

ملحق القرار رقم 1184 المؤرخ في 5 أكتوبر 2025

يعدل ويتم ملحق القرار رقم 1378 المؤرخ في 17 أكتوبر 2022 الذي يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة الماستر في ميدان " علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية "، شعبة " علوم تجارية "، تخصص " تسويق رقمي " لدى الجامعات والمراكز الجامعية ومؤسسات التكوين العالي

السداسي الأول:

| نوع التقييم | نمط التعليم | | الحجم الساعي للأسبوعي (15 أسبوعا) | الحجم الساعي الأسبوعي | | | المعامل | الأرصدة | عنوان المواد | وحدات التعليم | | |
|-------------|---------------|--------|-----------------------------------|-----------------------|---------------|-------------|------------|------------|--------------|---------------|--|--|
| | مراقبة مستمرة | امتحان | | أخرى* | أعمال تطبيقية | أعمال موجهة | | | | | دروس | |
| %60 | %40 | | X | 67 سا 30 د | 45 سا 00 | - | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 2 | 5 | إدارة التسويق الرقمي | وحدة تعليم أساسية الرمز: وت أس 1.1 الأرصدة: 18 المعامل: 8 |
| %60 | %40 | | X | 67 سا 30 د | 45 سا 00 | - | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 2 | 5 | سلوك المستهلك الإلكتروني المعمق | |
| %60 | %40 | | X | 45 سا 00 | 45 سا 00 | - | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 2 | 4 | استراتيجيات التسويق الرقمي | |
| %60 | %40 | | X | 45 سا 00 | 45 سا 00 | 1 سا 30 د | - | 1 سا 30 د | 2 | 4 | إدارة الحملات الرقمية بالذكاء الاصطناعي | |
| %60 | %40 | | X | 67 سا 30 د | 45 سا 00 | - | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 2 | 5 | تحليل السلاسل الزمنية | |
| %60 | %40 | X | X | 45 سا 00 | 45 سا 00 | - | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 2 | 4 | الاتصال والتحرير الإداري | وحدة تعليم منهجية الرمز: وت م 1.1 الأرصدة: 9 المعامل: 4 |
| %60 | %40 | X | X | 5 سا 00 | 45 سا 00 | - | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 2 | 2 | قانون المنافسة وحماية المستهلك | وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت أس 1.1 الأرصدة: 2 المعامل: 2 |
| %60 | %40 | X | X | 2 سا 30 د | 22 سا 30 د | - | 1 سا 30 د | - | 1 | 1 | كتابة وتقديم خطط الأعمال باللغة الإنجليزية | وحدة تعليم أفقية الرمز: وت اف 1.1 الأرصدة: 1 المعامل: 1 |
| | | | | 345 سا 00 | 337 سا 30 د | 1 سا 30 د | 10 سا 30 د | 10 سا 30 د | 15 | 30 | مجموع السداسي الأول | |

* عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

ملحق القرار رقم 18 المؤرخ في 05 محرم 2025

يعدل ويتم ملحق القرار رقم 1378 المؤرخ في 17 أكتوبر 2022 الذي يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة الماستر في ميدان " علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية "، "شعبة " علوم تجارية "، تخصص " تسويق رقمي " لدى الجامعات والمراكز الجامعية ومؤسسات التكوين العالي

السداسي الثاني:

| نوع التقييم | نمط التعليم | | الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعاً) | الحجم الساعي الأسبوعي | | | المعامل | الأرصدة | عنوان المواد | وحدات التعليم | | |
|-------------|---------------|--------|-----------------------------------|-----------------------|---------------|-------------|-----------|------------|--------------|---------------|--|--|
| | مراقبة مستمرة | إمتحان | | أخرى* | أعمال تطبيقية | أعمال موجهة | | | | | دروس | |
| %60 | %40 | | X | 67 سا 30 د | 45 سا 00 | - | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 2 | 5 | إدارة علاقات العملاء الالكترونية E-CRM | وحدة تعليم أساسية الرمز: وت أس 2.1 الأرصدة: 18 المعامل: 8 |
| %60 | %40 | | X | 67 سا 30 د | 45 سا 00 | - | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 2 | 5 | التسويق الالكتروني للخدمات | |
| %60 | %40 | | X | 45 سا 00 | 45 سا 00 | - | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 2 | 4 | أنظمة الدفع الالكترونية | |
| %60 | %40 | | X | 45 سا 00 | 45 سا 00 | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 2 | 4 | تحليل البيانات الرقمية والذكاء الاصطناعي | |
| %60 | %40 | | X | 67 سا 30 د | 45 سا 00 | - | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 2 | 5 | الأساليب الكمية في التسويق | وحدة تعليم منهجية الرمز: وت م 2.1 الأرصدة: 9 المعامل: 4 |
| %60 | %40 | X | X | 45 سا 00 | 45 سا 00 | - | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 2 | 4 | منهجية إعداد مذكرة الماستر | |
| %60 | %40 | | X | 5 سا 00 | 45 سا 00 | 1 سا 30 د | - | 1 سا 30 د | 2 | 2 | صناعة وتسويق المحتوى الرقمي | وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت أس 2.1 الأرصدة: 2 المعامل: 2 |
| %60 | %40 | X | X | 2 سا 30 د | 22 سا 30 د | - | 1 سا 30 د | - | 1 | 1 | اللغة الإنجليزية للأبحاث وكتابة المذكرات | وحدة تعليم أفقية الرمز: وت اف 2.1 الأرصدة: 1 المعامل: 1 |
| | | | | 345 سا 00 | 337 سا 30 د | 03 سا 00 | 09 سا 00 | 10 سا 30 د | 15 | 30 | مجموع السداسي الثاني | |

* عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

ملحق القرار رقم 1378 المؤرخ في 17 أكتوبر 2022 في 5 نوفمبر 2025

يعدل ويتم ملحق القرار رقم 1378 المؤرخ في 17 أكتوبر 2022 الذي يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة الماستر في ميدان " علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية "، شعبة " علوم تجارية "، تخصص " تسويق رقمي " لدى الجامعات والمراكز الجامعية ومؤسسات التكوين العالي

السداسي الثالث:

| نوع التقييم | نمط التعليم | | الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا) | الحجم الساعي الأسبوعي | | | الأرصدة | عنوان المواد | وحدات التعليم | | | |
|-------------|---------------|--------|----------------------------------|-----------------------|-------------|-------------|-----------|--------------|---------------|---------------|------------------------|--|
| | مراقبة مستمرة | إمتحان | | أخرى * | دروس | أعمال موجهة | | | | أعمال تطبيقية | | |
| %60 | %40 | | X | 90 سا 00 | 45 سا 00 | - | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 3 | 6 | إدارة المشاريع الرقمية | وحدة تعليم أساسية الرمز: وت أس 1.2 الأرصدة: 18 المعامل: 9 |
| %60 | %40 | | X | 90 سا 00 | 45 سا 00 | - | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 3 | 6 | التسويق الصناعي الرقمي | |
| %60 | %40 | | X | 90 سا 00 | 45 سا 00 | - | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 3 | 6 | تسويق محركات البحث SEM | |
| %60 | %40 | | X | 67 سا 30 د | 45 سا 00 | 1 سا 30 د | | 1 سا 30 د | 2 | 5 | برمجيات التسويق الرقمي | وحدة تعليم منهجية الرمز: وت م 1.2 الأرصدة: 9 المعامل: 4 |
| %60 | %40 | | X | 45 سا 00 | 45 سا 00 | 1 سا 30 د | - | 1 سا 30 د | 2 | 4 | تطبيقات التعلم العميق | |
| %60 | %40 | X | X | 5 سا 00 | 45 سا 00 | - | 1 سا 30 د | 1 سا 30 د | 2 | 2 | قانون الملكية الفكرية | وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت أس 1.2 الأرصدة: 2 المعامل: 2 |
| %60 | %40 | X | X | 2 سا 30 د | 22 سا 30 د | 1 سا 30 د | - | - | 1 | 1 | ندوة في التسويق الرقمي | وحدة تعليم أفقية الرمز: وت اف 1.2 الأرصدة: 1 المعامل: 1 |
| | | | | 390 سا 00 | 292 سا 30 د | 04 سا 30 د | 06 سا 00 | 09 سا 00 | 16 | 30 | مجموع السداسي الثالث | |

* عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

ملحق القرار رقم 1378 المؤرخ في 15 محرم 1445 هـ

يعدل ويتم ملحق القرار رقم 1378 المؤرخ في 17 أكتوبر 2022 الذي يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة الماستر في ميدان " علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية "، شعبة " علوم تجارية "، تخصص " تسويق رقمي " لدى الجامعات والمراكز الجامعية ومؤسسات التكوين العالي

السداسي الرابع:

دراسة ميدانية تتوج بمذكرة ماستر ومناقشة

| الأرصدة | المعامل | الحجم الساعي الأسبوعي | |
|---------|---------|-----------------------|--|
| 30 | 04 | 30 سا/أسبوعي | العمل الشخصي |
| / | / | 03 سا/أسبوعي | الدراسة الميدانية (بمختلف صيغها حسب موضوع المذكرة) |
| / | / | 02 سا/أسبوعي | الملتقيات (شهادة حضور ملتقى أو دورة تدريبية أو تكوينية في السنة الثانية ماستر) |
| / | / | 05 سا/أسبوعي | أعمال أخرى (تحدد حسب اللجنة البيداغوجية للتخصص) |
| 30 | 04 | 600 سا | مجموع السداسي 4 (15 أسبوع) |



