



مجلة العلوم التجارية

La Revue 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.24 N°02
Décembre 2025

COMITE EDITORIAL

EDITEUR EN CHEF

Mohand Amokrane BELKACEMI,
Ecole des Hautes Etudes Commerciales

EDITEUR ASSOCIES

Amel KASMI	Ecole des hautes études commerciales
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. KPIs FOR TRANSITIONING TO KNOWLEDGE ECONOMY Samir Tagzout Director of the Knowledge Economy, Ministère de l'Economie de la Connaissance, des Start-up et des Micro-entreprises (Algeria) stagzout@mkesm.gov.dz Farid Ghanem Improvement Project Manager, Les Moulins de Soulanges (Canada) fghanem@moulinsdesoulanges.com	7-23
2. USER-GENERATED CONTENT, EWOM INTENSITY, AND TRAVEL INTENTION: A NETNOGRAPHIC STUDY OF ALGERIAN FACEBOOK TRAVEL COMMUNITIES ISLAM BENGATI Phd Student Laboratoire MARKETIC, École des Hautes Études Commerciales d'Alger (EHEC Alger) https://ror.org/05frye867 i.bengati@hec.dz KAMILA GHIDOUCHE AIT-YAHIA Full Professor Laboratoire MARKETIC, École des Hautes Études Commerciales d'Alger (EHEC Alger) https://ror.org/05frye867 k.ghidouche-aityahia@hec.dz	24-50

3. THE FINANCING BY ISTISNA'A BETWEEN THEORY AND PRACTICE: THE CASE OF QATAR ISLAMIC BANK Asma BAHMED School of Higher Commercial Studies - EHEC (Algeria) https://ror.org/05frye867 bahmed.asma@hec.dz Nesrine TOBNI University of Algiers 3 (Algeria) tobni.nesrine1994@gmail.com	51-74
4. THE CONTRIBUTION OF SCIENTIFIC RESEARCH TO THE PROMOTION OF ECO-INNOVATION AND GREEN ENTREPRENEURSHIP BERBAR Mouloud DEFI laboratory, Mouloud MAMMERI University of Tizi-Ouzou (Algeria) mouloud.berbar@ummto.dz OUSIDHOUM Souhila Mouloud MAMMERI University of Tizi-Ouzou (Algeria) soughila.ousidhoum@ummto.dz SEBAA Ahmed Salah DEFI laboratory, Echahid Hamma Lakhdar University - El Oued (Algeria) sebaa-ahmedsalah@univ-eloued.dz	75-92
5. PROPOSAL OF STRATEGIC ORIENTATIONS FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN ALGERIAN SAHARA Jihan Sarah BOUDISSA School of Higher Commercial Studies - EHEC (Algeria) https://ror.org/05frye867 Mustapha BOUKHATEM School of Higher Commercial Studies - EHEC (Algeria) https://ror.org/05frye867 Mus.boukhatem@gmail.com	93-114
6. TOWARD A DIGITAL TRANSFORMATION MODEL FOR THE CORPORATE GOVERNANCE IN THE ALGERIAN CONTEXT: A THEORETICAL MODEL Widad CHABANI PERMANAN Laboratory School of Higher Commercial Studies https://ror.org/05frye867 Email: w.chabani@hec.dz	115-132

Nedjmi SAIDAT University of Kasdi Merbah Ouargla Email : saidat.nedjmi@univ-ouargla.dz	
7. THE IMPACT OF USER-GENERATED CONTENT ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS: THE MODERATING ROLE OF FOMO (FEAR OF MISSING OUT) Boumesbah Nabil Abderrahmane Mira university-Bejaia nabil.boumesbah@univ-bejaia.dz	133-146
8. AI-ENHANCED RISK ASSESSMENT IN P2P LENDING: ADVANCING EFFECTIVENESS AND INCLUSIVITY IN CREDIT EVALUATION. AKBOUDJ Nouha Nor Djihane School of Higher Commercial Studies EHEC (Algeria) PERMANAN Laboratory of EHEC Alger https://ror.org/05frye867 n.akboudj@hec.dz LEBSAIRA Meriem School of Higher Commercial Studies EHEC (Algeria) PERMANAN Laboratory of EHEC Alger https://ror.org/05frye867 m.lebsaira@hec.dz	147-167
9. THE EVOLUTION OF ENTREPRENEURSHIP PEDAGOGICAL PROGRAMS FROM TRADITIONAL APPROACHES TO AI-DRIVEN LEARNING Nour El Houda BOUADILA Laboratoire de performance, management et innovation, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, EHEC Alger https://ror.org/05frye867 Email : nour_elhouda.bouadila@hec.dz Nesrine BOUCHA Laboratoire de performance, management et innovation, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, EHEC Alger https://ror.org/05frye867 Email: nesrine.boucha@hotmail.com	168-186
10.IMPACT DE LA PUBLICITE EN LIGNE SUR LE PROCESSUS D'ACHAT DES CONSOMMATEURS ALGERIENS Idir Demri Ecole des Hautes Etudes commerciales i.demri@hec.dz	187-205

