to Enterprise Architecting Digital Technologies in the Digital Enterprise", Mark Skilton and Felix Hovsepian, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016.

السادسي: السادس

وحدة التعليم: الأفقية

المادة: لغة أجنبية متخصصة 2

الرصيد: 01

المعامل: 01

نمط التعليم: حضوري + عن بعد

أهداف التعليم:

- Understand and analyze any document dealing with the fields of study.
- Develop critical thinking skills related to analysis and decision-making.
- Develop written skills in business contexts.
- Acquire a high level of knowledge of business concepts by using correct vocabulary and phrases for their specific tasks.
- Develop greater verbal fluency for face-to-face business situations.

المعارف المسبقة المطلوبة

Students must have successfully completed the lessons of S1, S2, and S3. 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:

1. The economics of data and privacy
2. Blockchain technology and cryptocurrencies
3. Artificial intelligence and machine learning in the digital economy
4. Crowdfunding and alternative financing models
5. Future trends in the digital economy and their potential impact on society and the economy.

طريقة التقييم: تقييم مستمر 100%

المراجع:

- Robert C. Appleby (1994), *Modern Business Administration*, Financial Times Management. 6th Edition.
- Simon Sweeney (2019). *English for Business Communication*. Cambridge University Press, Second Edition.
- Simon Sweeney (2002). *Professional English: Management*. Pearson Longman.
- Karen Collins (2012). *An Introduction to Business*. <http://2012books.lardbucket.org/>
- Sara Helm (2010). *Market Leader: Accounting and Finance*. Pearson Longman.
- D. Baker and R. Clark (2011). *Oxford English for Careers: Finance*. Oxford University Press.
- D. Cotton, D. Falvey, and S. Kent (2011). *Market Leader: Upper Intermediate*. Pearson Longman, Third Edition.
- Ian Mackenzie (2010). *English for Business Studies: A Course for Business Studies and Economic Studies*. Cambridge University Press, 3rd Edition.
- John Marks (2007). *Banking and Finance*. A & C Black Publishers, Second Edition.
- Paul Burns (2016). *Entrepreneurship and Small Business*. Palgrave, Fourth Edition.
- Eddie McLaney (2009). *Business Finance: Theory and Practice*. Pearson Education Ltd, 8th Edition.
- Unknown (2005). *Intelligent Business Course book: Intermediate Business English*. Pearson Longman.
- Ian Mackenzie (2008). *English for the Financial Sector*. Cambridge University Press.
- Julie Pratten (2009). *Absolute Financial English*. Delta Publishing
- J. Schofield and A. Osborn (2011). *Collins English for Business: Speaking*. Harper Collins Publishers.
- A. Littlejohn (2008). *Professional English Company to Company: A Task-based Approach to business emails, letters, and faxes*. Cambridge University Press, 4th Edition.

- Bill Masculi (2010). *Business Vocabulary in Use: Advanced*. Cambridge University Press, 2nd Edition.

السداسي: السادس

وحدة التعليم: منهجية

المادة: مشروع التخرج ليسانس

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري + عن بعد

أهداف التعليم:

تدريب الطلبة على إجراء التريصات الميدانية وجمع المعلومات التطبيقية وتحليلها وتنظيمها وعرضها.

المعارف المسبقة المطلوبة: منهجية البحث العلمي.

محتوى المادة:

1. دراسة جدوى مشروع من إعداد الطالب تحت إشراف أستاذ، ووضع مخطط الأعمال لتجسيد فكرة المشروع وبنضوي تحت مرافقة دار المقاولاتية أو حاضنات الأعمال ويخضع للتقييم من خبراء؛
 2. تنظيم ومشاركة وحضور الطلبة لأيام وورشات مفتوحة على الجامعة والمحيط بدعوة ممثل عن كل قطاع اقتصادي واجتماعي لتأطير كل ورشة أو ندوة لطلبة السنة الثالثة مثلا قطاع البنوك الخبراء المحاسبين مديرية التجارة مديرية الصناعة قطاع التأمينات شركات الاتصالات / المؤسسات الإنتاجية المؤسسات الصناعية.....)؛
 3. ندوة في التخصص أو ورشات تدريبية تضم عدة مواضيع مختلفة وقد تشمل إنشاء قواعد بيانات إحصائية متابعة وتحليل مؤشرات البورصة، ترجمة مقالات أجنبية متخصصة، إلخ؛
 4. إجراء تربص ميداني وإعداد تقرير عملي تحت إشراف أستاذ ومؤطر بالمؤسسة؛
 5. دراسة حالة اقتصادية أو ظاهرة اقتصادية وتحليلها وفق البرامج الإحصائية المساعدة؛
 6. تصميم وإنجاز برامج تطبيقية تساعد الطلبة في بعض المواد التعليمية
 7. تصميم مشروع افتراضي لحملات إعلانية أو بنوك افتراضية لسيرورة الأعمال
 8. القيام بدراسات ميدانية استقصائية حول إشكالات مطروحة في ميدان العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية.
- ملاحظة هامة :

01 نظرا لخصوصية كل منطقة ومحيط اقتصادي لكل جامعة، فإنه يترك المجال لاعتماد أحد البدائل المقترحة أعلاه في إعداد مشروع التخرج إلى تقدير اللجنة البيداغوجية للتخصص، والهيئات العلمية والإدارية وفرق ميدان التكوين للكلية أو المعهد.

