

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

مواعمة

عرض تكوين ماستر

أكاديمي

القسم	الكلية/ المعهد	المؤسسة
العلوم التجارية	كلية العلوم الإقتصادية ، التجارية وعلوم التسيير	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

الميدان : علوم اقتصادية، تسيير وعلوم تجارية

الفرع: علوم تجارية

التخصص: تسويق الخدمات

السنة الجامعية: 2016-2017

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

**MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE**

HARMONISATION

OFFRE DE FORMATION MASTER ACADEMIQUE

Etablissement	Faculté / Institut	Département
Universite 20 Aout 1955 skikda	Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion	Sciences comerciales

Domaine: Sciences économiques, de gestion et commerciales

Filière: sciences commerciales

Spécialité: Marketing des services

Année Universitaire : 2016-2017

الفهرس

- I- بطاقة تعريف الماستر**
- 1- تحديد مكان التكوين----- 4
 - 2- المشاركون في التأطير----- 5
 - 3- إطار وأهداف التكوين----- 5
 - أ. شروط الالتحاق----- 6
 - ب. أهداف التكوين----- 6
 - ج. المؤهلات و القدرات المستهدفة----- 6
 - د. القدرات الجهوية و الوطنية لقابلية التشغيل----- 7
 - هـ. الجسور نحو تخصصات أخرى----- 7
 - و. مؤشرات متابعة مشروع التكوين----- 7
 - ز. قدرات التأطير----- 7
 - 4-الإمكانيات البشرية المتوفرة----- 8
 - أ-اساتذة المؤسسة المتدخلين في الاختصاص----- 8
 - ب-التأطير الخارجي----- 9
 - 5-الإمكانيات المادية المتوفرة----- 10
 - أ. المخابر البيداغوجية والتجهيزات----- 10
 - ب. ميادين التربص والتكوين في المؤسسات----- 10
 - ج. مخابر البحث لدعم التكوين في الماستر----- 11
 - د. مشاريع البحث لدعم التكوين في الماستر----- 11
 - هـ. فضاءات الأعمال الشخصية وتكنولوجيات الإعلام والاتصال----- 11
- II- بطاقة التنظيم السداسي للتعليم**
- 1- السداسي الأول----- 12
 - 2- السداسي الثاني----- 13
 - 3- السداسي الثالث----- 14
 - 4- السداسي الرابع----- 15
 - 5- حوصلة شاملة للتكوين----- 16
- III البرنامج المفصل لكل مادة**

بطاقة تعريف الماجستير
(تعبئة كل الخانات اجباري)

1- تحديد مكان التكوين: جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

- كلية أو معهد: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
- قسم: العلوم التجارية
- تخصص: تسويق خدمات

2- المشاركون في التكوين (*):

- المؤسسات و الشركاء الاجتماعيون الاقتصاديون الآخرون:
- مؤسسة سونطراك سكيكدة بجميع فروعها (GNL، RAFINERIE، ENIP.....).
- المؤسسة المينائية بسكيكدة.
- مؤسسة نفطال.
- مؤسسة كوكاكولا.
- فندق السلام، فنادق سطورة.
- مؤسسات الاتصالات (موبيليس، جيزي، أوريدو)، اتصالات الجزائر، بريد الجزائر.
- البنوك (BADR, BNA.....) إضافة إلى البنوك الأخرى.
- مؤسسة سيجيكو للعصائر.
- المؤسسات الأخرى عمومية وخاصة.
- الشركاء الدوليون الأجانب :

فرنسا

- Université d'Aix Marseille.
- Université de Strasbourg.
- Université de Nimes.
- Université de paris Nantiene.
- Université Paul Valery Montpellier 3.
- Université Reims Laboratoire LIP6.

فنندا

Université de Vassa Finlande.

إيطاليا

Université de Calabre

بلجيكا

Université de GAND

تونس

جامعة القيروان، جامعة قفصة، جامعة تونس المنار، جامعة جندوبة، جامعة قرطاج.

3- إطار وأهداف التكوين:

أ- شروط الالتحاق (تحديد تخصصات النموذجية لليسانس التي تسمح بالالتحاق بالتكوين في الماستر المعني)
هذا التخصص مفتوح لحاملي شهادة ليسانس تخصص تسويق، تسويق الخدمات، تسويق سياحي وفندقي، تسويق فندقي، تسويق سياحي وإدارة أعمال، بالإضافة إلى الحصول على الرتبة التي تخول لهم للالتحاق بالماستر، بالإضافة إلى شروط فرقة التكوين ومنها السيرة والسلوك.

ب- أهداف التكوين

- الكفاءات المستهدفة طلبة الليسانس نظام ل م د وهذا من أجل :
- ضمان تأهيل الطلبة للحصول على درجة الماستر في تسويق الخدمات من خلال إكسابهم معارف ومؤهلات في مجال تسويق الخدمات، بالإضافة إلى تحكيمهم في الميادين المتعلقة بالتطبيقات المختلفة لوظيفة تسويق الخدمات لمختلف الاقتصاديات، وتمكينهم من ممارسة المهن المتعلقة بتسويق الخدمات وتسويق شؤون المؤسسات التسويقية، بالإضافة إلى تطوير روح المبادرة والمسؤولية لديهم

ج- المؤهلات والقدرات المستهدفة (فيما يخص الاندماج المهني – 20 سطر على الأكثر)