https://ror.org/05frye867 Djamila Bouyoucef Barr Ecole des Hautes Etudes commerciales https://ror.org/05frye867 djamila-barr@hotmail.fr	
11.GOUVERNANCE LOCALE ET DIVERGENCE DE RATIONALITES : UNE EVALUATION EMPIRIQUE EN ALGERIE. Dr. Amina BENMAGHINA Université d'Alger 3, Faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion (Algérie) a.benmaghnia12@gmail.com	206-223
12.ÉVOLUTION DES POLITIQUES D'IMPORTATION EN ALGÉRIE (2015–2025) : ANALYSE STRUCTURELLE ET IMPACTS ÉCONOMIQUES SUR LE TISSU PRODUCTIF Dr. DAI Rania Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Laboratoire PERMANAN, Algérie https://ror.org/05frye867 r.dai@hec.dz	224-239
13.LES COMPTABILITES INFORMATISEES EN ALGERIE A L'EPREUVE DU CONTROLE FISCAL : ETUDE EVALUATIVE DES DEFIS PRATIQUES ET DES IMPERATIFS D'ADAPTATION JURIDIQUE Younes YALA École des Hautes Études Commerciales d'Alger Laboratoire PERMANAN Younes.yala83@gmail.com Noredine CHENNOUFI Professeure, École des Hautes Études Commerciales d'Alger Laboratoire PERMANAN chennoufi.nord@gmail.com	240-264
14. نموذج قياسية لأثر مؤشرات الشمول المالي على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 2000–2021 معروف جيلالي مخبر التنمية المستدامة في مناطق الهضاب العليا و المناطق الصحراوية المركز الجامعي نور بشير – البيض – (الجزائر) d.marouf@cu-elbayadh.dz	265-286
15. أثر تبني المراجعة الداخلية كآلية للحد من الفساد المالي والإداري في الإدارات العمومية شهرزاد بودريالة	287-306

مخبر التمويل، مالية المؤسسة ومالية الأسواق، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة (الجزائر) Bouderbala.chahra@gmail.com محمد زرقون مخبر التطبيقات الكمية في العلوم الاقتصادية والمالية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة (الجزائر) Zergounemed@gmail.com	
16. دور البنية التحتية في تنشيط القطاع السياحي بالجزائر: الواقع وآفاق 2030 بوقشال نرمين المركز الجامعي مرسللي عبد الله تيبازة bouguechal.nermine@cu-tipaza.dz عبد الرزاق مروان المركز الجامعي مرسللي عبد الله تيبازة amerouane.lmd@gmail.com	307-324
17. أثر تطبيق الحوكمة على الإفصاح المحاسبي دراسة حالة الشركة الجزائرية للتأمينات (CAAT) سفيان موساوي مخبر الاقتصاد الرقمي في الجزائر جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة (الجزائر) s.moussaoui@univ-dbkkm.dz فاطمة الزهراء خبازي مخبر الاقتصاد الرقمي في الجزائر جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة (الجزائر) f.khebazi@univ-dbkkm.dz	325-348
18. تقييم اثر الإصلاحات الفلاحية على تطوير الإنتاج الفلاحي بالجزائر: (دراسة تحليلية-ولاية بسكرة أمودجا من 2010-2019-) أ.د/ يزيد تفرات مخبر (COFIFAS)، جامعة أم البواقي tagraret.yazid@univ-oeb.dz د/ كفية قسيموري جامعة محمد خيضر بسكرة kafiakas1@gmail.com أ.د/ وسيلة السبتي جامعة محمد خيضر بسكرة sebti.wassila@yahoo.fr	349-369

--	--