



مواعمة

عرض تكوين ماستر

أكاديمي / مهني

المؤسسة	الكلية/ المعهد	القسم
جامعة عنابة	كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير	العلوم المالية

الميدان : علوم اقتصادية و التسيير و علوم تجارية

الفرع: علوم التجارية

التخصص:التسويق الفندقى و السياحى

السنة الجامعية: 2017/2016



HARMONISATION

OFFRE DE FORMATION MASTER ACADEMIQUE /PROFESSIONNALISANT

Etablissement	Faculté / Institut	Département
Université d'Annaba	Sciences économiques et sciences de gestion	Sciences financières

Domaine: Sciences économiques , de gestion et commerciales

Filière: Sciences commerciales

Spécialité: marketing hôtelier et touristique

Année Universitaire : 2016/2017

الفهرس

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

**بطاقة تعريف الماستر
(تعبئة كل الخانات إجباري)**

1- تحديد مكان التكوين:

- كلية أو معهد: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار عنابة
- قسم : العلوم المالية

2- المشاركون في التكوين (*):

- المؤسسات الجامعية الأخرى:

- المؤسسات و الشركاء الاجتماعيون الاقتصاديون الآخرون:

- الشركاء الدوليون الأجانب :

- إدراج الاتفاقيات الخاصة بالتكوين في الملاحق .

3- إطار وأهداف التكوين:

أ- شروط الالتحاق (تحديد تخصصات النموذجية لليسانس التي تسمح بالالتحاق بالتكوين في الماستر المعني)

إن الانتقال للماستر مفتوح للطلبة المتحصلين على شهادة الليسانس نظام ل-م-د في الشعب التالية: العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم المالية .

ب- أهداف التكوين (الكفاءات المستهدفة ،المعارف المكتسبة عند نهاية التكوين ، 20 سطر على أكثر تقدير)

- الاعداد للأدوات التي تسمح بفهم تطورات قطاع السياحة والفندقة
- التحضير للتطور العام لمهن السياحة والفندقة
- يسمح بتكوين كوادر على أعلى مستوى في مجالات السياحة المختلفة
- يسمح للطلاب بتحليل المعطيات المتعلقة بقطاع السياحة

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

- يسمح هذا التكوين للطلاب بأن يكتسب 04 مؤهلات:
- كفاءات تقنية :تسمح له بأن يكون عمليا و مؤهلا لممارسة نشاط مهني في المجال .يكتسب هذا المؤهل بفضل التعليم المنهجي المقدم ، و كذا دراسات الجدوى و طرق التسيير و التسويق و إدارة الأعمال و البحوث.
 - كفاءات خبرة ، تشخيص و تحليل:إن هذه المؤهلات تسمح للطلاب بأن يكون جاهزا لأي طلب عمل من طرف أي فاعل في القطاع السياحي مهما كانت طبيعة العمل و اختلاف مجالاته، كما تسمح له أيضا بالفحص والقيام بالتشخيص القطاعي.
 - القدرة على خلق عمليات و مشاريع في قطاع السياحة
 - تطوير معرفة معمقة عن مكانة و دور السياحة في الاقتصاد و المجتمع :من بين المعارف المكتسبة في اطار التكوين يمكن أن نذكر على وجه الخصوص : معرفة الأسواق السياحية، الممارسات التسويقية في هذا القطاع ،العلاقات بين مختلف الأطراف الفاعلة في القطاع و كذا دور المنظمات و الهيأت .

د- القدرات الجهوية والوطنية القابلة لتشغيل حاملي الشهادات الجامعية
المجالات الممكنة:

- مهن التأطير في المنظمات ، الهيأت و المؤسسات التسييرية و التطويرية
- مهن تسيير برامج و موازنات السياحة
- مهن الفحص ،الخبرة و تطوير المشاريع في قطاع السياحة في الفنادق ووكالات السياحة.

هـ- الجسور نحو تخصصات أخرى:

ماستر تسويق مصرفي

و- مؤشرات متابعة التكوين :

إن تقييم الطالب سيتم بطريقتين:

- امتحان نهائي في كل سداسي
- تقييم مستمر للمعارف (استجاب، كتابي، بحوث، مشاركة..)
- إن مدة الامتحان النهائي تدوم ساعتين (02) و تقيم على 20 نقطة
- إن المعدل النهائي للمقياس = الامتحان النهائي (60%) + معدل المراقبة المستمرة (40%)
- تعد دورة استدراكية للطلبة الذين لم ينجحوا في الدورة العادية

ز- قدرات التأطير: (إعطاء عدد الطلبة الممكن التكفل بهم): 20 طالب

4- الإمكانيات البشرية المتوفرة:

أ- أساتذة المؤسسة المتدخلين في التخصص:

الاسم واللقب	الشهادة التدرج + التخصص	الشهادة ما بعد التدرج + التخصص	الرتبة	* طبيعة التدخل	التوقيع
ماضي بلقاسم	ليسانس + ماجستير	دكتوراه دولة في الاقتصاد	أستاذ	محاضرات + أعمال موجهة	
برجم حنان	ليسانس + ماجستير	تأهيل تخصص تسويق	أستاذة محاضرة "أ"	محاضرات + أعمال موجهة	
جاوحدو رضا	ليسانس + ماجستير	دكتوراه دولة في المحاسبة	أستاذ	محاضرات + أعمال موجهة	
ريحان الشريف	ليسانس + ماجستير	دكتوراه دولة في المالية	أستاذ	محاضرات + أعمال موجهة	
شاوي شافية	ليسانس + ماجستير	تأهيل في اقتصاد التنمية	أستاذة محاضرة "أ"	محاضرات + أعمال موجهة	
لرباع الهادي	ليسانس + ماجستير	تأهيل في اقتصاد المعرفة	أستاذ محاضر "أ"	محاضرات + أعمال موجهة	
بوسعادة جليلة	ليسانس + ماجستير	دكتوراه في اقتصاد المعرفة	أستاذة محاضرة "ب"	محاضرات + أعمال موجهة	
زويد زهرة	ليسانس + ماجستير	ماجستير تسويق	أستاذة مساعدة "أ"	محاضرات + أعمال موجهة	
ضواوية سعيدة	ليسانس + ماجستير	ماجستير تسويق	أستاذة مساعدة "أ"	محاضرات + أعمال موجهة	
بوريب صبرينة	ليسانس + ماجستير	ماجستير تسويق	أستاذة مساعدة "أ"	محاضرات + أعمال موجهة	
لعينوني زبير	ليسانس + ماجستير	دكتوراه في الاعلام الآلي	أستاذ محاضر "ب"	محاضرات + أعمال موجهة	
خياري زهية	ليسانس + ماجستير	دكتوراه دولة في المالية	أستاذة محاضرة "أ"	محاضرات + أعمال موجهة	
برجم ساسية	ليسانس + ماجستير	انجليزية	أستاذة مشاركة	أعمال موجهة	

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

ب- التأطير الخارجي

المؤسسة التابعة لها:

الاسم واللقب	الشهادة التدرج + التخصص	الشهادة ما بعد التدرج + التخصص	الرتبة	*طبيعة التدخل	التوقيع

المؤسسة التابعة لها:

الاسم واللقب	الشهادة التدرج + التخصص	الشهادة ما بعد التدرج + التخصص	الرتبة	*طبيعة التدخل	التوقيع

المؤسسة التابعة لها:

الاسم واللقب	الشهادة التدرج + التخصص	الشهادة ما بعد التدرج + التخصص	الرتبة	*طبيعة التدخل	التوقيع

* 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: مخبر البحوث الاقتصادية LAREE

الرقم	اسم التجهيز	العدد	الملاحظات
01	حاسوب	10	
02	آلة نسخ	01	
03	طابعة	02	
04	قاعة عمل و مطالعة	01	

ب- ميادين التربص والتكوين في المؤسسات:

مكان التربص	عدد الطلبة	مدة التربص
الفنادق المختلفة التصنيف للمنطقة	20	من 2 إلى 4 أشهر
مديريت السياحة لولايات الشرق : عنابة ،قالمة ،سوق أهراس ،تبسة، قسنطينة ،الطارف	20	من 2 إلى 4 أشهر
وكالات السياحة و الأسفار	20	من 2 إلى 4 أشهر
غرف الصناعات التقليدية	20	من 2 إلى 4 أشهر
وكالات النقل البحري،البري و الجوي	20	من 2 إلى 4 أشهر
مديريات البيئة	20	من 2 إلى 4 أشهر

ج- مخابر البحث لدعم التكوين المقترح:

رئيس المخبر: ماضي بلقاسم
رقم اعتماد المخبر
التاريخ: 2002/05/28
رأي رئيس المخبر :

رئيس المخبر
رقم اعتماد المخبر
التاريخ :
رأي رئيس المخبر :

د- مشاريع البحث الداعمة للتكوين المقترح:

عنوان مشروع البحث	رمز المشروع	تاريخ بداية المشروع	تاريخ نهاية المشروع
دور التسويق في تحقيق التنمية المستدامة le rôle du marketing dans le développement du tourisme durable	M01120520120025	01/01/2015	01/01/2018

ه- فضاءات الأعمال الشخصية وتكنولوجيات الإعلام والاتصال:
يستفيد طلبة الماستر تسويق سياحي وفندقي من قاعتين للإعلام الآلي متصلة بالانترنت WIFI وقاعة أخرى مجهزة تنتمي لمخبر LAREE

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

1 - السداسي الأول:

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي	وحدة التعليم
إمتحان	متواصل			أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة	16-14 أسبوع	
									وحدة التعليم الأساسية
		18	6	15 سا	-	4.30 سا	4.30 سا	360 سا	و ت أ 1 (إج)
x	x	6	2	5	-	1.30	1.30	120	مدخل للخدمات
x	x	6	2	5	-	1.30	1.30	120	سلوك المستهلك في السياحة
x	x	6	2	5	-	1.30	1.30	120	التسويق الإستراتيجي للخدمات
									وحدة التعليم المنهجية
		9	4	6 سا	-	3.00 سا	3.00 سا	180 سا	و ت م 1 (إج)
x	x	5	2	3.66	-	1.30	1.30	100	إدارة جودة الخدمات السياحية
x	x	4	2	2.33	-	1.30	1.30	80	مقاولاتية
									وحدة التعليم الاستكشافية
		2	1	1.16 سا	-	-	1.30 سا	40 سا	و ت إ 1 (إج)
x	x	2	1	1.16	-	-	1.30	40	قانون المستهلك
									وحدة التعليم الأفقية
		1	1	-	-	1.30 سا	-	22.30 سا	و ت أف 1 (إج)
x	x	1	1	-	-	1.30	-	22.30	لغة أجنبية
		30	12	332.30 سا		135 سا	135 سا	602.30 سا	مجموع السداسي 1

2- السداسي الثاني:

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي	وحدة التعليم
إمتحان	متواصل			أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة	16-14 أسبوع	
									وحدة التعليم الأساسية
		18	6	15 سا	-	4.30 سا	4.30 سا	360 سا	و ت أ 1 (إج)
x	x	6	2	5	-	1.30	1.30	120	التسويق السياحي
x	x	6	2	5	-	1.30	1.30	120	التسويق الفندقي
x	x	6	2	5	-	1.30	1.30	120	إدارة علاقات الزبائن
									وحدة التعليم المنهجية
		9	4	6 سا	-	3.00 سا	3.00 سا	180 سا	و ت م 1 (إج)
x	x	5	2	3.66	-	1.30	1.30	100	التسويق والسياحة المستدامة
x	x	4	2	2.33	-	1.30	1.30	80	الاتصال و التحرير الإداري
									وحدة التعليم الاستكشافية
		2	1	1.16 سا	-	-	1.30 سا	40 سا	و ت إ 1 (إج)
x	x	2	1	1.16	-	-	1.30	40	قانون المنافسة
									وحدة التعليم الأفقية
		1	1	-	-	1.30 سا	-	22.30 سا	و ت أف 1 (إج)
x	x	1	1	-	-	1.30	-	22.30	لغة أجنبية
		30	12	332.30 سا		135 سا	135 سا	602.30 سا	مجموع السداسي 2

3 - السداسي الثالث:

نوع التقييم		الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي	وحدة التعليم
إمتحان	متواصل			أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة	16-14 أسبوع	
									وحدة التعليم الأساسية
		18	6	15 سا	-	4.30 سا	4.30 سا	360.سا	وت أ 1 (إج)
x	x	6	2	5	-	1.30	1.30	120	لتسويق الإلكتروني السياحي و الفندقي
x	x	6	2	5	-	1.30	1.30	120	لجغرافيا السياحية
x	x	6	2	5	-	1.30	1.30	120	دارة الموارد البشرية
									وحدة التعليم المنهجية
		9	4	6 سا	-	3.00 سا	3.00 سا	180.سا	وت م 1 (إج)
x	x	5	2	3.66	-	1.30	1.30	100	دراسات حالة في التسويق السياحي
x	x	4	2	2.33	-	1.30	1.30	80	منهجية البحث
									وحدة التعليم الاستكشافية
		2	2	-	1.30.سا	-	1.30 سا	45 سا	وت إ 1 (إج)
x	x	2	2	-	1.30	-	1.30	45	علام آلي
				-					وحدة التعليم الأفقية
		1	1	-	-	1.30 سا	-	22.30 سا	وت أف 1 (إج)
x	x	1	1	-	-	1.30	-	22.30	لغة أجنبية
		30	13	315.سا	22.30.سا	135.سا	135.سا	607.30 سا	مجموع السداسي 3

4 - السداسي الرابع:

الميدان :العلوم الاقتصادية،المالية وعلوم التسيير
الفرع :العلوم المالية والتجارية
التخصص: تسويق فندقي و سياحي