Annexe de l'arrêté n° 1184 du 05 OCT. 2025

modifiant et complétant l'annexe de l'arrêté n°1378 du 17 octobre 2022 fixant le programme des enseignements en vue de l'obtention du diplôme de Master dans le domaine «Sciences Economiques, de Gestion et Sciences Commerciales», filière «Sciences Commerciales », spécialité « Marketing Digital » au sein des universités, centres universitaires et des établissements de formation supérieure

Semestre 2 :

| Unités d'enseignement | Intitulé des matières | Crédits | Coefficients | Volume horaire hebdomadaire | | | VHS 15 semaines | Autre* | Mode d'enseignement | | Mode d'évaluation | |
|--|--|-----------|--------------|-----------------------------|--------------|--------------|-----------------|---------------|---------------------|-----|-------------------|--------|
| | | | | Cours | TD | TP | | | Prés | EAD | CC* | Examen |
| U E Fondamentale Code : UEF1.2 Crédits : 18 Coefficients : 8 | Management électronique des Relations Clients(E-CRM) | 5 | 2 | 1h30 | 1h30 | - | 45h00 | 67h30 | X | | 40% | 60% |
| | Marketing Electronique des services | 5 | 2 | 1h30 | 1h30 | - | 45h00 | 67h30 | X | | 40% | 60% |
| | Systèmes de paiement électronique | 4 | 2 | 1h30 | 1h30 | - | 45h00 | 45h00 | X | | 40% | 60% |
| | Analyse des Données Electroniques et intelligence artificielle | 4 | 2 | 1h30 | - | 1h30 | 45h00 | 45h00 | X | | 40% | 60% |
| U E Méthodologique Code : UEM 1.2 Crédits : 9 Coefficients : 4 | Méthodes Quantitatives en Marketing | 5 | 2 | 1h30 | 1h30 | - | 45h00 | 67h30 | X | | 40% | 60% |
| | Méthodologie de préparation d'un mémoire de master | 4 | 2 | 1h30 | 1h30 | - | 45h00 | 45h00 | X | X | 40% | 60% |
| U E Découverte Code : UED 1.2 Crédits : 2 Coefficients : 2 | Création et Marketing de contenu Digital | 2 | 2 | 1h30 | - | 1h30 | 45h00 | 5h00 | X | | 40% | 60% |
| U E Transversale Code : UET 1.2 Crédits : 1 Coefficients : 1 | Anglais pour la recherche et la rédaction de mémoires | | | - | 1h30 | - | 22h30 | 2h30 | X | X | 40% | 60% |
| Total Semestre 2 | | 30 | 15 | 10h30 | 09h00 | 03h00 | 337h30 | 345h00 | | | | |

Autre* = Travail complémentaire et travail personnel déterminé par l'équipe pédagogique de la matière, CC* : Contrôle Continu.

Annexe de l'arrêté n° 84 du 05 OCT. 2025

modifiant et complétant l'annexe de l'arrêté n°1378 du 17 octobre 2022 fixant le programme des enseignements en vue de l'obtention du diplôme de Master dans le domaine «Sciences Economiques, de Gestion et Sciences Commerciales», filière «Sciences Commerciales », spécialité « Marketing Digital » au sein des universités, centres universitaires et des établissements de formation supérieure

Semestre 3 :

| Unités d'enseignement | Intitulé des matières | Crédits | Coefficients | Volume horaire hebdomadaire | | | VHS 15 semaines | Autre* | Mode d'enseignement | | Mode d'évaluation | |
|--|--------------------------------------|-----------|--------------|-----------------------------|--------------|--------------|-----------------|---------------|---------------------|-----|-------------------|--------|
| | | | | Cours | TD | TP | | | Prés | EAD | CC* | Examen |
| U E Fondamentale Code : UEF 2.1 Crédits : 18 Coefficients : 9 | Management des Projets Digital | 6 | 3 | 1h30 | 1h30 | - | 45h00 | 90h00 | X | | 40% | 60% |
| | Marketing Industriel Digital | 6 | 3 | 1h30 | 1h30 | - | 45h00 | 90h00 | X | | 40% | 60% |
| | Search Engine Marketing SEM | 6 | 3 | 1h30 | 1h30 | - | 45h00 | 90h00 | X | | 40% | 60% |
| U E Méthodologique Code : UEM 2.1 Crédits : 9 Coefficients : 4 | Logiciels du Marketing Digital | 5 | 2 | 1h30 | - | 1h30 | 45h00 | 67h30 | X | | 40% | 60% |
| | Applications de deep learning | 4 | 2 | 1h30 | - | 1h30 | 45h00 | 45h00 | X | | 40% | 60% |
| U E Découverte Code : UED 2.1 Crédits : 2 Coefficients : 2 | Droit de la propriété intellectuelle | 2 | 2 | 1h30 | 1h30 | - | 45h00 | 5h00 | X | X | 40% | 60% |
| U E Transversale Code : UET 2.1 Crédits : 1 Coefficients : 1 | Séminaire sur le Marketing Digital | 1 | 1 | | | 1h30 | 22h30 | 2h30 | X | X | 40% | 60% |
| Total Semestre 3 | | 30 | 16 | 09h00 | 06h00 | 04h30 | 292h30 | 390h00 | | | | |

