



مجلة العلوم التجارية

LaRevue des Sciences **Com**merciales

Business Sciences **Review**

**Revue publiée par l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales
d'Alger**

Dépôt légal : 579/2002

EISSN : 2602-5396

ISSN : 1112-3818

**Vol.23 N°02
Décembre 2024**

COMITE EDITORIAL

EDITEUR EN CHEF

Mohand Amokrane BELKACEMI,
Ecole des Hautes Etudes Commerciales

EDITEUR ASSOCIES

Hichem Sofiane SALAOUATCHI	Ecole des hautes études commerciales
Bachir MAZOUZ	École nationale d'administration publique (ENAP) , Canada
Kamila Ait Yahia	Ecole des hautes études commerciales
Lilia BAHMED	Université de Batna 2 - Mustapha Ben Boulaid, Algérie
Issam MALKI	Université de Westminster, Angleterre
Azeddine TOUNES	INSEEC BUSINESS SCHOOL, France
Yvon PESQUEUX	Conservatoire national des arts et métiers Paris, France
Camal GALLOUJ	Université Paris 13, France
Marc-ARTHURDIAYE	Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, France
Robert Le DUFF	Université de Caen, CIDEGEF, France
Mouloud MADOUN	Indian Institute of management Trichy , Inde
Abederrahmane ABEDOU	Centre de Recherche d'Economie Appliquée et Développement
Hanya KHERCHI MEDJDEN	Ecole Nationale Supérieure en Statistique et en Economie Appliquée
Marc-Arthur DIAYE	Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, France
Nicolas MOINET	IAE de Poitiers, France.

SECRETAIRE

Mohand Amokrane BELKACEMI
Ecole des Hautes Etudes Commerciales

LA LIGNE EDITORIALE

La Revue des Sciences Commerciales est une revue académique, semestrielle, éditée par l'école des Hautes Etudes Commerciales. Cette revue est un moyen de communication et d'interaction entre les membres de la communauté universitaire et les différents acteurs de la société, de l'entreprise et de l'économie. Elle reflète le dynamisme authentique des chercheurs œuvrant dans le champ et la vitalité de la recherche scientifique.

SOMMAIRE

1. Utilité du sens perçu du travail et de la fierté des employés dans les actions de RSE et leur comportement citoyen au sein des hôtels béninois : Une approche fondée sur le modèle M-R NAKOU Zinsou Daniel Laboratoire de recherche Entreprise et Développement (LAED) de l'Ecole Supérieure Polytechnique (ESP) de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar SIMEN NANA Serge Francis Laboratoire de recherche Entreprise et Développement (LAED) de l'Ecole Supérieure Polytechnique (ESP) de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar (UCAD),	7-28
2. Mise en œuvre de l'ICAAP comme composante de la surveillance prudentielle en Algérie Asma ALLOUAT Ecole des Hautes Etudes Commerciales - Algérie	29-49
3. Emergence de l'université entrepreneuriale : dynamiques et défis Lilia TIBOURTINE Centre universitaire de TIPAZA (Algérie)	50-63
4. Spécificités des réseaux sociaux et leur influence sur les composantes affective et conative des attitudes des clients d'un prestataire de téléphonie mobile. cas : des socionautes algériens, clients de l'opérateur public « Mobilis » Lilia BEDGHIOU Laboratoire « MaGIPO : Management, Gouvernance, Innovation et Performance des Organisations », ESC (Algérie), Amina CHIH-CHIBANI Laboratoire « MaGIPO : Management, Gouvernance, Innovation et Performance des Organisations », Ecole Supérieure de Commerce, ESC (Algérie)	64-85

5. L'apport du management collaboratif sur le développement d'une culture digitale : contribution à l'étude de l'expérience d'une entreprise algérienne du secteur économique. Asma BOUKHALFA Centre Universitaire de Tipaza, Algérie	86-101
6. Evaluation du dispositif CNAC par le modèle VAR Evaluation of CNAC device from VAR model Khadidja BOUMEDIENE CU-elbayadh Nacera ABDERRAHIM ENSSEA	102-118
7. De l'intention entrepreneuriale à l'acte entrepreneurial Randa MEGHARI Eps BENADDA Ecole des Hautes Etudes Commerciales (Algérie)	119-142
8. L'Analyse juridique de la protection et l'exploitation de la marque en Algérie. SADOUDI SAKINA Faculté de droit Université d'Alger1 : Algérie	143-162
9. Diversités Générationnelles, facteurs d'influences, conflits et compétences collectives : Quelle approche de management intergénérationnel adopter ? Lynda SIDHOUM École des Hautes Etudes Commerciales (Algérie) Nabila ACILA École des Hautes Etudes Commerciales (Algérie)	163-185
10. Evolution de la divulgation d'information financière après l'adoption des IAS/IFRS des entreprises algériennes du secteur pharmaceutique : étude comparative des groupes Sidal et Biopharm. Yasmina TOUALBI Doctorante, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, EHEC (Algérie) Faiza BENIKHLEF Professeure, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, EHEC (Algérie)	186-202

11. Les principales contributions de l'intelligence artificielle (IA) dans les activités marketing Kadi Ali École des Hautes Études Commerciales	203-221
12. Factors Affecting Inflation in the Arab Maghreb Countries During 2002-2021 AHMED GAID Zakaria Ecole des Hautes Etudes Commerciales (HEC), Algeria MILOUDI Mohamed Karim Ecole des Hautes Etudes Commerciales (HEC), Algeria	222-247
13. The role of perception design in gender attribution: Gestalt-based analysis of shower gel packaging in the Algerian market. Rayane Bouadjehine Ecole des Hautes Etudes commerciales, Kolea (Algeria) Imene Belboula Université Lounici Ali, Blida 2, (Algeria)	248-269
14. The Importance of Human Resources Management within ISO And Total Quality Management from The Viewpoint of The Employees OF Greater BELGITH MILLS Kamoumia Soufyane Laboratory of Financial and Banking Systems and Macroeconomic Policies inder of Global Transformations, Chlef univercity (algeria) Barek Naima Mohamed Cherif Messaadia university (Souk-Ahras algeria), Ben Daoudia Wahiba Chlef univercity (algeria)	270-283
15. The strategic marketing draft of purchases- A new upstream strategic trend- Case: Cevital group (agro-industry) Karim DJENNADI Université of Algiers 3 (Algeria)	284-302
16. The impact of oil prices shocks on government spending in Algeria during the period (1986-2019) Assia MERABET University Ali LOUNISSI Blida2	303-318

17. Swot analyses of pharmaceutical cluster industry in Algeria SOUIDI Rima EHEC BESSACHI Fatima Université d'Alger 3	319-336
18. مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الأداء التسويقي لمؤسسة أوريدو-وكالات تيبازة برصة المهدي المركز الجامعي مرسلبي عبد الله – تيبازة زابر وافية جامعة البلدة 2 لونيبي علي طرشاني سهام جامعة الجيلالي بونعامة- الخميس مليانة- الجزائر	337-356
19. السياحة الحموية في الجزائر و اليات تطويرها : دراسة تحليلية للفترة 2023-2020 لبخور صبرين المدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان-LEREM-مخبر الدراسات و الأبحاث في الإقتصاد الإداري كبيري فتيحة جامعة الجزائر 03-LEREM-مخبر الدراسات و الأبحاث في الإقتصاد الإداري	357-377
20. دراسة علاقة التكامل المشترك طويل الاجل بين كفاءة اليد العاملة الإنتاجية بقطاع المؤسسات الناشئة والصغيرة والمتوسطة والنمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة:1996-2019 د.ميلود وعيل مخبر السياسات التنموية والدراسات الإستشرافية، جامعة البويرة (الجزائر) د.منير أمقران المدرسة الوطنية متعددة التقنيات قسنطينة (الجزائر) د.قاسمي آسيا مخبر السياسات التنموية والدراسات الإستشرافية، جامعة البويرة (الجزائر)	378-399
21. تطبيق الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في الإدارات العمومية الجزائرية من خلال نظام معلومات الموارد البشرية كمدخل لتحسين الأداء الإداري: وزارة الشباب والرياضة نموذجاً عائشة سمسوم جامعة الجزائر 3 (الجزائر)	400-427
22. تقييم الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية باستخدام نسب المردودية "دراسة حالة المؤسسة الجزائرية للمياه –وحدة ورقلة- " عائشة بخالد جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)	428-448