تربص في مؤسسة يتوج بمذكرة تناقش

الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي	
30	4	30	العمل الشخصي
	-	10	التربص في المؤسسة
-	-	-	الملتقيات
-	-	-	أعمال أخرى (حدد)
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	و ت	الأساسية	المنهجية	الاستكشافية	الأفقية	المجموع
محاضرة	202.30	135	67.30	-	405	
أعمال موجهة	202.30	135	-	67.30	405	
أعمال تطبيقية	-	-	22.30	-	22.30	
عمل آخر	675	270	35	-	945	
مجموع 3 سداسيات	1080 سا	540 سا	125 سا	67.30 سا	1812.30 سا	
% تقسيم التربص	60%	30%	10%	-	100%	
عمل شخصي (التربص)	360	180	60	-	600	
مجموع 4 سداسيات	1440	720	185	67.30	2412.30	
أرصدة 3 سداسيات	54	27	6	3	90	
رصيد السداسي الرابع	18	9	3	-	30	
مجموع الأرصدة	72	36	9	3	120	
% الأرصدة لكل وحدة تعليم	60%	30%	7%	3%	100%	

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

عنوان الماستر : تسويق سياحي وفندقي

السداسي: الأول

اسم وحدة التعليم: الأساسية

اسم المادة: مدخل للخدمات

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من أساسيات الخدمات و خصائصها و كذا تصنيفاتها و نماذج تقديم الخدمة و تحتوي المادة على المحاور التالي:

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

- معرفة مسبقة بأنواع الخدمات و مفاهيمها

محتوى المادة: (إجبارية تحديد المحتوى المفصل لكل مادة مع الإشارة إلى العمل الشخصي للطالب)

- طبيعة الخدمات (مفهوم، تعريف..)
- مكانة الخدمات في اقتصاديات الدول
- سمات و خصائص الخدمة
- تصنيف الخدمات
- جوهر الخدمة و الخدمات المحيطة
- المزيج التسويقي للخدمات
- أنظمة الخدمات
- الإبداع في الخدمات

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر (50%)

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

- زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات و تطبيقاته، دار المناهج للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، المجلد 1، ديسمبر 2010.
- محمود جاسم الصميدعي و ردينة عثمان يوسف، تسويق الخدمات، الطبعة الثانية، 2014

السداسي: الأول

وحدة التعليم: الأساسية

المادة: سلوك المستهلك في السياحة

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من التحكم في تقنيات التسويق المطبقة في السياحة ومختلف الاستراتيجيات المعدة لتسويق الخدمات السياحية و كذا عناصر المزيج التسويقي السياحي

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

معرفة مسبقة بالتسويق.

محتوى المادة:

- تعريف المستهلك السائح وخصائصه.
- سلوك المستهلك السائح.
- النظريات المفسرة لسلوك السائح.
- العوامل المؤثرة على سلوك السائح.
- الانماط السياحية.

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترخيص للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر (50%)

المراجع:

د. صبري عبد السميع ، الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي

- J. Lendrevie & D. Lindon (2000), Mercator, 6eme edition, Dalloz, Paris.

- Philip KOTLER et Bernard DUBOIS (2003): Marketing management, 11 édition ,Pearson éducation, Paris.
- عادل عبد الله العنزي و حميد عبد النبي الطائي ، التسويق في إدارة السياحة والضيافة، دار اليازوري 2013

السداسي: الأول

وحدة التعليم: الأساسية

المادة: التسويق الإستراتيجي للخدمات

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من تعميق المعارف التي اكتسبها في طور اليسانس عن التسويق الاستراتيجي و الخدمات المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

معرفة مسبقة

- مفهوم و طبيعة التسويق الإستراتيجي
- أهمية التسويق الإستراتيجي
- مكانة التسويق الإستراتيجي في المؤسسات الخدمية
- كيفية إعداد الإستراتيجية التسويقية الخدمية
- مراحل الاستراتيجية التسويقية في قطاع الخدمات
- الإستراتيجيات القاعدية (التكلفة، التركيز، التنويع)
- جوهر الاختلاف بين التسويق العملي و التسويق الإستراتيجي

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر (50%)

المراجع:

- P. Conso et F. Hémici, ‘l’entreprise en 20 leçons’, Dunod, 2006-11-05
- A. Desreumaux, X. Lecocq et V. Warnier, ‘ Stratégie’, Pearson Education, 2006

- J-P Lozato-Giotart et M Balfet, "Management du tourisme : les acteurs, les produits, les marchés et les stratégies", Pearson Education, 2004
- J-L Charron et S. Sépari, "Organisation et gestion de l'entreprise", Dunod, 2004

السداسي: الأول

وحدة التعليم : المنهجية

المادة : مقاولاتية

الرصيد : 4

المعامل : 2

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من معرفة دور المقاولاتية في تطوير القطاع السياحي في الجزائر. المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة:

- الإطار المفاهيمي للمقاولاتية.
- مقومات الفكر المقاولاتي.
- مراحل المسار المقاولاتي.
- استراتيجيات دعم المقاولاتية .
- دور المقاولاتية في تطوير القطاع السياحي.
- المعوقات الاقتصادية والاجتماعية للممارسة المقاولاتية السياحية.