Autre* = Travail complémentaire et travail personnel déterminé par l'équipe pédagogique de la matière, CC* : Contrôle Continu.

Annexe de l'arrêté n° 1184 du 05 OCT. 2025

modifiant et complétant l'annexe de l'arrêté n°1378 du 17 octobre 2022 fixant le programme des enseignements en vue de l'obtention du diplôme de Master dans le domaine «Sciences Economiques, de Gestion et Sciences Commerciales», filière «Sciences Commerciales », spécialité « Marketing Digital » au sein des universités, centres universitaires et des établissements de formation supérieure

Semestre 4 :

Stage en entreprise couronné par un mémoire et une soutenance.

| | VHS | Coeff | Crédits |
|--|--------|-------|---------|
| Travail Personnel | 30h/S | 04 | 30 |
| Etude pratique (Sous diverses formes, selon le sujet de mémoire) | 03 h/S | / | / |
| Séminaires (Attestation de participation à un séminaire, une formation ou un stage en deuxième année de Master) | 02h/S | / | / |
| Autre (déterminés selon le comité pédagogique de spécialisation) | 05h/S | / | / |
| Total Semestre 4 | 600 h | 04 | 30 |



Annexe de l'arrêté n° 1378 du 05 OCT. 2025

modifiant et complétant l'annexe de l'arrêté n°1378 du 17 octobre 2022 fixant le programme des enseignements en vue de l'obtention du diplôme de Master dans le domaine «Sciences Economiques, de Gestion et Sciences Commerciales», filière «Sciences Commerciales », spécialité « Marketing Digital » au sein des universités, centres universitaires et des établissements de formation supérieure

Semestre 1 :

| Unités d'enseignement | Intitulé des matières | Crédits | Coefficients | Volume horaire hebdomadaire | | | VHS 15 semaines | Autre* | Mode d'enseignement | | Mode d'évaluation | |
|--|--|-----------|--------------|-----------------------------|--------------|-------------|-----------------|---------------|---------------------|-----|-------------------|--------|
| | | | | Cours | TD | TP | | | Prés | FAD | CC* | Examen |
| U E Fondamentale Code : UEF 1.1 Crédits : 18 Coefficients : 8 | Management du Marketing Digital | 5 | 2 | 1h30 | 1h30 | - | 45h00 | 67h30 | X | | 40% | 60% |
| | Comportement du consommateur Digital approfondi | 5 | 2 | 1h30 | 1h30 | - | 45h00 | 67h30 | X | | 40% | 60% |
| | Stratégies du Marketing Digital | 4 | 2 | 1h30 | 1h30 | - | 45h00 | 45h00 | X | | 40% | 60% |
| | Management des Campagnes Digitales par l'intelligence artificielle | 4 | 2 | 1h30 | - | 1h30 | 45h00 | 45h00 | X | | 40% | 60% |
| U E Méthodologique Code : UEM 1.1 Crédits : 9 Coefficients : 4 | Analyse des séries temporelles | 5 | 2 | 1h30 | 1h30 | - | 45h00 | 67h30 | X | | 40% | 60% |
| | Communication et rédaction administrative | 4 | 2 | 1h30 | 1h30 | - | 45h00 | 45h00 | X | X | 40% | 60% |
| U E Découverte Code : UED 1.1 Crédits : 2 Coefficients : 2 | Droit de la concurrence et protection du consommateur | 2 | 2 | 1h30 | 1h30 | - | 45h00 | 5h00 | X | X | 40% | 60% |
| U E Transversale Code : UET 1.1 Crédits : 1 Coefficients : 1 | Rédaction et présentation Plans d'affaires en anglais | | | | 1h30 | - | 22h30 | 2h30 | X | X | 40% | 60% |
| Total Semestre 1 | | 30 | 15 | 10h30 | 10h30 | 1h30 | 337h30 | 345h00 | | | | |

Autre* = Travail complémentaire et travail personnel déterminé par l'équipe pédagogique de la matière, CC* : Contrôle Continu.