UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DE GESTION

Équipe de recherche PRFU :
« Gestion des connaissances et capitalisation des compétences »
F01L02UN150120230004

Organisent

La 1ère édition du colloque national hybride

Management des connaissances et capitalisation des compétences : Une alternative pour la compétitivité des entreprises algériennes

Président d'honneur : Pr. BOUDA
Présidente du colloque : Pr. MATMAR

Dates à retenir

- **10 Octobre 2023** l'envoi des résumés conformément à la fiche de proposition de communication ci-dessous par courriel à l'adresse suivante :

col.km2023@ummto.dz

- **20 Octobre 2023** la soumission du texte intégral ;
- **29-30 Octobre 2023** Tenue du colloque.

Lien du Colloque

Problématique

Dans un contexte de renforcement de la compétitivité des entreprises, la question du management des compétences devient un enjeu clé aussi bien pour les entreprises que pour la recherche en sciences de gestion. Aujourd'hui, il est exigé aux entreprises de gérer conjointement le développement des compétences et le développement de produits et services innovants pour une meilleure compétitivité et ce, au moyen de la capitalisation des compétences. La gestion des connaissances est une activité relativement récente bien que le problème existe depuis que l'homme crée des connaissances à transmettre, il y a de cela au moins 60 000 ans.

Plusieurs raisons expliquent l'émergence de la gestion des connaissances : La concurrence accrue du marché, l'explosion des nouvelles technologies et des moyens de communication, l'ouverture des frontières ainsi que l'internationalisation des marchés. Il devient dès lors, essentiel pour le management de gérer ce capital informationnel de façon à pouvoir contrôler, sécuriser et réutiliser ses acquis. L'objectif de la démarche en gestion des connaissances est donc de mettre en place un environnement propice à la capitalisation, au partage et à la libre circulation des connaissances tout en évitant à l'entreprise d'être dépendante par rapport aux savoirs individuels de ses employés. La concurrence accrue du marché oblige ainsi, les entreprises, tant privées que publiques, à faire preuve de flexibilité et à s'adapter très rapidement à un environnement sans cesse en mouvement. Dans ce contexte, les entreprises algériennes doivent pouvoir mobiliser rapidement leur « capital intellectuel » et leurs connaissances afin de faire face à la demande évolutive du marché et de leurs clients. Ainsi, les entreprises algériennes doivent dorénavant non seulement « savoir comment exploiter des connaissances» mais aussi « comment développer rapidement de nouvelles compétences ».

L'explosion des nouvelles technologies et des moyens de communication, tels la messagerie électronique, les forums de discussion, les lettres électroniques génèrent chez les destinataires un sentiment de 'trop plein' d'informations ; il devient dès lors indispensable d'opérer une sélection parmi cette déferlante informationnelle afin de ne garder que celles qui sont indispensables à la bonne marche de l'entreprise.

L'ouverture des frontières ainsi que l'internationalisation des marchés obligent une circulation rapide des informations et des connaissances entre l'organisation et ses clients, éventuellement localisés à plusieurs milliers de kilomètres; le phénomène de globalisation, l'instabilité de l'environnement rendent les comportements des entreprises imprévisibles et intensifient la complexité des problèmes. Si faire appel à du personnel compétent et hautement qualifié peut répondre à cette difficulté, l'entreprise doit également veiller à ce que ce savoir-faire reste dans « ses murs », il s'agit donc de le protéger.

Cependant, malgré son intérêt stratégique pour la compétitivité des entreprises dans un environnement de plus en plus complexe et dynamique, la question du management des connaissances reste relativement limitée et manque de supports empiriques convaincants. Les nouveaux leviers de l'avantage compétitif renvoient à différentes dimensions du savoir dans les organisations : Savoir créer, savoir se différencier par l'affirmation d'une identité et de messages cohérents, savoir externaliser, savoir accumuler et valoriser la connaissance, savoir accorder la primauté à l'homme, et enfin savoir définir les outils du management ad hoc. Ainsi, l'intégration de ces différentes dimensions laisse entrevoir l'émergence de nouveaux défis : Comment arbitrer entre une logique à court terme de l'optimisation et une logique à long terme de la création de potentiel, via l'accumulation et la valorisation des savoirs et donc de la connaissance ? Les entreprises algériennes s'inscrivent dans cette dynamique où il est impératif de faire face à une compétitivité de plus en plus grandissante et ce, grâce à l'exploitation des compétences internes qui sont à même susceptibles d'êtres capitalisées grâce à la mise en place d'un système de management cohérent et adapté à cet effet.

L'objectif de ce colloque est de voir dans quelle mesure le management de la connaissance et la capitalisation des compétences amélioreraient la compétitivité ainsi que la position des entreprises algériennes faces à la concurrence internationale?