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترخيص للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر (50%)

المراجع: (كتب ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ) (4 مراجع أساسية في المتوسط)

- 1- Michel Hernandez, L'entrepreneuriat : approche théorique Edition l'Harmattan, Paris, France, 2001.

- 2- Frank Janssen, Entreprendre : Une introduction à l'entrepreneuriat, édition De Boeck, Paris, France, 2009.
- 3- Catherine Léger-Jarniou, (2013) : Le Grand Livre de l'Entrepreneuriat, Hors collection, Dunod, Paris, France.

السداسي: الأول

وحدة التعليم : المنهجية

المادة: إدارة جودة الخدمات السياحية

الرصيد:5

المعامل:2

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من معرفة دور الجودة في تحسين تنافسية المؤسسات السياحية و فهم
السيرورة العامة للجودة عبر دراسات حالة عملية
المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم،
سطين على الأكثر).

معرفة مسبقة بالتسويق

محتوى المادة

- مدخل إلى مفهوم إدارة الجودة
- إدارة السيرورة
- شهادات الايزو
- أهمية جودة الخدمة
- تسيير جودة الخدمة
- معايير الجودة
- قياس رضا الزبون
- حالات عملية: المؤسسات السياحية، الاطعام و الفندقية

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر(50%)

المراجع:

- Monereau.Michel, 2002, Management des organisations touristiques, Edition Bréal, P34
- Jean-Louis BARMA, 1999, Marketing du tourisme et de l'hôtellerie, Edition d'Organisation,
- Philippe kotler ,gary armstrong,principes de marketing ,4^{ème} édition ,2005

السداسي: الأول

وحدة التعليم: الاستكشافية

المادة: قانون المستهلك

الرصيد: 2

المعامل: 1

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من التحكم في الأدوات القانونية الأساسية: المواد و مختلف القوانين المسيرة لحماية حقوق المستهلك.

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة:

- مدخل الى قانون المستهلك
- تعريف المستهلك
- أنواع المستهلك حسب المشرع الجزائري
- قانون فض النزاعات
- نشاطات المستهلك
- قوانين تسيير و حماية حقوق المستهلك

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر (50%)

المراجع:

1. القوانين الصادرة بالجريدة الرسمية لمديرية التجارة

2. القانون التجاري

السداسي: الأول

وحدة التعليم: الأفقية

المادة: لغة أجنبية

الرصيد: 1

المعامل: 1

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من الاتصال السريع باستخدام اللغة الأجنبية و تحرير رسائل تجارية المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

معرفة مسبقة باللغة الإنجليزية

محتوى المادة

- Starting the firm
- Managing the firm
- Insurance
- Business accounts
- Bank and means of payment
- The stock takeovers
- International trade
- Marketing and advertising
- Information technology

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترخيص للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر (50%)

المراجع:

- Nidiau : l'anglais du tourisme.studyrama.2007.
- Collectif : anglais du tourisme (profession).Nathan.1992.

السداسي الثاني

وحدة التعليم: الأساسية

المادة: التسويق السياحي

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف المادة: تهدف المادة إلى تمكين الطالب من تسليط الضوء على مبادئ التسويق السياحي و تحليل الأسواق السياحية

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

معرفة مسبقة بالتسويق

محتوى المادة:

- طبيعة السياحة
- المؤسسات السياحية
- مفهوم و خصائص الخدمات السياحية
- ماهية التسويق السياحي
- خصائص التسويق السياحي
- مكونات العرض السياحي
- المزيج التسويقي السياحي
- بحوث التسويق السياحي
- التسويق السياحي الإلكتروني

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترخيص للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر (50%)

المراجع:

- J. Lendrevie & D. Lindon (2000), Mercator, 6eme edition, Dalloz, Paris.
- Philip KOTLER et Bernard DUBOIS (2003): Marketing management, 11 édition ,Pearson éducation, Paris.

- عادل عبد الله العنزي و حميد عبد النبي الطائي ، التسويق في إدارة السياحة والضيافة دار اليازوري

2013

- الشريعي طارق عبد الفتاح ، التسويق السياحي -التسويق الفندقي، ، حورس الدولية للنشر ، مصر 2007

السداسي الثاني

وحدة التعليم :الأساسية

المادة: التسويق الفندقي

الرصيد:6

المعامل:2

أهداف المادة: تهدف المادة إلى تمكين الطالب من تعميق المعارف حول المنظمات الفندقية و مختلف الخدمات التي تؤديها

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

معرفة مسبقة بالتسويق

محتوى المادة:

- مفهوم الفنادق و أنواعها
- مفهوم الخدمة الفندقية و أنواعها
- 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
- مفهوم السياحة، التسويق السياحي و الفندقي
- أهمية التسويق السياحي و الفندقي
- خصائص الخدمات السياحية و الفندقية
- أنواع الخدمات السياحية و الفندقية
- تطور الأسواق السياحية و صناعة السياحة
- البيئة العامة للتسويق السياحي و الفندقي

- دراسة السوق السياحي و الفندقى

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر (50%)

المراجع:

1- د.أحمد ماهر و د.عبد السلام أبو قحف ، تنظيم و إدارة المنشآت السياحية والفندقية كلية التجارة جامعة الاسكندرية الطبعة الثانية 1999.

