

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

فريق ميدان التكوين

التخصص: علوم مالية ومحاسبية

الشعبة: علوم مالية ومحاسبية

المقياس: اقتصاد المؤسسة

الأستاذ: منصور رقية

السداسي: الرابع

السنة: ثانية ليسانس

البرنامج السداسي التفصيلي للمقياس

المحاور الفرعية للبرنامج (عناصر المحاضرة)	محاور البرنامج (الفصول)	الأسابيع*
1- مفهوم المؤسسة وخصائصها 2. المؤسسة وبعض المصطلحات 3. التطور التاريخي للمؤسسة 4. الأسواق والمتعاملين الاقتصاديين للمؤسسة 5. أدوار المؤسسة 6. أهداف المؤسسة	المحاضرة الأولى: مفهوم المؤسسة الاقتصادية	الأسبوع 01
1. التصنيف حسب قطاع النشاط 2. التصنيف حسب حجم المؤسسات 3. تصنيف حسب معيار ملكية رأس المال 4. التصنيف حسب المعيار القانوني	المحاضرة الثانية: تصنيف المؤسسات الاقتصادية	الأسبوع 02
1. تعريف المحيط 2. خصائص المحيط 3. أنواع المحيط 1.3. المحيط الخارجي : المحيط غير المباشر (المحيط البعيد، العام) Macro Environnement - المحيط المباشر (المحيط القريب، الخاص) Micro Environnement 2.3. المحيط الداخلي 4. نتائج تقييم المحيط الخارجي للمؤسسة: 1.4. الفرص 2.4. القيود أو التهديدات 5. نتائج تقييم المحيط الداخلي للمؤسسة: 1.5. نقاط القوة 2.5. نقاط الضعف 6. حالات المحيط 1.6. حسب بعدي درجة التعقد ودرجة التغيير (اللاثبات) في المحيط	المحاضرة الثالثة: المؤسسة الاقتصادية و المحيط	الأسبوع 03

<p>2.6. حسب بعدي الفرص والتهديدات</p> <p>7. سلوكات المؤسسة اتجاه المحيط</p>		
<p>1. تعريف الإنتاج</p> <p>2. وظيفة الإنتاج</p> <p>3. مهام وظيفة الإنتاج</p> <p>4. أهداف وظيفة الإنتاج</p> <p>5. أساليب الإنتاج</p> <p>1.5 التصنيف حسب عملية الإنتاج</p> <p>2.5 التصنيف حسب الكمية المنتجة</p> <p>3.5 التصنيف حسب العلاقة بالزبون</p> <p>4.5 التصنيف الشجري</p> <p>6. تسيير الإنتاج</p> <p>1.6 قسم الصنع</p> <p>2.6 قسم الطر لُق</p> <p>3.6 قسم التنظيم</p> <p>7. مر قبة الإنتاج</p>	<p>المحاضرة الرابعة: وظيفة الإنتاج</p>	<p>الأسبوع 04</p>
<p>1. التموين</p> <p>3.1 تعريف التموين</p> <p>3.2 أنواع التموين.</p> <p>3.1 أهداف التموين</p> <p>2. وظائف التموين</p> <p>1.2.1. الشراء:</p> <p>1.1.2. تعريف الشراء</p> <p>1.2.2. أهداف الشراء.</p> <p>3.1.2. المزيج الشر ئي</p> <p>4.1.2. معالجة طلبات الشراء</p> <p>2.2. التخزين</p> <p>1.2.2. تعريف وظيفة التخزين</p> <p>2.2.2. أنواع المخزونات</p> <p>3.2.2. مستويات المخزون</p> <p>4.2.2. أسباب التخزين</p> <p>5.2.2. تسيير المخزونات</p> <p>3. اللوجستيك:</p> <p>1.3. تعريف اللوجستيك</p> <p>2.3. مجالات اللوجستيك</p>	<p>المحاضرة الخامسة: وظيفة التموين و اللوجستيك</p>	<p>الأسبوع 05</p>
<p>1. البحث والتطوير</p> <p>1.1. تعريف وظيفة البحث والتطوير</p> <p>2.1. مجالات نشاط البحث والتطوير</p>	<p>المحاضرة السادسة: وظيفة البحث و التطوير</p>	<p>الأسبوع 06</p>

