|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| تظهر التحدي الكبير أمام المؤسسات في تبني إدارة المواهب.بين هذه الانقسامات لدى الخبراء والممارسين والباحثين في التأطير النظري لإدارة المواهب وفي متطلبات وتحديات تبينيها، وبين اتفاق كامل حول نتائجها الحاسمة على أداء وتنافسية المؤسسات، برزت فكرة هذا اليوم الدراسي الهادف إلى تناول المفهوم بأبعاده المختلفة لتحديد تنظير دقيق له ودراسة متطلبات تبنيه في بيئة الأعمال الجزائرية. **محاور اليوم الدراسي:**1. نظريات ونماذج إدارة المواهب.
2. متطلبات تبني إدارة المواهب في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ونتائجها على أداء وتنافسية المؤسسة.
3. المقاول الموهوب والقيادة الموهوبة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.
4. تبني إدارة المواهب في المؤسسات الاقتصادية الكبرى (تجارب دولية ناجحة)

**المعنيين بالمشاركة:**الممارسين والباحثين في المجال. | **الإشكالية والأهداف:**برزت بداية الاهتمام بإدارة المواهب لأول مرة خلال التسعينات عندما شاع استخدام عبارة حرب المواهب (War for Talents) في دراسة قدمتها شركة McKinsey عام 1997، والتي اشتعلت بين الشركات العالمية الكبرى، تعبيرا عن المنافسة الشديدة بين المنظمات، حيث تحولت المنافسة إلى اجتذاب الموهوبين وتوفير الظروف التنظيمية والمالية التي تساعد على الإبقاء عليهم. وتطور هذا المفهوم وأصبح نظاما يطبق في أغلب المؤسسات الكبرى.وقد انقسم الباحثون في تحديد من هو الموهوب إلى تيارين فيرى أصاحب التيار الأول أن بعض الأشخاص يعتبرون موهوبون لامتلاكهم قدرات وإمكانات استثنائية وسمات خاصة يستطيعون من خلالها التأثير في كفاءة وفعالية المنظمة التي يعملون فيها، بينما يرى أصحاب التيار الثاني أنه من الناحية العملية يمكن لأي شخص قادر على المساهمة في تحقيق أهداف المنظمة أن يطلق عليه موهوب وهنا لا يجب على الإدارة التركيز فقط على مجموعة صغيرة من هؤلاء الذين يمتلكون مقدرات استثنائية دون غيرهم كون كل فرد يمتلك مقدرات وإمكانيات كامنة يمكن تحفيزها ورعايتها لتحقيق الميزة التنافسية للمنظمة.وكما اختلف الخبراء والباحثون في تحديد مفهوم الموهبة اختلفوا كذلك في طبيعة عمليات إدارة المواهب باعتبارها جزء لا يتجزأ من إدارة الموارد البشرية، أو إدارة متكاملة بخصوصياتها. كما اختلف الممارسون في قياسهم لمدى تبني المؤسسة لإدارة المواهب فمنهم من ركز جهوده في تبني إدارة المواهب على الممارسات الخارجية من جذب المواهب وبناء العلامة التجارية للمستخدم، بينما ركزوا آخرون على الممارسات الداخلية لإدارة المواهب من اكتشاف للمواهب، بناء سوق المواهب الداخلي، وتخطيط الخلافة، فكانت هذه الممارسات هي التي  | **الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية****وزارة التعليم العالي والبحث العلمي****جامعة محمد خيضر بسكرة****كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير****مخبر المالية، البنوك، وإدارة الأعمال****ينظم****يوم دراسي حول:**

|  |
| --- |
| **إدارة المواهب في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية** |

**يوم:****06 ماي 2018****بقاعة المناقشات في مكتبة الكلية*** **تحت إشراف: أ. د. غوفي عبد الحميد (مدير المخبر).**
* **أ.د. خنشور جمال (رئيس فرقة البحث)**
* **تنظيم د. أقطي جوهرة (رئيس اليوم الدراسي)**

**مواعيد مهمة:**آخر أجل لاستلام المداخلات كاملة هو 25 أفريل 2018آخر اجل للرد على المداخلات المقبولة 01 ماي 2018موعد اليوم الدراسي: 06 ماي 2018ترسل المداخلات إلى البريد الإلكتروني: djouhara07@yahoo.comللتواصل والاستفسار: 0669131162**أعضاء اللجنة العلمية:**أ.د. خنشور جمال (رئيس اللجنة العلمية)أ.د. غوفي عبد الحميد/ أ.د. غالم عبد الله/ أ.د. خوني رابح/ أ.د. تومي ميلود/ أ.د. قايد نور الدين/أ.د. حجازي إسماعيل/ د.أقطي جوهرة/ د. خير الدين جمعة/ د. خان أحلام/د.بومجان عادل/ د. داسي وهيبة/د.بنوناس صباح/د. كردودي سهام/ د. حايف سي حايف شيراز/د. قريشي محمد/د. برني لطيفة/د. شرون رقية/.**أعضاء اللجنة التنظيمية:**الوافي خالد/مرابط كوثر/سليخ حورية/ عديلة نادية/ رابحي مباركة/مستورة ياسمينة/.**ملاحظة: لا يتكفل المخبر بأي نوع من النفقات للمتدخلين** |