2- د حسن اسماعيل الطافش ، إدارة الفنادق و المنتجعات السياحية مكتبة النهضة المصرية 2006

3- السيد علي محمد أمين ، إدارة الفنادق و رفع كفاءتها الانتاجية، الطبعة الأولى وائل للنشر 1998

4- خالد مقابلة ، التسويق الفندقى :مدخل شامل، دار زهران للنشر ، الأردن ، 2009

5- J-P Lozato-Giotart et M Balfet, "Management du tourisme : les acteurs, les produits, les marchés et les stratégies", Pearson Education, 2004

6- Jean-Louis Barma, " Marketing du tourisme et de l'hôtellerie", Editions d'Organisation, 2004

السداسى الثانى

وحدة التعليم :الأساسية

المادة: إدارة علاقات الزبائن

الرصيد:6

المعامل:2

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من التعرف على مبادئ ادارة العلاقة مع الزبون و دراسة الشكاوي و

الاحتجاجات و بناء خطط لإدارة الولاء

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة :

- تطور مفهوم إدارة علاقات الزبائن
- تعريف و أهمية إدارة علاقات الزبائن
- خطوات و استراتيجيات تنفيذ إدارة علاقات الزبائن
- معايير قياس أداء إدارة علاقات الزبائن
- أبعاد إدارة علاقات الزبائن
- تحليل ربحية الزبائن
- تأثير إدارة علاقات الزبائن على الأداء التسويقي للمؤسسات الخدمية

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر (50%)

المراجع:

- 1- Frédéric Jallat (2014), Gestion de la relation client 4e édition : Total relationship management, Big data et Marketing mobile Broché Ed Peelen (Auteur),
- 2- Lars meyer waard (2015), Management de la fidélisation de la stratégie aux technologies digitales, 2ème édition .

السداسي الثاني :

وحدة التعليم : المنهجية

المادة : الاتصال والتحرير الإداري

الرصيد: 4

المعامل: 2

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من معرفة والتحكم في تقنيات وأساليب التحرير الإداري.

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة:

- مفهوم الاتصال والتحرير الإداري.
- خصائص الاتصال والتحليل الإداري.
- أهمية الاتصال والتحرير الإداري.
- عمليات الاتصال الإداري.
- أنواع ووسائل الاتصال الإداري.
- تقنيات التحرير الإداري.

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترخيص للسلطة التقديرية لفريق التكوين)
امتحان (50%) + تقييم مستمر (50%)

المراجع: (كتب ومطبوعات ، مواقع انترنت ، إلخ) (4 مراجع أساسية في المتوسط)

- 1- وهيبة غراممي، (2013): دليل التحرير الإداري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 2- رشيد حباني، (2007): دليل تقنيات التحرير الإداري و المراسلة، دار النشر والاشهار، الرويبة، الجزائر.
- 3- ميلود برادمة، (2005): مميزات المراسلات و الوثائق الادارية، دار المعرفة، باب الواد، الجزائر.
- 4- Placide CODJO, (2009) : Les Documents de Communication Administrative et Commerciale, Cotonou, Benin, Imprimerie A-Z.

السداسي الثاني

وحدة التعليم: المنهجية

المادة: التسويق و السياحة المستدامة

الرصيد: 5

المعامل: 2

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من معرفة المفاهيم المتعلقة بالاستدامة و السياحة وعلاقة التسويق بها
المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم،
سطين على الأكثر).

محتوى المادة

- الاطار المفاهيمي للسياحة المستدامة
- التسويق و علاقته بالسياحة المستدامة

- السياحة البيئية، الاجتماعية، العادلة، المسؤولة
- المحميات الطبيعية
- التغيرات المناخية وأثرها على السياحة
- إدارة الكوارث الطبيعية
- الوعي السياحي
- إدارة المورث الثقافي والمعالم الأثرية

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) + تقييم مستمر (50%)

المراجع:

- Grandjacquet L., Pache C. (2006). Projet : mise en place d'un tourisme vert. Qualités patrimoniales de la commune de Portiragnes. Commune de Portiragnes

السداسي الثاني

وحدة التعليم : الاستكشافية

المادة : قانون المنافسة

الرصيد: 2

المعامل: 1

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من معرفة مضمون ومجالات تطبيق قانون المنافسة.
المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة:

- مفهوم قانون المنافسة.
- نشأة وتطور قانون المنافسة.
- دور أهمية قانون المنافسة.