عند نهاية التكوين يهدف البرنامج إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تزويد الطلاب بالمهارات اللازمة لممارسة مهامهم في مجال الإدارة التسويقية للنشاطات الخدمية مثل النشاطات السياحية والفندقية، ونشاطات المؤسسات الخدمية بصفة عامة.
- إكساب الطالب المعارف النظرية الضرورية المتعلقة بالإدارة التسويقية الحديثة وكذا فنيات التعامل مع العملاء.
- تعليم الطلاب كيفية استخدام التقنيات ذات الصلة بالتخصص .
- مواكبة المستجدات في مجال نشاط التسويق.
- التخصص الدقيق في أحد مجالات التسويق.
- تأهيل الطلبة الطامحين لاستكمال مسارهم الدراسي في ذات التخصص أو التخصصات الأخرى ذات الصلة، بالإضافة إلى المشاركة الفاعلة والمثمرة في دفع عجلة التنمية البشرية والاقتصادية بالبلاد.
- المساهمة في ترقية البحث العلمي والمساهمة في التنمية المستدامة للمجتمع.

د- القدرات الجهوية والوطنية القابلة لتشغيل حاملي الشهادات الجامعية

- توجد العديد من المؤسسات بإقليم ولاية سكيكدة والولايات المجاورة (قالمة، عنابة، جيجل، ميلة قسنطينة) يمكن أن تساعد على التشغيل منها :
- المؤسسات والهيئات التي تنشط في قطاع الخدمات خاصة السياحية والمالية.
- المؤسسات السياحية والفندقية بكل الولايات.
- المؤسسات المالية المختلفة (بنوك وتأمينات).
- المؤسسات الخدمية المختلفة مثل: الاتصالات.

ه- الجسور نحو تخصصات أخرى:

يسمح هذا التخصص للطلاب بدراسة تخصصات أخرى كالتسويق وادارة أعمال والتسويق الصناعي.

و- مؤشرات متابعة التكوين :

- التقويم النظري على مستوى الدروس والأعمال الموجهة والمحاضرات عن طريق امتحان في المادة بنسبة 60% و امتحان على مستوى الأعمال الموجهة 40%.
- التقويم الميداني من خلال التربصات المحلية.

ز- قدرات التأطير: 40طالب

4- الإمكانات البشرية المتوفرة:

أ- أساتذة المؤسسة المتدخلين في التخصص:

الاسم واللقب	الشهادة الترج+التخصص	الشهادة مابعد التدرج +التخصص	الرتبة	*طبيعة التدخل	التوقيع
فريد كورتل	مالية	دكتوراه تسويق	أستاذ التعليم العالي	محاضرة+تطبيق	
زرزار العياشي	ادارة أعمال	دكتوراه تسيير المؤسسات	أستاذ محاضر أ	محاضرة+تطبيق	
لطرش علي	ادارة أعمال	دكتوراه	أستاذ محاضر أ	محاضرة+تطبيق	
مقيح صبري	تسيير	دكتوراه تسيير المؤسسات	أستاذ محاضر أ	محاضرة+تطبيق	
بوغليطة الهام	ادارة أعمال	دكتوراه تسيير المؤسسة	أستاذة محاضرة أ	محاضرة+تطبيق	
بوعنان نور الدين	تسويق	ماجستير تسويق	أستاذ مساعد أ	محاضرة+تطبيق	
بوناب ياسين	التسويق والاستراتيجية	ماجستير تسويق واستراتيجية	أستاذ مساعد أ	محاضرة+تطبيق	
عثمان اسكندر	تسويق	ماجستير تسويق	أستاذ مساعد أ	محاضرة+تطبيق	
رجم نور الدين	محاسبة	ماجستير تسويق	أستاذ مساعد أ	محاضرة+تطبيق	
خنشول آسيا ايمان	مالية	ماجستير تسويق	أستاذة مساعدة أ	محاضرة+تطبيق	
مقيح حمزة	تسويق	ماجستير تسويق	أستاذ مساعد أ	محاضرة+تطبيق	
رابحي دراجي	تسويق	ماجستير تسويق	أستاذ مساعد أ	تطبيق	
بن الشيخ بوبكر الصديق	تسويق	ماجستير تسويق	أستاذ مساعد أ	تطبيق	

* محاضرة، تطبيق، أعمال موجهة، أعمال تطبيقية، تأطير التريصات، تأطير المذكرات، أخرى (توضح).

ب- التأطير الخارجي

المؤسسة التابعة لها:

التوقيع	*طبيعة التدخل	الرتبة	الشهادة ما بعد التدرج + التخصص	الشهادة التدرج + التخصص	الاسم واللقب
	تأطير المذكرات	أستاذ التعليم العالي	دكتوراه	تسويق	عز الدين بن تركي
	تأطير المذكرات	أستاذ التعليم العالي	دكتوراه تسويق	تسويق	كمال مرداوي
	محاضرة	أستاذ محاضر أ	دكتوراه ادارة أعمال	ادارة أعمال	بوقلقول الهادي

* محاضرة، أعمال تطبيقية، أعمال موجهة، تأطير التربصات، تأطير المذكرات، أخرى (توضح)

5- الإمكانيات المادية المتوفرة

أ- المخابر البيداغوجية والتجهيزات: تقديم بطاقة عن التجهيزات البيداغوجية المتوفرة بالنسبة للأعمال التطبيقية للتكوين المقترح. (بطاقة واحدة لكل مخبر)

عنوان المخبر :