<p>1.2.1. البحث</p> <p>2.2.1. البحث-التطوير (أو دراسة –تطوير</p> <p>3.1. هياكل التمويل والتنفيذ</p> <p>4.1. التكلفة والمردودية مشروع البحث والتطوير</p> <p>5.1. سياسات البحث والتطوير في المؤسسة</p> <p>1.5.1. الحو قز</p> <p>2.5.1. الارتباطات</p> <p>6.1. اختيار مشاريع البحث والتطوير التي يجب تحقيقها وتسييرها</p> <p>1.6.1. الاختيار</p> <p>2.6.1. التسيير</p> <p>2. الابتكار Innovation</p> <p>1.2. أنواع الابتكار</p> <p>2.2. حماية الاختراع والابتكار</p> <p>3. مراحل تطوير منتج جديد</p> <p>1.3. البحث عن الأفكار</p> <p>2.3. مكتب الدراسات التقنية</p> <p>3.3. إطلاق منتج جديد</p>		
<p>1. تعريف التسويق</p> <p>2. تطور مفهوم التسويق</p> <p>3. أهداف وظيفة التسويق</p> <p>4. معرفة السوق</p> <p>1.4. أنواع الأسواق</p> <p>1.1.4. وجهة نظر العرض</p> <p>2.1.4. وجهة نظر الطلب</p> <p>2.4. دراسة السوق</p> <p>1.2.4. دراسات الكمية Quantitatives.</p> <p>2.2.4. الدراسات النوعية Qualitatives</p> <p>3.4. نظام المعلومات التسويقية</p> <p>5. تجزئة السوق la segmentation du marché</p> <p>6. السياسات التسويقية (المزيج التسويقي): (Les 4P)</p> <p>1.6. المنتج</p> <p>2.6. التسعير</p> <p>3.6. التوزيع أو المكان</p> <p>4.6. الترويج</p>	<p>المحاضرة السابعة: وظيفة التسويق</p>	<p>الأسبوع 07</p>
<p>1. تعريف وظيفة الموارد البشرية</p> <p>2. التطور وظيفة الموارد البشرية:</p> <p>3. مجالات وظيفة تسيير الموارد البشرية</p>	<p>المحاضرة الثامنة: وظيفة الموارد البشرية</p>	<p>الأسبوع 08</p>

<p>2. مهام وظيفة الموارد البشرية 4.1. تحليل الوظائف 2.4. تخطيط الموارد البشرية 3.4. التوظيف 1.3.4. الاستقطاب 2.3.4. الاختيار 3.3.4. التعيين 4.4. تقييم الأداء 5.4. التدريب 6.4. التعويض 7.4. الأمن، الصحة والسلامة المهنية 5. التسيير التقديري للتشغيل La Gestion Prévisionnelle De L'emploi</p>		
<p>1. تعريف الوظيفة المالية 2. أهداف الوظيفة المالية 3. التخطيط المالي 1.3. تقدير الاحتياجات المالية للمؤسسة 1.1.3. احتياجات دائمة (طويلة الأجل) 2.1.3. احتياجات مؤقتة (قصيرة الأجل) 2.3. تحديد هيكل التمويل للمؤسسة (مصادر التمويل) 1.2.3. تمويل داخلي (الذاتي) 2.2.3. تمويل خارجي (الاقراض أو الديون) 4. العوامل المؤثرة في تحديد قرار نوع التمويل 5. دورات عمليات المؤسسة 1.5. دورة الاستغلال 2.5. دورة الاستثمار 6. الرقابة المالية 7. أنواع الرقابة المالية</p>	<p>المحاضرة التاسعة : الوظيفة المالية (التمويل والمحاسبة)</p>	<p>الأسبوع 09</p>
<p>1. تعريف الإستراتيجية 2. خصائص الإستراتيجية 3. مستويات الإستراتيجية 1.3. إستراتيجية المنظمة 2.3. إستراتيجية وحدات الأعمال 3.3. الإستراتيجية الوظيفية 4. أشكال الإستراتيجية 1.4. إستراتيجية تخفيض التكاليف (القيادة بالتكاليف) 2.4. إستراتيجية التميز</p>	<p>المحاضرة العاشرة: إستراتيجية المؤسسة</p>	<p>الأسبوع 10</p>