Les axes du colloque

- **Du management des connaissances à la capitalisation des compétences : cadre théorique ;**
- **La capitalisation des compétences et l'innovation ;**
- **La veille stratégique et le management des compétences**
- **La culture d'entreprise et le management des compétences ;**
- **Le knowledge management et compétitivité des entreprises ;**
- **Le management des connaissances et contexte des entreprises algériennes ;**
- **L'intelligence compétitive et gouvernance de l'entreprise ;**
- **Le management des connaissances et l'avantage concurrentiel ;**
- **La compétitivité des entreprises et responsabilité sociale ;**
- **La technologie de l'information et de la communication et management des connaissances et des compétences.**

Les propositions doivent répondre aux normes suivantes :

- L'originalité et en relation avec les axes du colloque ;
- Nombre de pages : 20 pages au maximum écrites au format Word ;
- Police Times-new romain 13 gras pour les titres et normal, taille 12 pour le corps de texte. Interligne : 1.5, Marges : 3 cm à gauche et 2.5 en haut, en bas et à droite.
- L'étude empirique constitue un critère prioritaire dans la sélection des communications ;
- Le nombre d'intervenant par communication ne doit pas dépasser deux.
- Langues de communication : Français, anglais et arabe.

COMITE SCIENTIFIQUE

Présidente du comité Scientifique :
Pr. MATMAR Dalila

	Grade	Établissement
MATMAR Dalila	Pr	UMMTO
ACHIR Mohand	MCB	UMMTO
AISSAT Amina	Pr	UMMTO
AMIAR Lila	Pr	UMMTO
AMOKRANE Abdelaziz	Pr	UMMTO
AMOKRANE Hakima	MCB	UMMTO
AMZIANE Louiza	MCA	UMMTO
ARAB Abdellah	MCA	UMMTO
ARKOUB Ouali	Pr	U.Boumerdes
BEKOUR Farida	Pr	UMMTO
BELKHAMSA Ouerdia	MCA	UMMTO
BIA Chabane	Pr	UMMTO
BOUKRIF Moussa	Pr	U. Bejaia
BOUZIDA Zahia	MCB	UMMTO
CHENANE Arezki,	Pr	UMMTO
CHERROU Kahina	MCA	UMMTO
CHITTI Mohand,	Pr	U.Bejaia
DERGHOUM Mahfoud	Pr	ESC Kolea Alger
DORBANE Nadia	MCB	UMMTO
FERNANE Djamila	MCB	UMMTO
GHEDDACHE Lyes	Pr	UMMTO
HAMOUTENE Wardia	MCA	UMMTO
HAMMACHE Sorya	MCA	UMMTO
KARA Rabah	MCA	UMMTO
KEHRI Samir	MCB	UMMTO
MADDAGH Mohand Cherif	Pr	ESC Kolea Alger
MOKRANE Ali	MCA	UMMTO
MOUSSAOUI Abdelhakim	MCA	UMMTO
MOULAI Kamel	MCA	UMMTO
NANECHE Fariza	MCB	UMMTO
OTMANI Habib	MCA	UMMTO
OUAMAR Sabrya	MCB	UMMTO
OUALIKENE Selim	Pr	UMMTO
OUCHALLAL Houria,	MCA	UMMTO
RACHEDI Akila	MCA	UMMTO
SAHALI Nordine	MCA	UMMTO
SALMI Madjid	Pr	UMMTO
SAM Hocine	MCA	UMMTO
SI MANSOUR Farida	MCB	UMMTO
SI SALAH Karima	MCB	UMMTO
SOUKI Hakima	MCB	UMMTO
TITOUCHE Rosa,	MCB	UMMTO
ZELLAL Ahlam	MCA	UMMTO
ZERKHFAOUI Lyes	MCA	UMMTO

COMITE D'ORGANISATION

Présidente du comité d'organisation :
Dr. FERNANE Djamila

	Grade	Établissement
FERNANE Djamila	MCB	UMMTO
KEHRI Samir	MCB	UMMTO
MALEK Nadir	MAA	UMMTO
AMOKRANE Hakima	MCB	UMMTO
AMROUNE Lydia	Doctorante	UMMTO
AMZIANE Louiza	MCA	UMMTO
BABOU Omar	MAA	UMMTO
BOUZIDA Zahia	MCB	UMMTO
BELAHCENE Thinhinane	Doctorante	UMMTO
BILEK Lila	MAA	UMMTO
BOUDRIOUA Amina	Doctorante	UMMTO
CHIKAOUI S'mina	MAA	UMMTO
CHERROU Kahina	MCA	UMMTO
DRIR Mohamed	MAA	UMMTO
HADDADI Lounes	MAA	UMMTO
HAMMACHE Soraya	MCA	UMMTO
LAMROUS Katia	MAA	UMMTO
LEHAD Rachida	MAA	UMMTO
MAHMOUDIA Mehenna	MAA	UMMTO
MEZIAINI Yacine	MAA	UMMTO
OUBAZIZ Said	MAA	UMMTO
OUIKENE Nahida	Doctorante	UMMTO
OUAMAR Sabrya	MCB	UMMTO
OUSSAID Aziz	MAA	UMMTO
SALMI Samya	MAA	UMMTO
SI MANSOUR Farida	MCB	UMMTO
SI SALAH Karima	MCB	UMMTO
TESSADA Yasmina	MAA	UMMTO
TITOUCHE Roza	MCB	UMMTO

***

Les meilleures communications serons publiées dans la revue « Marketing and Business Research Review »