الرقم	اسم التجهيز	العدد	الملاحظات
	أجهزة إعلام آلي	123	على مستوى الكلية
	طابعات	52	على مستوى الكلية
	ماسحات ضوئية	2	على مستوى الكلية
	Data chou	10	على مستوى الكلية
	جهاز إعلام آلي محمول	4	على مستوى الكلية
	عاكسات الصور	10	على مستوى الكلية
	آلات نسخ	20	على مستوى الكلية
	آلة طباعة	3	على مستوى الكلية
	آلة تصوير رقمية	2	على مستوى الكلية

ب- ميادين التربص والتكوين في المؤسسات:

مكان التربص	عدد الطلبة	مدة التربص
فندق السلام	05	6 أشهر
غرفة الصناعات التقليدية والحرف	05	6 أشهر
النادي السياحي الجزائري	05	6 أشهر
اتصالات الجزائر	05	6 أشهر
بنك الخليج الجزائر	05	6 أشهر
بنك بدر	05	6 أشهر
شركات التأمين	05	6 أشهر

ج- مخابر البحث لدعم التكوين المقترح: مخبر الاقتصاد، المالية، وإدارة الأعمال
(ECOFIMA)

رئيس المخبر د/زرزار العياشي
رقم اعتماد المخبر: 222 بتاريخ 2009/07/13
التاريخ: 2009
رأي رئيس المخبر :

د- مشاريع البحث الداعمة للتكوين المقترح:

عنوان مشروع البحث	رمز المشروع	تاريخ بداية المشروع	تاريخ نهاية المشروع
مساهمة أنشطة التسويق بالعلاقات في تعزيز مركز المؤسسة التنافسي	M01620120026	جانفي 2013	ديسمبر 2015

ه- فضاءات الأعمال الشخصية وتكنولوجيات الإعلام والاتصال:

- تتوفر بالكلية قاعة للمطاعة، تضم مئات الكتب باللغة العربية، والأجنبية.
- مكتبة الكلية تضم مئات الكتب باللغة العربية، والأجنبية.
- المكتبة المركزية للجامعة تضم مئات الكتب باللغة العربية، والأجنبية.
- قاعة للانترنت مجهزة بأحدث الأجهزة تتسع لـ 40 طالب
- مركز للحسابات بالجامعة مزود بالانترنت ويتوفر على 650 حاسوب.
- 4 قاعات مجهزة بـ 25 حاسوب لكل قاعة.

II- بطاقة التنظيم السداسي للتعليم
(الرجاء تقديم بطاقات الأربع (4) سداسيات)

1 - السداسي الأول:

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي			الحجم الساعي السداسي 16-14 أسبوع	وحدة التعليم	
امتحان	متواصل			أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة			محاضرة
								وحدات التعليم الأساسية	
+	+	6	2	5 سا		1سا و30 د	1سا و30 د	120 سا	مدخل للخدمات
+	+	6	2	5 سا		1سا و30 د	1سا و30 د	120 سا	التسويق الاستراتيجي للخدمات
+	+	6	2	5 سا		1سا و30 د	1سا و30 د	120 سا	ادارة علاقات الزبون
									وحدات التعليم المنهجية
+	+	5	2	4 سا		1سا و30 د	1سا و30 د	105 سا	التسويق الأخضر للخدمات
+		4	1	4 سا و30د			1سا و30 د	90 سا	الاتصال والتحرير الاداري
									وحدات التعليم الإسكتشافية
+		2	1	1سا و30 د			1سا و30 د	45 سا	قانون حماية المستهلك
									وحدة التعليم الأفقية
+		1	1	1سا		1سا و30 د		25 سا	لغة أجنبية
		30	11	26 سا		7سا و30 د	9 سا	625 سا	مجموع السداسي 1

2-السداسي الثاني:

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي			الحجم الساعي السداسي 16-14 أسبوع	وحدة التعليم	
إمتحان	متواصل			أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة			محاضرة
								وحدات التعليم الأساسية	
+	+	6	2	5 سا		1سا و 30 د	1سا و 30 د	120 سا	تسويق الخدمات المالية
+	+	6	2	5 سا		1سا و 30 د	1 سا و 30 د	120 سا	التسويق الفندقي
+	+	6	2	5 سا		1سا و 30 د	1سا و 30 د	120 سا	التسويق السياحي
									وحدات التعليم المنهجية
+	+	5	2	4 سا		1سا و 30 د	1سا و 30 د	105 سا	فن الاتكيت والتعامل
+	+	4	2	2 سا و 30 د		1سا و 30 د	1سا و 30 د	82 سا و 30 د	التجارة الدولية للخدمات
									وحدات التعليم الإستشفائية
+		2	1	1 سا و 30 د			1سا و 30 د	45 سا	قانون الجمارك
									وحدة التعليم الأفقية
+		1	1	1 سا		1سا و 30 د		25 سا	لغة أجنبية
		30	12	24 سا		9 سا	9 سا	617.5 سا	مجموع السداسي 2

3 - السداسي الثالث:

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي			الحجم الساعي السداسي 16-14 أسبوع	وحدة التعليم
إمتحان	متواصل			أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة		
								وحدات التعليم الأساسية
+	+	6	2	5 سا	1 سا و 30 د	1 سا و 30 د	120 سا	التسويق الصحي
+	+	6	2	5 سا	1 سا و 30 د	1 سا و 30 د	120 سا	تسويق خدمات النقل
+	+	6	2	5 سا	1 سا و 30 د	1 سا و 30 د	120 سا	التسويق الإلكتروني للخدمات
								وحدات التعليم المنهجية
+	+	5	2	4 سا	1 سا و 30 د	1 سا و 30 د	105 سا	تقنيات التنبؤ
+		4	1	3 سا و 30 د		1 سا و 30 د	85 سا	منهجية البحث العلمي
								وحدات التعليم الإسكتشافية
+		2	1	1 سا و 30 د		1 سا و 30 د	45 سا	قانون المنافسة
								وحدة التعليم الأفقية
+		1	1	1 سا	1 سا و 30 د		25 سا	لغة أجنبية
		30	11	25 سا	7 سا و 30 د	9 سا	620 سا	مجموع السداسي 3

4 - السداسي الرابع:

الميدان : العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
الفرع : علوم تجارية
التخصص: تسويق الخدمات

تربص في مؤسسة يتوج بمذكرة تناقش

الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي	
30	4	600	مذكرة تخرج
30	4	600	مجموع السداسي 4

5 - حوصلة شاملة للتكوين: (يرجى ذكر الحجم الساعي الإجمالي موزع بين المحاضرات والتطبيقات، للسداسيات الأربعة بالنسبة لمختلف وحدات التعليم حسب الجدول التالي):

ح س	وت	الأساسية	المنهجية	الاستكشافية	الأفقية	المجموع
	محاضرة	202 سا و 30 د	135 سا	67 سا و 30 د	-	405 سا
	أعمال موجهة	202 سا و 30 د	90 سا	-	67 سا و 30 د	360 سا
	أعمال تطبيقية	-	-	-	-	-
	عمل شخصي	675 سا	337 سا و 30 د	67 سا و 30 د	45 سا	1125 سا
	عمل آخر (مذكرة تخرج)	600 سا	-	-	-	600 سا
	المجموع	1680 سا	562 سا و 30 د	135 سا	112 و 30 سا	2490 سا
	الأرصدة	72	36	8	4	120
	% الأرصدة لكل وحدة تعليم	60%	30%	6.66%	3.33%	

III- البرنامج المفصل لكل مادة (تقديم بطاقة مفصلة لكل مادة)

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: مدخل للخدمات

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف التعليم:

تمكين الطالب من التحكم في مختلف المفاهيم المتعلقة بالخدمة، إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات في مجال التسويق.

المعارف المسبقة المطلوبة :

معارف أساسية في التسويق.

محتوى المادة:

طبيعة الخدمات (مفهوم، تعريف..)، مكانة الخدمات في اقتصاديات الدول، سمات وخصائص الخدمة، تصنيف الخدمات، جوهر الخدمة والخدمات المحيطة، المزيج التسويقي للخدمات، أنظمة الخدمات، الابداع في الخدمات

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- فريد كورتل تسويق الخدمات، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2007.

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية
اسم المادة : التسويق الاستراتيجي للخدمات

الرصيد:6

المعامل:2

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة بالتسويق الاستراتيجي وتطوير قدراته على التفكير الموضوعي وتنمية مهاراته في مجال التسويق، إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات المتعلقة بالتسويق لضمان المستوى الأكاديمي الرفيع.

المعارف المسبقة المطلوبة :

الطالب يكون مدركا لمبادئ التسويق الأولية وكذا المرتكزات التسويقية وبصورة خاصة السوق والمستهلك.

محتوى المادة:

مفهوم وطبيعة التسويق الاستراتيجي، أهمية التسويق الاستراتيجي، مكانة التسويق الاستراتيجي في المؤسسات الخدمية، كيفية إعداد الإستراتيجية التسويقية الخدمية، مراحل الإستراتيجية التسويقية في قطاع الخدمات، الاستراتيجيات القاعدية(التكلفة، التركيز، التنويع)، جوهر الاختلاف بين التسويق العملي والتسويق الاستراتيجي.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- أحمد الطائي وآخرون: التسويق الحديث، دار اليازوري، عمان، 2007.
- محمود جاسم الصميدي، ردينة عثمان: التسويق الشامل، دار المناهج، عمان، 2006.

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: ادارة علاقات الزبون

الرصيد:6

المعامل:2

أهداف التعليم:

تمكين الطالب من التحكم في مختلف المفاهيم المتعلقة بإدارة العلاقة مع الزبون، إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات في مجال التسويق.

المعارف المسبقة المطلوبة :

معارف أساسية في التسويق.

محتوى المادة:

تطور التسويق بالعلاقات، مفهوم التسويق بالعلاقات، أهمية التسويق بالعلاقات، مرتكزات التسويق بالعلاقات، العناصر الأساسية للتسويق بالعلاقات، مفهوم إدارة العلاقة مع الزبون، مكونات إدارة العلاقة مع الزبون، آلية إدارة العلاقة مع الزبون، العوامل المؤثرة على العلاقة مع الزبون.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- يوسف جحيم، سلطان الطائي، هاشم فوزي، دباس العبادي، إدارة علاقات الزبون، ط1، مؤسسة الوراق، عمان الأردن، 2009.
- جيهان عبد المنعم رجب: العلاقة بين المشتري والمورد مدخل التسويق بالعلاقات، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2006.
- درمان سليمان الصادق: التسويق المعرفي، ط1، دار كنوز المعرفة، عمان، الأردن، 2012.
- , Duobis Management stratégique des service, édition ,vogler Eric .Paris
- François caby, Claude jambart, la qualité dans les services, 2^{eme} edition, paris, France, 2002.