02 طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 13-306 المؤرخ في 31 أوت 2013 المتضمن تنظيم التبرصات الميدانية وفي الوسط المهني لفائدة الطلبة لا سيما المادة 06 من الملحق المتعلقة بالتبرص والتي نصت صراحة على أن تجرى التبرصات مرتين في الأسبوع - واستنادا للمادة 23 المتعلقة ببرمجة التبرصات لطلبة ليسانس ل م د وماستر من القرار الوزاري المؤرخ في 21 يناير 2015 المحدد لطبيعة التبرصات الميدانية وفي الوسط المهني لفائدة الطلبة وكيفية تقييمها ومراقبتها وبرمجتها.

وحرصا على:

. الطاقة الاستيعابية لمؤسسات استقبال الطلبة المحدودة .
. الحرص على التغطية المالية للمستحقات المترتبة على إجراء هذه التبرصات .
فان مدة التبرص المحددة للطلبة في ميدان العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية باتفاق أعضاء اللجنة البيداغوجية الوطنية لميدان العلوم الاقتصادية والتي تعتمد في عروض التكوين تقدر بيومين في كل أسبوع لمدة أربع أسابيع (شهر) على الأكثر.

طريقة التقييم: تقييم مستمر 100%

المراجع:

تختلف المراجع من مشروع بحث لآخر، ولكن بصفة عامة يمكن الاسترشاد بالمراجع التالية:

- كتب في منهجية البحث العلمي؛
- دراسة حالات مؤسسات اقتصادية؛
- مواقع الانترنت المتخصصة؛
- مصادر مراجع (كتب ، مقالات ، ملتقيات ،) في التخصص

السداسي: السادس

وحدة التعليم: اساسية

المادة: اقتصاد التجارة والخدمات

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم

يهدف دراسة اقتصاد التجارة والخدمات إلى فهم كيفية إنتاج وتوزيع الخدمات والسلع التي تتم تداولها في السوق، وكذلك دراسة العوامل التي تؤثر على سلوك المستهلكين والمنتجين في هذه الأسواق. يتم التركيز على الأساليب الاقتصادية لتحليل وفهم التجارة والخدمات، بما في ذلك الاستهلاك والإنتاج والتوزيع والأسواق والمنافسة والابتكارات والعلاقات الدولية والتنمية الاقتصادية. يهدف البرنامج إلى تزويد الطلاب بالمهارات والمعارف اللازمة لفهم وتحليل التجارة والخدمات وتطبيقها في الواقع الاقتصادي.

المعارف المسبقة المطلوبة

تكون لدى الطالب معرفة بالمفاهيم الاقتصادية الأساسية والنظريات الاقتصادية المختلفة، بالإضافة إلى فهم عملية التجارة والتبادل التجاري الدولي وكيفية تحليلها. كما يجب أن يكون لدى الطالب مهارات في البحث والتحليل والتفكير النقدي لفهم التحديات والفرص في مجال الاقتصاد العالمي والتجارة الدولية.

- الاقتصاد الدولي

- القانون التجاري.

- محتوى المادة:

1- تعريف الخدمات وأنواعها.

2- تحليل الخدمات والأسواق الخدمية.

3- تحليل الانتاجية والجودة في الخدمات.

4- تحليل التكاليف والأسعار في الخدمات.

5- تحليل التجارة الدولية في الخدمات.

6- تحليل التنظيم والسياسات العامة للخدمات.

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

المراجع:

مراجع باللغة العربية:

1. التجارة الدولية والعملة الاقتصادية لأحمد بدري المطيري
2. التجارة العالمية وتأثيرها على التنمية الاقتصادية لمحمد عاشور ومحمد موسى
3. الخدمات وتنمية الاقتصاد العالمي لمحمد الدسوقي
4. الاقتصاد الرقمي وأثره على التجارة والخدمات لصالح الحميدان

مراجع باللغة الإنجليزية:

1. International Trade and the World Economy by Henry Thompson
2. Globalization and its Discontents by Joseph E. Stiglitz
3. Services and Economic Development in the Asia-Pacific by Anthony T. Bryan and Tilak Abeyasinghe
4. The Economics of Services: Micro foundations, Development and Policy Implications by Koenig Archibugi and Andrea Filippetti