- مصادر قانون المنافسة
- مضمون قانون المنافسة.
- مجال تطبيق قانون المنافسة.
- أحكام قانون المنافسة.

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)
امتحان (50%) +تقييم مستمر (50%)

المراجع: (كتب ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ) (4 مراجع أساسية في المتوسط)

- 1- مولود ديدان، (2009): قانون المنافسة، دار بلقيس للنشر، الجزائر.
- 2- القوانين الصادرة بالجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.

السداسي الثاني

وحدة التعليم :الأفقية

المادة: لغة أجنبية

الرصيد:1

المعامل:1

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من الاتصال السريع عن طريق اللغة الأجنبية.
المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم،
سطين على الأكثر).

معرفة مسبقة باللغة الإنجليزية

محتوى المادة

- Starting the firm
- Managing the firm
- Insurance

- Business accounts
- Bank and means of payment
- The stock takeovers
- International trade
- Marketing and advertising
- Information technology

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترحيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) + تقييم مستمر (50%)

المراجع:

- Nidiau : l'anglais du tourisme.studyrama.2007.
- Collectif : anglais du tourisme(proffession).Nathan.1992.

السداسي الثالث

وحدة التعليم: الأساسية

المادة: التسويق الإلكتروني السياحي و الفندقي

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من التحكم تكنولوجيا المعلومات والاتصال السياحي و كذا مزيج التسويق

الإلكتروني .

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم،
سطين على الأكثر).

معرفة مسبقة بأسس التسويق

محتوى المادة:

- مدخل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال
- ماهية التسويق الإلكتروني
- دراسة سلوك مستهلك الخدمة الإلكترونية

- المزيج التسويقي الإلكتروني للخدمات السياحية
- المزيج التسويقي الإلكتروني للخدمات الفندقية

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) + تقييم مستمر (50%)

المراجع:

1- Cindy Dorkenoo, Les outils du marketing digital, du e-marketing, Marketing Digital, Eyrolles 2014

السداسي الثالث

وحدة التعليم: الأساسية

المادة: الجغرافية السياحية

الرصيد: 6

المعامل: 2

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من التحكم في التوزيع المكاني و الزماني للسياحة اقليميا و عالميا
المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم،
سطين على الأكثر).

ثقافة عامة سياحية.

محتوى المادة:

- تطور و مجال الجغرافية السياحية
- مناهج و أدوات البحث في الجغرافية السياحية
- المقومات الطبيعية و البشرية للسياحة

- التوزيع المكاني و الزماني للسياحة (اقليميا و عالميا)
- تأثيرات السياحة على البيئة الطبيعية و البشرية
- المنظمات و الهيئات السياحية العالمية
- جغرافية السياحة في الجزائر (المقومات ، الآثار، المواقع : السياحة الحموية، السياحة الجبلية، سياحة الإستجمام، السياحة الدينية...)

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترخيص للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر (50%)

المراجع:

- محمد صبحي و حمدي أحمد الديب: جغرافية السياحة ، المكتبة الأنجلو مصرية ، 2009

السداسي الثالث

وحدة التعليم :الأساسية

المادة: إدارة الموارد البشرية

الرصيد:6

المعامل:2

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من عرض و وصف الموارد البشرية في قطاع السياحة و الفنادق المعارف المسبقة المطلوبة: (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

معرفة مسبقة بمادي الإدارة

محتوى المادة:

- توصيف و تحليل الموارد البشرية
- تخطيط الموارد البشرية في قطاع السياحة و الفنادق
- الاختيار و التوظيف في قطاع السياحة و الفنادق
- التكوين و التقييم في قطاع السياحة و الفنادق
- التحفيز

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترحيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر (50%)

المراجع:

- صالح ، حسن عبد القادر ، 2002 ، الموارد وتنميتها ، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر ، عمان ، الأردن

السداسي الثالث

وحدة التعليم : المنهجية

المادة : منهجية البحث

الرصيد: 4

المعامل: 2

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من: التعريف بأصول الكتابة العلمية والتعود على الالتزام بها؛ تفادي حشو المعلومات دون أسس علمية؛ تعويد الطالب على التعلم الذاتي والوصول إلى الحقيقة العلمية، وحل المشكلة بنفسه؛ توحيد وضبط شكل الإخراج النهائي للمذكرات بالكلية.

المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

محتوى المادة:

- الإطار المفاهيمي للبحث العلمي.
- مناهج وأساليب البحث العلمي.
- مشكلة البحث وفرضياته.

- طرق وأدوات جمع المعلومات
- توثيق البحث العلمي.
- مخطط تنظيم المذكرة.

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر (50%)

المراجع: (كتب ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ) (4 مراجع أساسية في المتوسط)

- 1- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي (النظرية والتطبيق)، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
- 2- ذوقان عبيدا، البحث العلمي (مفهومه، أدواته، أساليبه)، مكتبة الشقري، الرياض، 2006.
- 3- عاد ريان محمد ريان، إعداد وكتابة الرسائل العلمية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2004.

