



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.25 N°01
Juin 2026

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. EPISTEMOLOGICAL PARADIGMS AND METHODOLOGICAL APPROACHES IN MANAGEMENT RESEARCH Dr. Redouane KHELIFATI Higher National School of Statistics and Applied Economics Email: khelifati.redouane@learning.enssea.edu.dz Pr. Jacinto Soler-Matutes Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) Email : jacinto.soler@uab.cat	07-32
2. ASSESSING RISK MANAGEMENT MATURITY IN EMERGING ECONOMIES USING PRINCIPAL COMPONENT ANALYSIS: EVIDENCE FROM TUNISIAN FIRMS Ennouri Wissem University-Sfax, Tunisia wissemennouri@yahoo.fr	33-49
3. THE IMPACT OF DIGITAL COMMUNICATION VIA INSTAGRAM ON ALGERIAN CONSUMERS' PURCHASING INTENTIONS Dr. Krim Yasmine Associate Professor (B), National Higher School of Management, Kolea Email : y.krim-ens@ensmanagement.edu.dz Pr Laoudj Ouardia Professor, Higher School of Commercial Studies, Kolea Email : ouardia.laoudj71@gmail.com https://ror.org/05frye867 Dr. Douffi Maroua Associate Professor (B), National Higher School of Management, Kolea Email : m.douffi-ens@ensmanagement.edu.dz	50-71

4. THE INTENTION–ACTION GAP IN STUDENT ENTREPRENEURSHIP: A CONCEPTUAL FRAMEWORK FOR ALGERIAN UNIVERSITY ECOSYSTEMS Louiza AHMID University of Algiers 2,Algeria louiza.ahmid@univ-alger2.dz	72-91
5. ASYMMETRIC EFFECTS OF OIL REVENUES ON PUBLIC SPENDING IN ALGERIA: A NARDL APPROACH FASSA Binafou University of Bejaia, Laboratory of Economics and Development (LED), Algeria binafou.fassa@univ-bejaia.dz ZIDAT Rafika University of Bejaia, Laboratory of Economics and Development (LED), Algeria rafika.zidat@univ-bejaia.dz	92-113
6. THE ROLE OF E-MARKETING IN SUPPORTING DOMESTIC DESERT TOURISM IN TAMANRASSET CITY -A SURVEY STUDY OF A SAMPLE OF LOCAL TOURISTS - Saadna Marouane (ECOFIMA) مخبر الاقتصاد، المالية وإدارة الأعمال 20 August 1955University-Skikda(Algeria) m.saadna@univ-skikda.dz Khenchoul Assia Imen 20 August 1955University-Skikda(Algeria) a.khenchoul@univ-skikda.dz	114-137
7. STRUCTURAL TRANSFORMATION OF AIR PASSENGER DEMAND IN ALGERIA PRE- AND POST-COVID-19: AN ADVANCED TIME SERIES ANALYSIS USING PYTHON Elhabib MEKKAOU Ecole Supérieure de l'économie Oran ESE Email : elhabibmekkaoui@gmail.com	138-165
8. LES DETERMINANTS DE LA LONGEVITE DANS LES ALLIANCES STRATEGIQUES ASYMETRIQUES : LE CAS RENAULT-NISSAN- MITSUBISHI (1999–2025) Kamel ARAB Ecole supérieure de commerce -ESC Kolea- Algerie. k_arab@esc-alger.dz Amel SACI	166-193

Ecole supérieure de commerce -ESC Kolea- Algerie. a_saci@esc-alger.dz Hamoutenne ALI Ecole supérieure de commerce -ESC Kolea- Algerie. a_hammoutene@esc-alger.dz	
9. L'EVENEMENTIEL COMME LEVIER DE DEVELOPPEMENT D'UNE ORGANISATION ASSOCIATIVE RURALE. CAS DE L'ASSOCIATION TILELLI Dr. Kamel OTMANI Université Abderrahmane Mira de Béjaia, Laboratoire PERMANAN (EHEC), Algérie kamel.otmani@univ-bejaia.dz	194-216
10.LE MARKETING DIGITAL EN ALGERIE : OPPORTUNITES, DEFIS ET PERSPECTIVES D'AVENIR Maria Rim BENMOUSSA Doctorante en Management et Marketing dans le sport, HEC Alger Mariarimbenmoussa@gmail.com https://ror.org/05frye867 Nedjoua DEMMOUCHE Professeure à HEC Alger demmouchenedjoua@gmail.com https://ror.org/05frye867	217-242
11. POLITIQUES PUBLIQUES, INCUBATION ET INTENTION ENTREPRENEURIALE : LE CAS DE L'INCUBATEUR DE SIDI ABDELLAH (ALGERIE) MELLAL Samir L'affiliation : Doctorant à l'EHEC mellalsamir@outlook.com https://ror.org/05frye867	243-265
12. النمذجة البنائية لمحددات الطلب على منتجات الصيرفة الإسلامية على مستوى الشبابك الإسلامية المبتكرة في الجزائر حياة طهراوي	266-287

جامعة يحي فارس بالمدينة، الجزائر Tahraoui.hayet@univ-medea.dz العيداني حبيبة جامعة يحي فارس بالمدينة، الجزائر laidani.habiba@univ-medea.dz	
13. التكامل بين آليات التسويق الحسي وتقنيات التسويق العصبي —مقاربة نظرية لتعزيز استجابات المستهلك— أميرة معايش جامعة المجاهد عبد الحفيظ بوالصوف، ميله (الجزائر) a.maiche@centre-univ-mila.dz	288-317
14. المتعامل الاقتصادي المعتمد كإجراء لتسهيل وتأمين سلسلة التوريد الدولية إسماعيل بن عنتر كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس — مستغانم (الجزائر) ismail.benanteur.etu@univ-mosta.dz البريد الإلكتروني: عباس لحرمر كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس — مستغانم (الجزائر) abbess.lahmar@univ-mosta.dz البريد الإلكتروني:	318-338
15. التحول نحو استدامة التجارة الخارجية في الجزائر: تحليل للسياسات، التحديات، والمسار المستقبلي في ظل التحولات الاقتصادية العالمية. بجلولي احمد المركز الجامعي نور بشير - البيض - الجزائر ahmedbahlouli1952@gmail.com	339-370

16. مساهمة الجامعة الجزائرية في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين -دراسة حالة دار المقاولاتية بجامعة الجزائر 3- بلحواجب هند مختبر الأداء والإدارة والابتكار مدرسة الدراسات العليا التجارية (القليلة، الجزائر) h.belhouadjeb@hec.dz https://ror.org/05frye867	371-399
---	----------------