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية
اسم المادة: التسويق الأخضر للخدمات

الرصيد: 5

المعامل: 2

أهداف التعليم:

إكساب الطالب معارف جديدة في ما يخص التسويق الأخضر.

المعارف المسبقة المطلوبة :

يكون الطالب على دراية أولية حول البيئة والتلوث البيئي.

محتوى المادة:

- البيئة الطبيعية والتنمية المستدامة: التوازن بين البيئة والإنسان.
- التوجه البيئي للتسويق: التسويق الأخضر، المفهوم والدوافع.
- التسويق الأخضر، استراتيجياته وأبعاده: أبعاد التسويق الأخضر، المبادرات الداعمة للتسويق الأخضر، استراتيجيات التسويق الأخضر.
- المزيج التسويقي الأخضر: استراتيجيات الخدمة الخضراء الأخضر، استراتيجيات التسعير الأخضر استراتيجيات التوزيع الأخضر، استراتيجيات الترويج الأخضر.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب .

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- ثامر البكري، أحمد نزار النوري: التسويق الأخضر، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2007.
- عارف صالح مخلف: الإدارة البيئية الحماية الإدارية للبيئة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009.

P.Kotler, K.Keller, et autres, marketing management, Pearson éducation, 12 édition

management environnemental, AFNOR, France, 2005: Michel Janquières

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية
اسم المادة : الاتصال والتحرير الاداري

الرصيد:4

المعامل:2

أهداف التعليم:

باعتبار الاتصال مهم للمؤسسة، لذا نجد ضرورة إكساب الطالب مبادئ الاتصال والتحرير الاداري.

المعارف المسبقة المطلوبة :

معرفة قاعدية بالمفاهيم المرتبطة بالإدارة بصفة عامة.

محتوى المادة:

ماهية الاتصال، عناصر ووظائف الاتصال، نماذج وأشكال الاتصال، مقومات ومعوقات الاتصال، مفهوم تقنيات الاتصال (النشأة والتطور)، تقنيات الاتصال وخطوات تطويره، معوقات تقنيات الاتصال، التحرير الإداري كأحد تقنيات الاتصال (مفهومه، شروطه وصيغته)، مبادئ وقواعد التحرير الإداري، الرسالة الإدارية، الوثائق الإدارية غير الرسالة، نماذج عن المراسلات ذات الطابع الرسمي، نماذج عن المراسلات ذات الطابع الشخصي، نماذج لمراسلات أخرى.

طريقة التقييم:

- امتحان في نهاية السداسي يتضمن العمل الشخصي.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

رجحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي: الاتصال والعلاقات العامة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2005.

سعيد يس عامر: الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، القاهرة، الطبعة الثانية، 2000.
التحرير الاداري، سند تكويني موجه، المعهد الوطني لتكوين مستخدمي التربية وتحسين مستواهم، 2010

Catherine lebailly: La communication interne dans les collectivités territoriales stratégie et method, édition la lettre du cadre, territorial, 1998.

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الاستكشافية

اسم المادة : قانون حماية المستهلك

الرصيد:2

المعامل:1

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة بقانون حماية المستهلك وتطوير قدراته القانونية وتنمية مهاراته في مجال القانون، إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات المرتبطة بتطور المنظومة القانونية الجزائرية وهذا للوصول إلى المستوى الأكاديمي الرفيع في عالم سريع التطور.

المعارف المسبقة المطلوبة :

الطالب تكون له خلفية نظرية عن دراسة القانون بصفة عامة.

محتوى المادة:

شرح وتوضيح الأمر رقم 03-03 المتضمن قانون المنافسة

طريقة التقييم:

- امتحان في نهاية السداسي يتضمن العمل الشخصي.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

الأمر 03-03 المتضمن قانون المنافسة

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأفقية

اسم المادة: لغة أجنبية

الرصيد: 1

المعامل: 1

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة باللغة الانجليزية وتطوير قدراته على التفكير الموضوعي وتنمية مهاراته في مجال اللغة الانجليزية، إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات المتعلقة بالبحث بالاعتماد على اللغات الأجنبية لضمان المستوى الأكاديمي الرفيع في عالم سريع التطور.

المعارف المسبقة المطلوبة :

الطالب تكون له خلفية نظرية عن اللغة الانجليزية وبعض المصطلحات التي تخص تخصصه.

محتوى المادة:

The key features of course are

Core reading texts to explain the basic content, systematic vocabulary development, translations into English, a grammar work schedule and grammar practice test, progress tests or mock examinations.

طريقة التقييم:

- امتحان في نهاية السداسي يتضمن العمل الشخصي.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- معجم المصطلحات الاقتصادية الجزء 1 و2 ديوان المطبوعات الجامعية.
- قواميس انجليزي عربي أو عربي انجليزي
- جيران موسى، طلعت قبيعة، هزار أحمد، فائدة مرجان: المعجم المزدوج متقن الجيب، عربي انجليزي- انجليزي
- عربي، دار الراتب الجامعية، بيروت، لبنان، 2007.

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية
اسم المادة : تسويق الخدمات المالية

الرصيد:6

المعامل:2

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة بالخدمات المالية وتطوير قدراته على التفكير الموضوعي وتنمية مهاراته في مجال تسويق الخدمات المالية، إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات المتعلقة بتطوير الخدمات المالية في زمن المنافسة الشديدة لضمان المستوى الأكاديمي الرفيع.