السداسي الثالث

وحدة التعليم :المنهجية

المادة:دراسات حالة في التسويق السياحي

الرصيد:5

المعامل:2

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من تحسين القدرة على معالجة وضعية حقيقية اتخاذ القرار و الاتصال المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

معرفة مسبقة بالسياحة و التسويق .

محتوى المادة:

- دراسات حالة بعض الفنادق
- دراسات حالة بعض وكالات سياحية
- تقديم مسائل في التسويق السياحي و تصحيحها

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترحيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر (50%)

المراجع:

- AMIEL (V.), « L'étude de cas en marketing », Editions de l'Organisation, Paris, 1991.

السداسي الثالث

وحدة التعليم :الاستكشافية

المادة:اعلام آلي

الرصيد:2

المعامل:2

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من استخدام برامج المكتبية والتسيير
المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم،
سطين على الأكثر).

معرفة مسبقة بمبادئ الإعلام الآلي .

محتوى المادة:

- برنامج معالجة البيانات Tableur
- برنامج عرض البحوث Powerpoint

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر (50%)

المراجع:

- Ouvrages spécifique Excel et power point

السداسي الثالث

وحدة التعليم :الأفقية

المادة: لغة أجنبية

الرصيد:1

المعامل:1

أهداف المادة:

تهدف المادة إلى تمكين الطالب من الاتصال السريع عن طريق اللغة الأجنبية. المعارف المسبقة المطلوبة : (وصف تفصيلي للمعرف المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم، سطرين على الأكثر).

معرفة مسبقة باللغة الإنجليزية

محتوى المادة

محتوى المادة:

- Starting the firm
- Managing the firm

- Insurance
- Business accounts
- Bank and means of payment
- The stock takeovers
- International trade
- Marketing and advertising
- Information technology

طريقة التقييم: مراقبة مستمرة، امتحان.... إلخ (يُترك الترجيح للسلطة التقديرية لفريق التكوين)

امتحان (50%) +تقييم مستمر(50%)
المراجع:

- Nidiau : l'anglais du tourisme.studyrama.2007.
- Collectif : anglais du tourisme(proffession).Nathan.1992.

V - العقود/الاتفاقيات

لا

(إذا كانت نعم، تُرفق الاتفاقيات والعقود بالملف الورقي للتكوين)

نموذج لرسالة إبداء النية أو الرغبة
(في حالة تقديم ماستر بالاشتراك مع مؤسسة جامعية أخرى)
(ورق رسمي يحمل اسم المؤسسة الجامعية المعنية)

الموضوع: الموافقة على الإشراف المزدوج للماستر بعنوان :

تعلن الجامعة (أو المركز الجامعي). عن رغبتها في الإشراف المزدوج عن
الماستر المذكورة أعلاه طيلة فترة تأهيل الماستر.

وفي هذا الإطار، فإن الجامعة (أو المركز الجامعي) ترافق هذا المشروع من خلال:

- إبداء الرأي أثناء تصميم و تحيين برامج التعليم،
- المشاركة في الملتقيات المنظمة لهذا الغرض ،
- المشاركة في لجان المناقشة ،
- المساهمة في تبادل الإمكانيات البشرية و المادية

توقيع المسؤول المؤهل رسميا :

الوظيفة:

التاريخ:

**نموذج لرسالة إبداء النية أو الرغبة
(في حالة تقديم ماستر بالاشتراك مع مؤسسة لقطاع مستخدم)
(ورق رسمي يحمل اسم المؤسسة)**

الموضوع: الموافقة على مشروع بحث تكوين للماستر بعنوان:

المقدم من:

تعلن مؤسسة
بصفقتها المستخدم المحتمل لمنتوج هذا التكوين

عن رغبتها في مرافقة هذا التكوين المذكور أعلاه

وفي هذا الإطار، فإننا نؤكد انضمامنا إلى هذا المشروع ويتمثل دورنا فيه من خلال:

- إبداء رأينا في تصميم و تحيين برامج التعليم،
- المشاركة في الملتقيات لهذا الغرض ،
- المشاركة في لجان المناقشة .
- تسهيل قدر المستطاع استقبال الطلبة المترشحين في المؤسسة في إطار إنجاز مذكرات نهاية التخرج أو في إطار المشاريع المؤطرة.

سيتم تسخير الإمكانيات الضرورية لتنفيذ هذه العمليات و التي تقع على عاتقنا من أجل تحقيق الأهداف وتنفيذها إن على المستوى المادي والمستوى البشري

يعين السيد(ة)*.....منسقا خارجيا لهذا المشروع.

توقيع المسؤول المؤهل رسميا:

الوظيفة:

التاريخ:

الختم الرسمي للمؤسسة: