

رندمد 2253-0142
رندمد (اللكتروني) 2602-5604

ISSN 2253-0142
E-ISSN 2602-5604

مجلة التنظيم و العمل

مجلة التنظيم و العمل

مجلة أكاديمية محكمة تصدر عن مخبر تحليل و استشراف و تطوير الوظائف و الكفاءات
جامعة معسكر - الجزائر

المجلد 15 رقم 01 (48) سنة 2026

REVUE ORGANISATION ET TRAVAIL

Revue académique avec comité de lecture
Editée par le Laboratoire d'Analyse, de Prospective et
de Développement des Emplois et des Compétences
(LAPDEC) Université de Mascara - ALGERIE

VOL 15/N° 01 (48) Année 2026



مجلة

التنظيم و العمل

*Organizing & Working
Journal*

Revue Organisation & Travail

مجلة علمية محكمة تصدر كل ١٥ أشهر

عن محور تحليل و استشراف و تطوير الوظائف و الكفاءات

Laboratoire d'Analyse, de Prospective et de Développement
des Emplois et des Compétences (LAPDEC)

جامعة ماسنجر (الموتر) - ALGERIE

ASJP
Algerian Scientific Journal of Prospective

المجلد
ALMANHAL

R Academic
Research
Index
Research

هشام شبر
أستاذ باحث في التاريخ الحديث
هشام شبر
د. هاشم شبر
أستاذ

د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)	د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)
د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)	د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)
د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)	د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)
د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)	د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)
د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)	د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)
د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)	د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)
د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)	د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)
د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)	د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)
د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)	د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)
د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)	د. هاشم شبر (جامعة القاهرة - مصر)

المقدمة

المقدمة

المقدمة

المقدمة

المقدمة

المقدمة

المقدمة

المقدمة

المقدمة

محتويات العدد

6-24	أثر الذكاء العاطفي على تعزيز فاعلية القيادة من وجهة نظر المرؤوسين بالمؤسسات التعليمية بولاية تيسمسيلت شنة جمال، شاغي أحمد
25-36	دور التسويق الرقمي في الرفع من جودة الخدمة في المؤسسات الاقتصادية دراسة وصفية على موقع اتصالات الجزائر سفيان راخ سعد قصري
37-46	الواقع الافتراضي والواقع المعزز في التسويق الرقمي: تجربة العملاء في العصر الرقمي سجعي أسماء
47-59	تأثير إستعمال تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التسويق الرقمي د.قديري عبد المالك ، د.نوري يوسف
60-73	The Impact of Information and Communicaion Technology on Human Capial in Algeria: An Econometric Study (2014_2023) Pr.Atiq Cheikh, Dr. Siham Berkane
74-93	The impact of electronic payment methods on monetary policy management Ouarad housseyn, Samira Hammadouche, Almi Hassiba
94-111	The hidden challenges behind Islamic banking financing: A guide to understanding preventive mechanisms - A case study of Jordan Islamic Bank – Thameur Bensaoucha, Boussaid Mohammed Abdelkrim Abed Adda
112-131	The effect of Emotional responses as a mediator between Website quality and Impulse buying behaviour online: empirical study of jumia Algeria Bouatrous Djamel
132-147	The Determinants of Islamic Banking Competition within the Traditional Banking Finance Environment in Algeria: A Case Study of Bank Al Baraka Algeria from 2003 to 2023 Belghalem Hamza, Ilifi Mohamed
148-166	The consumer behavior : A bibliometric analysis of the ASJP Mohamed Ali MEROUDJ, Imed Eddine BRACHENE, Kamel OTMANI,
167-184	The Adequacy of the Marketing Mix in Enhancing the Position of Insurance Companies in the Customer's Mind- A Case Study of Insurance Companies: CIAR and TRUST Nabil Guebli, Oualid Bouhraoua, Hicham zerrouki
185-196	Crowdfunding platforms as an alternative method to enhance funding sources for startups: Experiences from some Arab countries SAHOUANE Ali
197-207	Applications of Artificial Intelligence in Education – A Literature Review Aissat Meriem