

SYLLABUS : منهج المادة التعليمية

الإدارة الإستراتيجية للأعمال الإلكترونية

الميدان : العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية

التخصص : إدارة إستراتيجية

السنة الجامعية : 2024/2025

السداسي : الثاني

التعرف على المادة التعليمية

العنوان : الإدارة الإستراتيجية للأعمال الإلكترونية

وحدة التعليم : الأساسية

عدد الأرصدة : 04 المعامل : 02

الحجم الساعي الأسبوعي : ثلاثة (03) ساعات.

المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع) : 1.30 سا

أعمال توجيهية (عدد الساعات في الأسبوع) : 1.30 سا

أعمال تطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع) : /

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة : نبيلة زمولي ZEMOULI Nabila ، أستاذ مساعد (أ).

تحديد موقع المكتب (مدخل ، مكتب) : /

البريد الإلكتروني : nabila_zemmouli@yahoo.fr

رقم الهاتف : /

توقيت الدرس ومكانه : يوم الاثنين (11.00 – 12.30) قاعة رقم (07)

الهدف العام للمادة التعليمية :

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 استراتيجية 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 استراتيجية ملائمة للأعمال التجارية الإلكترونية.

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

وصف المادة التعليمية

المكتسبات (Pré requis) 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 التعليمية

1 محتوى المادة:

- مفاهيم أساسية حول استراتيجية الأعمال الإلكترونية
- التحليل الاستراتيجي
- الخيارات الإستراتيجية (Strategy choice)
- تنفيذ استراتيجيات الأعمال الإلكترونية. (Strategy Implementation)
- الإستراتيجيات المالية للأعمال الإلكترونية
- حوكمة تكنولوجيا المعلومات

طرق التقييم

طبيعة الامتحان	العلامة	التقييم بالنسبة المئوية
امتحان	20	60 %
أعمال موجهة مفصلة كالتالي:	20	40 %
أعمال موجهة (البحث : إعداد/إلقاء)	08	16 %
(Quizz - امتحان جزئي) (استجواب	06	12 %
المشروع الفردي	02	4 %
المواظبة (الحضور / الغياب)	02	4 %
الحضور في المحاضرة (المشاركة)	02	4 %
المجموع	40	100 %

المصادر والمراجع

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.

المخطط الزمني المرتقب

الأسبوع	محتوى الدرس	التاريخ
الأسبوع الأول	- مفاهيم أساسية حول استراتيجية الأعمال الإلكترونية	
الأسبوع الثاني	- التحليل الاستراتيجي	
الأسبوع الثالث	- التحليل الاستراتيجي للبيئة الخارجية	
الأسبوع الرابع	- التحليل الاستراتيجي لبيئة الصناعة	
الأسبوع الخامس	- التحليل الاستراتيجي للبيئة الداخلية	
الأسبوع السادس	- الخيارات الاستراتيجية (Strategy choice)	
الأسبوع السابع	- مفهوم وأهمية الخيار الاستراتيجي ومداخله	
الأسبوع الثامن	- هيكل صنع الخيار الاستراتيجي والعوامل المؤثرة فيه	
الأسبوع التاسع	- تنفيذ استراتيجيات الأعمال الإلكترونية (Strategy Implementation).	
الأسبوع العاشر	- الرقابة الاستراتيجية على الأعمال الإلكترونية	
الأسبوع الحادي عشر	- الإستراتيجيات المالية للأعمال الإلكترونية	
الأسبوع الثاني عشر	- حوكمة تكنولوجيا المعلومات	
	امتحان جزئي	
-	امتحان نهاية السداسي	تحدهه إدارة القسم
-	الامتحان الاستدراكي	تحدهه إدارة القسم

الأستاذ المحاضر :

أستاذة الأعمال الموجهة :

أ.نبيلة زمولي

أ.نبيلة زمولي

نحن طلبة الفوجين 1 و 2 على التوالي من السنة الأولى ماستر علوم التسيير، تخصص إدارة استراتيجية ، نشهد أننا اطلعنا على منهاج مادة "الإدارة الاستراتيجية للأعمال الإلكترونية" و على كيفية التقييم ، و فيما يلي إمضاءاتنا على ذلك :

الموج 1

اللقب	الاسم	الإمضاء
01	م. ب. فتح	رئيسة
02	نبيب	م. ب. نور الدين
03	م. ب. سرك	آية
04	عاشق. رائد	لسارة
05	ل. ب. ب. / ل. ب. ب.	ل. ب. ب.
06	عشاري	ريان
07	ف. ب. ب.	سامية
08	برول	حنان
09	س. ب. ب.	ياسمين
10	س. ب. ب. الملاح	ملود
11	هادي	م. ب. ب.
12	ح. ب. ب.	م. ب. ب.
13	ع. ب. ب.	م. ب. ب.
14	م. ب. ب.	م. ب. ب.
15		
16		
17		
18		
19		
20		
21		
22		
23		
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		
31		
32		

الفوج 02

الرقم	اللقب	الإسم	الإمضاء
01	بوالودين	أمينة	
02	كرماش	أمايق	
03	زواقي	سعاد	
04	مرغني	كريمة	
05	القباري	منال	
06	بوخملة	خلود	
07	بجلول	خديجة	
08	حصاري	عبيد	
09	حصاري	خديجة	
10	بن مائة	منال	
11	منايع	جان الواس	
12	صوفان	يوش	
13	بوعرملة	ياسين	
14	بومول	مروة	
15	بن سلطان	ذ صديقة	
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			
31			
32			