

Master en : Sciences de Gestion

Spécialité : Gestion

Résumé des objectifs et des parcours de formation

Le master en Management permet aux étudiants d'acquérir des connaissances théoriques importantes à travers deux orientations principales. La première orientation se concentre sur l'obtention de compétences scientifiques et techniques qui permettent à l'étudiant de maîtriser divers domaines liés aux sciences de gestion, à la gestion d'entreprises, au commerce international et à la gestion du travail dans des institutions internationales, ainsi qu'à la communication, que ce soit en arabe ou dans d'autres langues. La deuxième orientation vise à développer les capacités individuelles des étudiants en renforçant leur esprit d'initiative et leur sens des responsabilités, en développant leur capacité à gérer des projets et à les intégrer dans des équipes de travail pour diriger et gérer des projets.

Domaine	Filière	Spécialité
Sciences économiques, commerciales, et sciences de la gestion	<i>Sciences de gestion</i>	<i>Management</i>

Semestre 1

Unité d'enseignement	Matière	Crédit	Coefficient	C	TD	TP	Volume (heure)
UE fondamentales	Gestion publique	06	2	1.5	1.5	--	135
	Gestion du changement	06	2	1.5	1.5	--	135
	Système de gestion	06	2	1.5	1.5	--	135
UE méthodologie	Gestion de projet	05	2	1.5	1.5	--	112,5
	Entrepreneuriat	04	1	1.5	1.5	--	90
UE découverte	Droit des affaires	02	1	1.5	-	--	45

Unité d'enseignement	Matière	Crédit	Coefficient	C	TD	TP	Volume (heure)
UE transversales	Langue étrangère	01	1	--	1.5	--	22,5

Semestre 2

Unité d'enseignement	Matière	Crédit	Coefficient	C	TD	TP	Volume (heure)
UE fondamentales	International Business Administration	06	2	1.5	1.5	--	135
	Gestion stratégique des ressources humaines	06	2	1.5	1.5	--	135
	Concurrence et choix stratégiques	06	2	1.5	1.5	--	135
UE méthodologie	Techniques de leadership stratégique	05	2	1.5	1.5	--	112,5
	Rédaction administrative et communication	04	1	1.5	1.5	--	90
UE découverte	Droit des marchés publics	02	1	1.5	-	--	45
UE transversales	Langue étrangère	01	1	--	1.5	--	22,5

Semestre 3

Unité d'enseignement	Matière	Crédit	Coefficient	C	TD	TP	Volume (heure)
UE fondamentales	Gestion des connaissances	06	2	1.5	1.5	--	135
	Marketing stratégique	06	2	1.5	1.5	--	135

Unité d'enseignement	Matière	Crédit	Coefficient	C	TD	TP	Volume (heure)
	Gestion de la créativité et de l'innovation	06	2	1.5	1.5	--	135
UE méthodologie	Entreprises et intelligence stratégique	05	2	1.5	1.5	--	112,5
	Méthodologie	04	1	1.5	1.5	--	90
UE découverte	Droit des affaires	02	1	1.5	-	--	45
UE transversales	Langue étrangère	01	1	--	1.5	--	22,5

Semestre 4

Stage en entreprise sanctionné par un mémoire et une soutenance.

	VHS	Coef	Crédits
Travail Personnel	550	09	18
Stage en entreprise	100	04	06
Séminaires	50	02	03
Autre (Supervision)	50	02	03
Total Semestre 4	750	17	30

Titre du Master : Gestion des Ressources Humaines

Cours du 1^{er} semestre

Contenu

Gestion publique

Notions de base sur le secteur de la fonction publique et la gestion publique

Gestion des équipements publics

Le nouveau management public (concept et principes)

Les techniques de gestion publique et ses mécanismes de régulation

Les moyens de la nouvelle administration publique

Surveillance de l'administration publique

Gestion du changement

Le concept de gestion du changement dans les organisations commerciales

changement et développement organisationnel dans les entreprises

les facteurs et les raisons qui nécessitent un changement et un développement organisationnel

les objectifs de changement et de développement organisationnel

stratégies de changement et de développement organisationnel

Les implications de la résistance au changement : Raisons de la résistance au changement, Comment

surmonter l'aveuglement de la résistance au changement

Culture organisationnelle

Système de gestion

Approche organisationnelle

Quel est le système de gestion ?

Composants du système de gestion

Système de commandement et de planification

Système de contrôle

E-gestion

Gestion de projet

Introduction à la gestion de projet

Plan de gestion de projet

Exécution de projets

ERP

Entrepreneuriat

Génération d'idées et développement de modèles d'affaires

Étude de marché et découverte de clients

Gestion et planification financières : Cela pourrait inclure des instructions sur la façon de créer un plan financier, y compris la création de projections financières, la compréhension des états financiers et la mobilisation de capitaux.

Exigences légales et réglementaires

Gestion des opérations et de la chaîne d'approvisionnement

Marketing et ventes, Esprit d'entreprise et leadership, Innovation et technologie

Droit des affaires

Dispositions générales pour la gestion des sociétés commerciales

Création de sociétés commerciales

Gestion des entreprises

La nature juridique des sociétés commerciales

Une langue étrangère

Ce cours est conçu pour fournir un aperçu compact de la langue anglaise, y compris des termes scientifiques et économiques, afin de permettre aux étudiants d'utiliser efficacement la terminologie dans la recherche et la communication.

Titre du Master : Gestion des Ressources Humaines

Cours du 2^{ème} semestre

Contenu

International Business Administration

Introduction aux affaires internationales
Théories du commerce extérieur
Dimensions physiques du commerce international
Planification stratégique internationale

Gestion stratégique des ressources humaines

Importance et finalité de la gestion stratégique des ressources humaines
Mécanismes de gestion stratégique des ressources humaines
Principaux modèles de gestion stratégique des ressources humaines
Étude de cas

Concurrence et choix stratégiques

Introduction aux options stratégiques
Opérations d'options stratégiques
Concept et facteurs influençant la détermination des options stratégiques
Concurrence et politiques de la concurrence
Stratégies de compétition
Les options stratégiques de l'économie de l'entreprise

Techniques de leadership stratégique

La nature et le concept de leadership Chaîne
La plupart des types de leadership (stratégie, processus, ...)
Efficacité de la chaîne de leadership et son rôle dans la création de valeur
Tableau de bord de leadership (objectifs et rôle)
Le mouvement des ressources de base au sein de l'organisation

Rédaction administrative et communication

Introduction à la communication
La notion de communication

Objectifs et fonctions de communication

Les principales composantes du processus de communication

La communication dans la pensée administrative

Cadre théorique de la communication

Formes de communication dans l'institution

Applications de communication dans l'organisation

Droit des marchés publics

Concepts de base sur les marchés publics

Supervision du processus de passation des marchés publics

Moyens et méthodes pour conclure des marchés publics

Les droits et obligations des parties au marché public

Une langue étrangère

Ce cours est conçu pour fournir un aperçu compact de la langue anglaise, y compris des termes scientifiques et économiques, afin de permettre aux étudiants d'utiliser efficacement la terminologie dans la recherche et la communication.

Titre du Master : Gestion des Ressources Humaines

Cours du 3^{ème} semestre

Contenu

Gestion des connaissances

Introduction à la gestion des connaissances

Économie du savoir (concept de données, d'information et de savoir)

L'émergence et le concept de gestion des connaissances

L'importance et les objectifs de la gestion des connaissances

Domaines, composants et modèles de gestion des connaissances

domaines de la gestion des connaissances, éléments de gestion des connaissances, modèles de gestion des connaissances

Marketing stratégique

Introduction au marketing stratégique

Concepts et définitions

Contexte marketing stratégique

Gestion marketing stratégique

Bases du marketing stratégique

Gestion de la créativité et de l'innovation

Concepts et définitions de la créativité et de l'innovation

Théories fondamentales de la créativité et de l'innovation

Paris stratégiques de la Créativité et de l'Innovation

Outils et sources de créativité et d'innovation

Types d'organisation de la créativité et de l'innovation

Marketing Stratégique de la Créativité et de l'Innovation

Créativité et innovation et avantage concurrentiel

Entreprises et intelligence stratégique

Concepts et définitions

Intelligence économique et stratégique : types et outils et paris

De l'intelligence économique à la créativité

De l'intelligence stratégique à l'intelligence économique

Intelligence économique et PME

Méthodologie

Problème de recherche et hypothèse

Questionnaire : définition, types de questions du questionnaire

Entretien : définition, types d'entretiens

Enquêtes : définition des enquêtes, leurs caractéristiques, avantages et inconvénients des enquêtes, limites des enquêtes.

Procédure de sélection des échantillons : types d'échantillons, détermination du type d'échantillon, détermination de la taille de l'échantillon.

Collecte de données

Droit des affaires

Dispositions générales pour la gestion des sociétés commerciales

Création de sociétés commerciales

Gestion des entreprises

La nature juridique des sociétés commerciales

Une langue étrangère

Ce cours est conçu pour fournir un aperçu compact de la langue anglaise, y compris des termes scientifiques et économiques, afin de permettre aux étudiants d'utiliser efficacement la terminologie dans la recherche et la communication.