

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

التخصص: إدارة استراتيجية

الشعبة: علوم التسيير

السادسي: الثاني

السنة: أولى ماستر

الأستاذة: سامية بعيبي

المقياس: خلق القيمة وغاذج الأعمال

تفصيل البرنامج

عناصر المحاضرة	محاور البرنامج	
• مفهوم القيمة (المفهوم الكلاسيكي والمفهوم الحديث) • محددات القيمة • نظريات القيمة	التأصيل المفاهيمي لتطور القيمة	المحور ①
• القيمة من منظور علوم التسيير • المقاربة الاقتصادية للقيمة • المقاربة المحاسبية والمالية للقيمة • تقييم المؤسسات	تقسيمات القيمة	المحور ②
• المفهوم والأهمية • المحددات والأبعاد • سلسلة القيمة للزبون	القيمة المدركة من الزبون	المحور ③
• نماذج قيمة الزبون (تحليل نماذج مختلفة لقيمة الزبون) • إدارة علاقات الزبائن • تحليل المفاهيم الأساسية ذات العلاقة بالقيمة للزبون		

● مفهوم، أهمية وأهداف خلق القيمة ● مصادر خلق القيمة	مدخل إلى خلق القيمة	المحور 4
● نظريات خلق القيمة ● دورة خلق القيمة		
● تحليل نموذج ورشة القيمة ● تحليل نموذج شبكة القيمة (التحليل الشبكي للقيمة)	نماذج خلق القيمة	المحور 5
● المفهوم والأهمية وتفصيل العناصر ● المقارنة بين نماذج العمل والعناصر ذات الصلة بالمدلول والمعنى	نماذج الأعمال	المحور 6
● المقاربتان العملية والاستراتيجية لنماذج العمل ● أمثلة على النماذج الابتكارية		
● ماهية المؤسسات الناشئة ● الجانب القانوني والتأسيسي لها	خلق القيمة والمؤسسات الناشئة (مستحدث)	المحور 7
● الشروط الأساسية لتأسيسها والفرق بينها وبين المؤسسات الصغيرة ● علاقة خلق القيمة بالمؤسسات الناشئة		
● ماهية الذكاء الاصطناعي ● فاعلية، أدوات، وأنواع الذكاء الاصطناعي ● المبدأ الأساسي لعمل الذكاء الاصطناعي	خلق القيمة والذكاء الاصطناعي (مستحدث)	المحور 8
● العلاقة بين خلق القيمة والذكاء الاصطناعي ● مراجعة		