<p>3.4. إستراتيجية التركيز</p> <p>5. المسار الإستراتيجي (مراحل الإستراتيجية)</p> <p>1.5. مرحلة الصياغة (إعداد الإستراتيجية)</p> <p>1.1.5. تحديد التوجه الإستراتيجي</p> <p>2.1.5. التشخيص الإستراتيجي</p> <p>3.1.5. تحديد الموقف الإستراتيجي (اختيار البديل الأفضل)</p> <p>2.5. تنفيذ الإستراتيجية</p> <p>3.5. الرقابة على الإستراتيجية</p>		
<p>1. مفهوم دورة حياة المؤسسة</p> <p>2.1. نماذج دورة حياة المؤسسة</p> <p>1.2.1. نموذج Fuld & House</p> <p>2.2.1. نموذج Miller et Friesen العوامل المؤثرة على حجم المؤسسة</p> <p>2. نمو المؤسسة</p> <p>1.2. أهداف النمو</p> <p>2.2. فرص النمو</p> <p>3. أنماط نمو المؤسسة:</p> <p>1.3. النمو الداخلي (النمو العضوي)</p> <p>1.1.3. موقع النمو الداخلي</p> <p>2.1.3. إيجابيات وسلبيات النمو الداخلي</p> <p>2.3. النمو الخارجي:</p> <p>1.2.3. تعريف النمو الخارجي</p> <p>2.2.3. موقع النمو الخارجي</p> <p>3.2.3. إيجابيات وسلبيات النمو الخارجي</p> <p>4.2.3. اتجاهات النمو الخارجي</p> <p>5.2.3. أشكال النمو الخارجي</p> <p>3.3. النمو المشترك (التعاون)</p> <p>1.3.3. تعريف النمو المشترك (التعاون)</p> <p>2.3.3. أشكال النمو المشترك</p>	<p>المحاضرة الحادية عشر: أنماط نمو المؤسسة</p>	<p>الأسبوع 11</p>

المراجع المعتمدة في المقياس:

أولاً: الكتب

1. إسماعيل السيد، التسويق، الدار الجامعية، القاهرة، 1999.
2. إيمان صالح عبد الفتاح، التخطيط الإستراتيجي في المنظمات الرقمية، إبييس كوم للنشر و التوزيع القاهرة، 2007.
3. بلال خلف السكارنة، التخطيط الإستراتيجي دار المسيرة، عمان، 2010.

4. جمال الدين محمد مرسي، مصطفى محمود أبو بكر، طارق رشدي جبة، التفكير الإستراتيجي و الإدارة الإستراتيجية ، منهج تطبيقي ، الدار الجامعية ، الإسكندرية، 2004 .
5. حسن حريم، إدارة المنظمات ، دار مكتبة الحامد، عمان، 2003.
6. حسن محمد أحمد محمد مختار، الإدارة الإستراتيجية المفاهيم والنماذج، الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات، القاهرة، 2008.
7. حمزة محمود الزبيدي، التحليل المالي تقييم الأداء والتنبؤ بالفشل، دار الوراق للنشر و التوزيع ، عمان، 2000.
8. خالد محمد بني حمدان، وائل محمد ادريس ، الإستراتيجية والتخطيط الإستراتيجي، دار اليازوري ، عمان، 2009.
9. سعد غالب ياسين، الإدارة الإستراتيجية، دار اليازوري، عمان، 2010.
10. سعيد أوكيل، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992 .
11. صالح عبد الرضا رشيد، احسان دهش جلاب، الإدارة الإستراتيجية " مدخل تكاملي"، عمان، دار المناهج للنشر و التوزيع، 2007.
12. عبد الرزاق بن حبيب ، اقتصاد وتسيير المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، الطبعة الخامسة، 2013.
13. عبد السلام أبو قحف، التسويق من وجهة نظر معاصرة، مكتبة الإشعاع الفنية ، القاهرة، 2009.
14. عبد العزيز صالح بن حبتور، الإدارة الإستراتيجية "إدارة جديدة في عالم متغير" ، دار المسيرة، عمان، 2004.
15. عمر صخري، اقتصاد المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة السادسة، 2008.
16. عيسى حيرش، الإدارة الإستراتيجية ، دار الوراق، عمان، 2011.
17. فتح الله ولعلو، الإقتصاد السياسي توزيع المداخل والنقود والإئتمان، دار الحدائث، الإسكندرية، 1981 .
18. فرحات غول، الوجيز في اقتصاد المؤسسة، دار الخلدونية ، الجزائر، 2008.
19. فهيمة بديسي، المحاسبة التحليلية دروس وتمارين، دار الهدى، الجزائر، 2013.
20. كاسر نصر المنصور، إدارة الإنتاج والعمليات، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، 2000.
21. كاظم نزار الركابي، الإدارة الإستراتيجية "العولمة والمنافسة" ، دار وائل للنشر، عمان، 2004.
22. ماجد عبد المهدي مساعدة، الإدارة الإستراتيجية " مفاهيم – عمليات- حالات تطبيقية" ، دار المسيرة، عمان، 2013.
23. محفوظ جوده، حسن الزعبي، ياسر المنصور، منظمات الأعمال المفاهيم والوظائف ، دار وائل، عمان، الطبعة الثانية، 2008.
24. محمد رفيق الطيب، مدخل للتسيير أساسيات ، وظائف ، تقنيات، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثالثة، 2011.

25. محمد فالح صالح، إدارة الموارد البشرية، دار الحامد ، عمان، 2002.

26. ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة للطلبة الجامعيين، دار المحمدية العامة، الجزائر، 2007.

27. ناصر دادي عدون، الإدارة والتخطيط الإستراتيجي، ديوان المطبوعة الجامعية، الجزائر، 2001.

28. نزار عبد المجيد البرواري، أحمد محمد فهمي البرزجي ، إستراتيجيات التسويق: المفاهيم-الأسس- الوظائف، دار وائل للنشر، عمان، 2004.

29. وائل محمد صبيحي إدريس، طاهر محسن منصور الغالي ، السيناريو و العملية التخطيطية " مفاهيم أساسية" ، دار وائل، عمان، 2012.

ثانيا: المقالات والمجلات

1. إلياس بن سامي، محاولة ضبط مفهومي النمو الداخلي والنمو الخارجي للمؤسسة كمنطلق للمفاضلة بينهما، مجلة الباحث ، جامعة ورقلة، العدد 06، 2008.

2. عبد اللطيف مصيطفى، عبد القادر مراد، أثر إستراتيجية البحث والتطوير على ربحية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية ، جامعة ورقلة ، العدد 04، 2013.

ثالثا: الملتقيات والأيام الدراسية

1. الحاج عرابية ، وظيفة البحث والتطوير كأساس لتحقيق ميزة تنافسية جديدة في المؤسسات الإقتصادية، الملتقى الدولي حول "المعرفة في ظل الإقتصاد القومي ومساهماتها في تكوين المزايا التنافسية في البلدان العربية"، يومي 27-28 نوفمبر 2007.

2. إلياس بن سامي، الأبعاد النظرية لنمو المؤسسة وتأثير له الهيكلية والتنظيمية، ملتقى دولي حول:الإبداع و التغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة دراسة و تحليل تجارب وطنية و دولية ، يومي 18 و 19 ماي 2011 ، كلية العلوم الإقتصادية والتسير، جامعة البليدة .

3. محمد العربي ساكر، عبد الحق رايس، حوكمة وظيفة البحث والتطوير في المؤسسة الاقتصادية، ملتقى دولي حول:الإبداع و التغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة دراسة و تحليل تجارب وطنية و دولية ، يومي 18 و 19 ماي 2011 ، كلية العلوم الإقتصادية والتسير، جامعة البليدة .

رابعا: الرسائل والأطروحات

1. سمير عباس، الثقافة التنظيمية وعلاقتها باستراتيجيات التغيير في الجامعة الجز لرية بين النظام القديم ونظام LMD دا رسة ميدانية بجامعة باجي مختار عنابة كنموذج، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص علم النفس الاجتماعي للتنظيم والتسير ، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم النفس وعلوم التربية، جامعة باجي مختار عنابة، 2007/2008 .

خامسا: القوانين والمراسيم

1. الجريدة الرسمية الجزائرية، القانون رقم 18-01 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، العدد 71، 15 ديسمبر 2001، الجزائر.

2. القانون التجاري الجزائري المعدل.

3. المادة 684، القانون المدني، القانون رقم 10-05، 20 يونيو 2005.

المراجع باللغة الأجنبية

I. Ouvrages :

1. Bonnefous. B, Lecocq. P, Le Goadec. Y, *Management*, Hachette , Paris, 2eme édition, 2011 .
2. Brennemann. R, Sépari.S, *économie d'entreprise*, Dunod, Paris,2001.
3. Bussenault. C, Pretet. M, *économie et gestion de l'entreprise* , Vuibert, Paris, 4 édition, 2006.
4. Bussenault. C, Pretet. M ,*Organisation et Gestion de L'entreprise exercices*, Vuibert, Paris,1991.
5. Charron. J-L, Sépari. S, *Organisation Et Gestion De L'entreprise,DECF Manuel Et Applications* , Dunod, Paris, 2° edition, 2001.
6. ElHadi Ghedjghoudj, *Management Strategique Les Différentes Approches*, Office Des Publications Universitaires, Alger, 2013 .
7. Gerbier. J, *Organistion Et Fonctionnement De L'entreprise - Traité Fondamental*, Tec et Doc Lavoisier, Paris, 1993 .
8. Josien. S, Landrieux-Kartochian. S, *Organisation et Management de l'entreprise*, Gualino éditeur, Paris, 2008.
9. Kotler. P, *Marketing Management Millenium Edition*, Pearson Custom Publishing, Boston,Tenth Edition, 2000.
10. Kotler. P, Dubois. B, *Marketing Management* , Nouveaux horizon, Paris,8°eme édition, 1994 .
11. Lendrevie. J, Lindon. D ,*Mercator* , Dallo, Paris,6°Edition,2000.
12. Pascal Laurent, Francois Bouard, *Economie d'entreprise*, les éditions d'organisation,1997.
13. Thiétrat. R-A, Xuereb. J-M, *Stratégies concepts, Méthodes, mise en œuvre*, Dounod, Paris, 2005.

II. Séminaire et Revues :

1. Levitt. T, *Marketing Myopia*, Harvard business review, july-august 1960 .

2. Mintzberg. H, *The Strategy Concept I: Five Ps For Strategy*, California Management Review, 1987.
3. Porter. M, *What is Strategy ?*, Harvard Business Review November – December 1996.

III. Thèses :

1. Mougou. S. P, *La croissance de l'entreprise - Le cas de l'industrie agroalimentaire de l'économie camerounaise*, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de NANTE, 2005.

IV. Cites Internet:

1. Dossier 09 : *la notion de strategie et la démarche strategique* , thème n : 2°elaborer une strategie , 2015 ,03 17
www.fontainepicard.com/pdf/extraits/ext_84.pdf
2. Ritson. N, *Strategic Management*, 2011, Consulté le 04 09, 2012, sur bookboon.com.

أسلوب التقييم في المقياس:

الفرض + العمل الشخصي + المشاركة