المعارف المسبقة المطلوبة :

الطالب يكون له دراية بالوظيفة المالية والمفاهيم الأولية المتعلقة بالتسويق وكذا مجالات استخدامه ومطلع على تسويق الخدمات بصفة عامة.

محتوى المادة:

طبيعة الخدمات المالية(مفهوم، تعريف: خدمات المصارف، خدمات التأمين)، مفهوم وطبيعة التسويق المصرفي، سوق المصارف، مستهلك الخدمات المصرفية، المزيج التسويقي للخدمة المصرفية، مفهوم وطبيعة التسويق التأميني، سوق التأمينات، مستهلك خدمات التأمين، المزيج التسويقي لخدمات التأمين.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40 %
و60 % على الترتيب .

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- فريد كورتل: تسويق الخدمات، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2007.
- محمود جاسم الصميدي: التسويق المصرفي، دار وائل للنشر، الأردن، 2006.
- Lovelock, Christopher, H.Services Marketing, 4thed, Prentice Hall, 2001.
- Angor, Roffey, N.Marketing Accounting Services, International Marketing Review, vol.12,1995.

عنوان الماستر: تسويق الخدمات
السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية
اسم المادة : التسويق الفندقي

الرصيد:6
المعامل:2

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة بالفنادق والتسويق الفندقي وتطوير قدراته على التفكير الموضوعي وتنمية مهاراته في مجال تسويق الخدمات التي تقدمها الفنادق، إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات المتعلقة بتطوير خدمات الفنادق في زمن المنافسة الشديدة لضمان المستوى الأكاديمي الرفيع.

المعارف المسبقة المطلوبة :

الطالب يكون له دراية للمبادئ الأولية للتسويق وكذا تسويق الخدمات عموماً.

محتوى المادة:

مفهوم الفنادق وأنواعها، مفهوم الخدمة الفندقية وأنواعها، أهمية الخدمة الفندقية، خصائص الخدمة الفندقية، ماهية التسويق الفندقي، أنواع الأسواق الفندقية، مقومات التسويق الفندقي، سلوك المستخدمين في مجال التسويق الفندقي، المزيج التسويقي للخدمات الفندقية، مفهوم الجودة الفندقية.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب .

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- صبري عبد السميع: التسويق السياحي والفندقي، أسس علمية وتجارب عربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر 2006.
- عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي، ط1، دار الراية، الأردن، 2009.
- علي فلاح الزعبي: التسويق السياحي والفندقي، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2013.
- عبد الكريم حافظ، الإدارة الفندقية والسياحية، ط1، دار أسامة، الأردن، 2010.
- Philip kotler et autre, marketing managment, pearson education, France,2006.

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية
اسم المادة : التسويق السياحي

الرصيد:6

المعامل:2

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة بالتسويق السياحي وتطوير قدراته على التفكير الموضوعي وتنمية مهاراته في مجال التسويق السياحي، إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات المتعلقة بالسياحة لضمان المستوى الأكاديمي الرفيع.

المعارف المسبقة المطلوبة :

الطالب تكون له خلفية نظرية أولية عن السياحة.

محتوى المادة:

طبيعة السياحة، المؤسسات السياحية، مفهوم وخصائص الخدمات السياحة، ماهية التسويق السياحي، خصائص التسويق السياحي، مكونات العرض السياحي.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- أحمد الطاهر، عبد الرحيم: تسويق الخدمات السياحية، الطبعة الأولى، دار الوفاء، مصر، 2012.
 - فتاح النسور، أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية، ط1، دار الصفاء، 2008.
 - سراب الياس وآخرون: تسويق الخدمات السياحية، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2002.
 - لمياء السيد حنفي: التسويق السياحي، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008.
- Robert lanquar, Robert Holliere Marketing touristique, 7^{eme} édition, puf, paris,2002.

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية
اسم المادة: فن الاتيكيت والتعامل

الرصيد: 5

المعامل: 2

أهداف التعليم:

تمكين الطالب من معرفة مهارات التعامل مع السياح والضيوف الرسميين.

محتوى المادة:

مدخل لفن الاتيكيت والتعامل، أهمية فن الاتيكيت والتعامل، إدارة المراسيم، السلوكيات والآداب الواجب إتباعها، طرق الخدمة العالمية الرئيسية، الإرشاد والدلالة السياحية.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب .

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- داود سليمان شمو: الاتيكيت وفن التعامل، الوراق، عمان، 2012.
- الشخيلي وعبد القادر: فن التعامل مع الآخرين، دار عالم الثقافة، عمان، 2007.
- القرغولي وعبد الرزاق، البروتوكول والاتيكيت، بغداد، 2000.
- خالد مقابلة: فن الدلالة السياحية، دار وائل، عمان، 2003.

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية
اسم المادة: التجارة الدولية للخدمات

الرصيد:4

المعامل:2

أهداف التعليم:

إكساب الطالب معلومات ومعارف حول التجارة الدولية للخدمات.

المعارف المسبقة المطلوبة :

معارف مسبقة حول التجارة الدولية، والاقتصاد الدولي بصفة عامة.

محتوى المادة:

مفهوم التجارة الدولية، مفهوم اقتصاد السوق، التجارة الدولية والنظام الاقتصادي المحلي، نظريات التجارة الدولية، التجارة العالمية، التجارة الدولية في الخدمات، حقوق الملكية الفكرية.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب .

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- رعد حسن الصرف: أساسيات التجارة الدولية المعاصرة، الجزء الأول، سلسلة الرضا للمعلومات، دار الرضا للنشر، سوريا، ديسمبر، 2000.
- زينب حين عوض الله: العلاقات الاقتصادية الدولية، مطابع الأمل، بيروت.
- سامي عفيفي حاتم: التجارة الدولية بين التنظير والتنظيم، الكتاب الأول، الطبعة الثانية، الدار المصرية العربية، القاهرة، 1993.

Robert M.dunnjir et john H.Mutti, International économies, 6th édition, routledge, 2004.

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدات التعليم الاستكشافية

اسم المادة : قانون الجمارك

الرصيد:2

المعامل:1

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة بقانون الجمارك وتطوير قدراته على التفكير الموضوعي وتنمية مهاراته في مجال الاهتمام بالقوانين التي تساعد في تخصصه، إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات المتعلقة بالقوانين الجزائرية لضمان المستوى الأكاديمي الرفيع.

المعارف المسبقة المطلوبة :

الطالب تكون له خلفية نظرية عن القانون بصفة عامة والقوانين التي لها علاقة بالجمارك.

محتوى المادة:

شرح مضمون القانون

طريقة التقييم: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- امتحان في نهاية السداسي يتضمن العمل الشخصي.

المراجع:

- قانون الجمارك الجزائري

- www.douane.gov.dz

عنوان الماستر : تسويق الخدمات

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأفقية

اسم المادة : لغة أجنبية

الرصيد:1

المعامل:1

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المفاهيم والمصطلحات المتعلقة باللغة الانجليزية في مجال تسويق الخدمات.

المعارف المسبقة المطلوبة :

الطالب تكون له خلفية نظرية عن اللغة الانجليزية وبعض المصطلحات التي تخص تخصصه.

محتوى المادة:

Marketing principales, consumer behavior, Mix Marketing, marketing touristique, marketing health service, Insurance Marketing Services .

طريقة التقييم:

- امتحان في نهاية السداسي يتضمن العمل الشخصي.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

Kotler, Philip, Kevin Lane Keller "1". A Framework for Marketing Management 4th ed, 2009.

- Adcock, Dennis: Al Halborg; Caroline Ross "Introduction "Marketing: principales and practice, 2001.
- Dacko, Scott G :The advanced dictionary of marketing, 2008.
- Kotler, Armstrong, Philip, Gary: Principales of Marketing.

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة : التسويق الصحي

الرصيد:6

المعامل:2

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة بالتسويق الصحي وتطوير قدراته على التفكير الموضوعي وتنمية مهاراته في مجال الاهتمام بتسويق الخدمات الصحية، إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات المتعلقة بالصحة كنشاط اجتماعي واقتصادي لضمان المستوى الأكاديمي الرفيع.

المعارف المسبقة المطلوبة :

الطالب يكون على دراية بمبادئ التسويق وتسويق الخدمات عموما وله معلومات عن السوق والمستهلك.

محتوى المادة:

ماهية التسويق الصحي، مراحل عملية التسويق الصحي، مرتكزات التسويق الصحي، تحليل سلوك المستهلك للخدمة الصحية، العوامل المؤثرة في السلوك الشرائي للمريض، المزيج التسويقي في مجال الخدمات الصحية، جودة الخدمات الصحية.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60 % على الترتيب .

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- ثامر البكري: تسويق الخدمات الصحية، دار اليازوري العلمية، 2008.
 - درمان صادق: تسويق الخدمات الصحية، دار كنوز المعرفة العلمية، 2012.
 - فريد كورتل تسويق الخدمات، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2007.
 - فريد كورتل وآخرون: تسويق الخدمات الصحية، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2010.
- Philip kotler marketing managment ,édition, paris, 2006.

عنوان الماستر : تسويق الخدمات

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية
اسم المادة : تسويق خدمات النقل

الرصيد:6

المعامل:2

أهداف التعليم:

إكساب الطالب معلومات ومعارف حول تسويق خدمات النقل لما لها من أهمية في التنمية الاقتصادية.

المعارف المسبقة المطلوبة :

معارف حول وسائل النقل ومؤسسات النقل والمواصلات بصفة عامة.

محتوى المادة:

طبيعة النقل، ماهية خدمات النقل، أنواع خدمات النقل، ماهية تسويق خدمات النقل، تحسين جودة خدمات النقل، المزيج التسويقي لخدمات النقل.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60 % على الترتيب.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- محمد سلمان المشوفي: اقتصاديات النقل والمواصلات، ط1، دار الفكر العربي، 2003.
- أيمن يوسف، إيمان وليد: تحسين جودة خدمات النقل الداخلي من منظور إدارة الجودة الشاملة، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، 2010.

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدات التعليم الأساسية
اسم المادة: التسويق الالكتروني للخدمات

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف التعليم:

تمكين الطالب من التحكم في مفاهيم التسويق الالكتروني للخدمات، مقارنة بالتسويق التقليدي.

المعارف المسبقة المطلوبة :

معارف حول تكنولوجيا المعلومات والتجارة الالكترونية.

محتوى المادة:

مدخل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، ماهية التسويق الالكتروني، دراسة سلوك مستهلك الخدمة الالكترونية المزيج التسويقي الالكتروني للخدمات.

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- يوسف أبو فارة، التسويق الالكتروني، عناصر المزيج التسويقي عبر الأنترنت، ط1 ، دار وائل، 2004.
- قيوم كارتن: التسويق الالكتروني، معرفة السوق والمستهلك عبر الانترنت، ط1 مجد بيروت، 2008.
- بشير العلاق: التسويق الالكتروني، عمان، اليازوري، 2010.
- محمد نصير: التسويق الالكتروني، عمان، دار الحامد، عمان، 2005.

