



مجلة العلوم التجارية

**La Revue des Sciences  
Commerciales**

**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.20**

**Numéro 2 / 2021**

## Comité Editorial

### Editeur en chef

Hassiba DJEMA  
Ecole des Hautes Etudes Commerciales

### Editeur associés

Abederrahmane ABEDOU	Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le développement, Algérie
Khalifa AHSINA	Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc
Boualem ALIOUAT	Université Nice Sophia Antipolis, France
Athmane LAKHLEF	Centre Universitaire de Tipaza, Algérie
Lilia BAHMED	Université de Batna 2 - Mustapha Ben Boulaïd, Algérie
Dahbia BELAID	Ecole des Hautes Etudes Commerciales
Aouni BELAID	College of Business & Economics, Université Qatar
Wahiba BALI	Université de Tunis El Manar, Tunisie
Marc-Arthur DIAYE	Ecole d'Economie de la Sorbonne, France
Adel ESCHEIKH	Unité de Recherche Innovation, Systèmes Et Technologie ISET Radés, Tunisie
Camal GALLOUJ	Université Paris 13, France
Robert Le DUFF	Université de Caen , CIDEGEF, France
Mouloud MADOUN	Indian Institute of management Trichy , Inde
Issam MALKI	Université de Westminster, Angleterre
Bachir MAZOUZ	École nationale d'administration publique (ENAP) , Canada
Faouzi GHIDOUCHE	Ecole des hautes études commerciales,

Amar OUKIL	Algérie College of economics, University de Soltana Oman
Yvon PESQUEUX	Conservatoire national des arts et métiers Paris, France
Hichem Sofiane SALAOUATCHI	Ecole des hautes études commerciales, Algérie
Wassila TABET	Université Aboubeker Belkaid de Tlemcen, Algérie
Azeddine TOUNES	INSEEC BUSINESS SCHOOL, France

**Secrétaire**

Mohand Amokrane BELKACEMI  
Ecole des Hautes Etudes Commerciales

### **La ligne éditoriale**

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. Elle favorise la promotion de l'excellence, de la production et du rayonnement scientifique. Elle se veut donc, un espace de débat, de réflexion et d'analyse sur toutes les questions d'intérêt dans le domaine des sciences commerciales, économiques et de gestion pour soutenir une recherche utile au service de la société.

## Sommaire

<p>1-PROBLEMATIQUE DE FINANCEMENT DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES PAR LES INSTITUTIONS FINANCIERES DE LA VILLE DE MATADI</p> <p style="text-align: center;"><b>Eric Vesta Mafuta Mbambi</b> Institut Supérieur de Commerce de Matadi, République Démocratique du Congo</p>	7-25
<p>2-THE CONTRIBUTION OF INTERNATIONAL PARTNERSHIP TO THE DEVELOPMENT OF INFRASTRUCTURE RELATED TO THE PRODUCTION OF ELECTRICITY FROM RENEWABLE ENERGIES IN ALGERIA</p> <p style="text-align: center;"><b>Erroukrma Fatima Zohra Ikram</b> EHEC, Algeria <b>Rahal Farah</b> EHEC , Algeria</p>	26-44
<p>3-MIGRATION INTERNATIONALE ET TRANSFERT D'INNOVATION : LES PAYS MEDITERRANEENS</p> <p style="text-align: center;"><b>Samir Djelti</b> Université Guelma, Algérie</p>	45-61
<p>4-TOWARDS STRENGTHENING THE LOCAL FIRMS' ABSORPTIVE CAPACITIES: CONCEPTUAL FRAMEWORK</p> <p style="text-align: center;"><b>Chaabane Mohamed</b> M'hamed Bougara University of Boumerdès, Algeria.</p>	62-77
<p>5- THE TOURISM PROMOTION STRATEGY KEY FACTORS: COMPARATIVE STUDY (ALGERIA, MOROCCO AND TUNISIA)</p> <p style="text-align: center;"><b>Krim Yasmine</b> EHEC, Algeria <b>Lalaoui Khaled</b> Ecole Nationale Supérieure de Journalisme et des Sciences de l'Information, Algeria</p>	78-96
<p>6-THE IMPACT OF FINANCIAL ENGINEERING IN PROMOTING CAPITAL MARKETS</p> <p style="text-align: center;"><b>Sarah Labani</b> University of Algiers 3, Algiers, Algeria.</p>	97-125
<p>7-LE ROLE DE LA COMMUNICATION MARKETING DANS LA GESTION DES ORGANISATIONS SPORTIVES THE ROLE OF MARKETING COMMUNICATION IN SPORTS ORGANIZATION MANEGEMENT</p> <p style="text-align: center;"><b>Assia Bourakni Yousfi</b> Ecole supérieure en sciences et technologie du sport. Dely Ibrahim/Algérie <b>Meziane Nadjia</b> Faculté des sciences et l'information et de la communication -Alger3-</p>	126-141
<p>8- ANALYSE DE L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL AU NIVEAU L'ANSEJ, EN VUE DE PROPOSER UNE NOUVELLE FORME D'ACCOMPAGNEMENT PAR LE PAIR</p> <p style="text-align: center;"><b>Nedjoud Demmouche</b> EHEC, Pôle Universitaire Koléa, Algérie <b>Soumya Alilat</b> ENSM, Pôle Universitaire Koléa, Algérie</p>	142-159
<p>9- SWOT ANALYSIS OF POTENTIAL TERRITORIAL COMPETITIVENESS IN ALGERIA</p>	160-181

<b>Fatiha Bessachi</b> (CREAD), Bouzaréah, Algeria	
10-LE DÉVELOPPEMENT DE L'ESPRIT ENTREPRENEURIAL AU SEIN DE LA CULTURE ALGERIENNE  <b>Acila Nabila Eps Hammadi,</b> Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Algérie	182-197
11-واقع وأفاق تسويق الخدمات السياحية في الجزائر لدعم الاقتصاد الوطني <b>حفصي بونيعو ياسين</b> جامعة تيبازة (الجزائر) <b>يونسى محمد</b> جامعة تيبازة (الجزائر)	198-218
12-دور الخبير الإكتواري في تعزيز الحوكمة في شركات التأمين- دراسة ميدانية على عينة من مؤسسات التأمين <b>بغداد أمحمد</b> مخبر الأنظمة المالية والمصرفية والسياسات الإقتصادية الكلية شلف. <b>د. ضويقي حمزة أ</b> - جامعة تيسمسيلت، الجزائر	219-238
13-تطبيق نظام محاسبة التكاليف على أساس الأنشطة ABC في المؤسسة الجزائرية-حالة مؤسسة تسويق وتوزيع المواد البترولية-نفظال- <b>عبد الله قويدر الواحد</b> جامعة حسبية بن بوعلی بالشلف ،الجزائر <b>أحمد مصنوعة</b> جامعة حسبية بن بوعلی بالشلف ،الجزائر	239-254
14-دور وسائل الإعلان في التأثير على القرار الشرائي لدى المرأة الجزائرية "دراسة حالة "زبونات مواد التجميل أبوسعد <b>شارف وهيبة</b> جامعة سعيدة، الجزائر <b>زروقي إبراهيم</b> جامعة سعيدة، الجزائر	255-270
15-أثر تغير أسعار البترول على النفقات العامة في الجزائر -دراسة تحليلية قياسية للفترة ما بين 1970-2017 <b>يوسف بوكدر</b> جامعة الجيلالي بونعامة - خميس مليانة <b>سليم مجلخ</b> جامعة 8 ماي 1945 - قالمة <b>وليد بشيشي</b> جامعة 8 ماي 1945 - قالمة	271-286