عنوان الماستر: تسويق الخدمات
السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية
اسم المادة : تقنيات التنبؤ
الرصيد:5
المعامل:2

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة بتقنيات التنبؤ وباستخدام برنامج **spss** وتطوير قدراته على التفكير الموضوعي إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات المتعلقة بالدراسات الميدانية التي تعتمد على **spss** لضمان المستوى الأكاديمي الرفيع في عالم سريع التطور.

المعارف المسبقة المطلوبة :

يكون للطالب خلفية أولية في مجال الإحصاء تحصل عليها في مرحلة الليسانس من خلال مقياس الإحصاء الوصفي، والإحصاء الاستدلالي إلى جانب معارف اكتسبها من دراسته للإعلام الآلي لما لها من ارتباط.

محتوى المادة:

عموميات حول التنبؤ (أهمية التنبؤ، أنواع التنبؤ)، الطرق الكيفية للتنبؤ، الانحدار الخطي (الانحدار الخطي البسيط، الانحدار الخطي المتعدد)، السلاسل الزمنية، نموذج التمهيد الآسي لهولت وينترز (holt-winters)، أو وكس جينكينز (box-jinking)، تحليل البيانات باستخدام برنامج **spss** 1 (ترميز البيانات، إدخال البيانات إلى برنامج **spss** مقارنة المتوسطات باستخدام برنامج **spss**)، تحليل البيانات باستخدام برنامج **spss** 2 (تحليل التباين باستخدام برنامج **spss**، الارتباط والانحدار باستخدام برنامج **spss**، الاختبارات الإحصائية باستخدام برنامج **spss**).

طريقة التقييم:

- تقييم متواصل في الأعمال الموجهة وامتحان في نهاية السداسي يحسب لكل منهما 40% و60% على الترتيب.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

حشمان مولود، نماذج وتقنيات التنبؤ القصير المدى، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998.
دومينيك سلفادور: الاحصاء والاقتصاد القياسي، ديوان المطبوعات الجامعية، 1993.

- Regis bourborbonnais, jeans claude usunier, prevision des vents theorie et pratique, 3 eme ed, economica, paris, 2001.
- Regis bourbonnair, econometrie manuet et exercices, 8 eme ed, Dunod, paris, 2011.

- شفيق أحمد العتوم: طرق الإحصاء باستخدام **SPSS**، دار المناهج للنشر والتوزيع عمان، الطبعة الثالثة، 2008 .

- سليم أبو زيد: التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام برمجية **spss**، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع عمان، الطبعة الأولى، 2009.

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدات التعليم المنهجية

اسم المادة: منهجية البحث العلمي

الرصيد:4

المعامل:1

أهداف التعليم:

تمكين الطالب من أساليب النقاش والحوار حول أحدث المواضيع على مستوى تسويق الخدمات.

المعارف المسبقة المطلوبة :

معارف ومعلومات حول التسويق بصفة عامة وتسويق الخدمات بصفة خاصة.

محتوى المادة:

خطة البحث، عناصر البحث(العنوان مشكلة البحث، فرضيات البحث، الدراسات السابقة، الاطار النظري، محددات الدراسة، المراجع، ملاحق البحث)، منهج البحث العلمي، أدوات البحث العلمي، العينات، كتابة البحث واستخدام المصادر والهوامش.

طريقة التقييم:

- امتحان في نهاية السداسي يتضمن العمل الشخصي.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008.

علي غريب : أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، مطبعة سيرتا، قسنطينة، 2006. عمار بوحوش محمد محمود الذنبيات: منهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1999.

عنوان الماستر : تسويق الخدمات

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدات التعليم الاستكشافية

اسم المادة : قانون المنافسة

الرصيد:2

المعامل:1

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة بقانون المنافسة وتطوير قدراته على التفكير الموضوعي وتنمية مهاراته في مجال الاهتمام بالقوانين التي تساعد في تخصصه، إلى جانب جعل الطالب يواكب المستجدات المتعلقة بقانون المنافسة الجزائري لضمان المستوى الأكاديمي الرفيع .

المعارف المسبقة المطلوبة :

معرفة أولية بالقانون، والمنافسة بصفة عامة.

محتوى المادة:

شرح مضمون قانون المنافسة

طريقة التقييم:

- امتحان في نهاية السداسي يتضمن العمل الشخصي.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

قانون المنافسة.

عنوان الماستر : تسويق الخدمات

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأفقية

اسم المادة : لغة أجنبية

الرصيد: 1

المعامل: 1

أهداف التعليم:

إكساب الطالب المعرفة المتعلقة باللغة الإنجليزية المرتبطة ببعض المفاهيم الحديثة في مجال التسويق.

المعارف المسبقة المطلوبة :

الطالب تكون بحوزته المبادئ الأولية للغة الإنجليزية، وبعض المصطلحات التي تخص تخصصه .

محتوى المادة:

Marketing strategy service, Grée Marketing service, email marketing services.

طريقة التقييم:

- امتحان في نهاية السداسي 100%.

المراجع: (كتب، ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- Kotler, Philip & Keller, L. Kevin: Marketing Management 14^e, Pearson Education Limited, 2012.
- Dacko, Scott G: The advanced dictionary of marketing, 2008.