

يعدل ويتم ملحق القرار رقم 1373 المؤرخ في 17 أكتوبر 2022 الذي يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة الماستر في ميدان " علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية "، شعبة " علوم تجارية "، تخصص " تسويق " لدى الجامعات والمراكز الجامعية ومؤسسات التكوين العالي

## السداسي الأول:

نوع التقييم	نمط التعليم		الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	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	التحليل الاستراتيجي والتنافسي	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	الابتكار وتطوير المنتجات	
%60	%40	X	45 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30 د	1 سا 30 د	2	4	إدارة قوى المبيعات	
%60	%40	X	45 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30 د	1 سا 30 د	2	4	الأساليب الكمية في التسويق 1	
%60	%40	X	67 سا 30 د	45 سا 00	-	1 سا 30 د	1 سا 30 د	2	5	أخلاقيات التسويق	وحدة تعليم منهجية الرمز: وت م 1.1 الأرصدة: 9 المعامل: 4
%60	%40	X	45 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30 د	1 سا 30 د	2	4	الاتصال والتحرير الإداري	
%60	%40	X	5 سا 00	45 سا 00	1 سا 30 د	-	1 سا 30 د	2	2	تطبيقات في التسويق الرقمي	وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت أس 1.1 الأرصدة: 2 المعامل: 2
%60	%40	X	2 سا 30 د	22 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

يعدل ويتم ملحق القرار رقم 1373 المؤرخ في 17 أكتوبر 2022 الذي يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة الماستر في ميدان " علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية "، شعبة " علوم تجارية "، تخصص " تسويق " لدى الجامعات والمراكز الجامعية ومؤسسات التكوين العالي

السداسي الثاني:

نوع التقييم	نمط التعليم		أخرى*	الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			المعامل	الأرصدة	عنوان المواد	وحدات التعليم	
	مراقبة مستمرة	إمتحان			حضور	غياب	دروس					أعمال موجهة
%60	%40		X	67 سا 30 د	45 سا 00	-	1 سا 30 د	1 سا 30 د	2	5	إدارة العلامة التجارية	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	إدارة الجودة	
%60	%40		X	45 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30 د	1 سا 30 د	2	4	الأساليب الكمية في التسويق 2	
%60	%40		X	45 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30 د	1 سا 30 د	2	4	إدارة علاقات العملاء	
%60	%40		X	67 سا 30 د	45 سا 00	-	1 سا 30 د	1 سا 30 د	2	5	التسويق الإسلامي	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	هندسة وتصميم الإعلان بالذكاء الاصطناعي	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	1 سا 30 د	10 سا 30 د	10 سا 30 د	15	30	مجموع السداسي الثاني	

\* عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

ملحق القرار رقم 1373 المؤرخ في 17 أكتوبر 2022 الذي يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة الماستر

يعدل ويتم ملحق القرار رقم 1373 المؤرخ في 17 أكتوبر 2022 الذي يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة الماستر في ميدان " علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية "، شعبة " علوم تجارية "، تخصص " تسويق " لدى الجامعات والمراكز الجامعية ومؤسسات التكوين العالي

السداسي الثالث:

نوع التقييم	نمط التعليم		الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			المعامل	الأرصدة	عنوان المواد	وحدات التعليم	
	مراقبة مستمرة	إمتحان		أخرى*	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة					دروس
%60	%40	X	90 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30 د	1 سا 30 د	3	6	الرقابة التسويقية	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	
%60	%40	X	90 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30 د	1 سا 30 د	3	6	التسويق في المؤسسات غير الربحية	
%60	%40	X	67 سا 30 د	45 سا 00	1 سا 30 د	-	1 سا 30 د	2	5	تطبيقات التعلم العميق	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	إدارة سلسلة الإمداد	
%60	%40	X	5 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30 د	1 سا 30 د	2	2	قانون الأعمال	وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت أس 1.2 الأرصدة: 2 المعامل: 2
%60	%40	X	2 سا 30 د	22 سا 30 د	-	1 سا 30 د	-	1	1	ندوة حول الاتجاهات الحديثة في التسويق	وحدة تعليم أفقية الرمز: وت اف 1.2 الأرصدة: 1 المعامل: 1
			390 سا 00	292 سا 30 د	01 سا 30 د	09 سا 00	09 سا 00	16	30	مجموع السداسي الثالث	

\* عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

ملحق القرار رقم ٤٨ ٨٨ المؤرخ في ٠١ تمير 2025

يعدل ويتم ملحق القرار رقم 1373 المؤرخ في 17 أكتوبر 2022 الذي يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة الماستر في ميدان "العلوم الاقتصادية، التسيير والعلوم التجارية"، "شعبة " علوم تجارية"، تخصص " تسويق " 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° 115A du 01 OCT. 2025

modifiant et complétant l'annexe de l'arrêté n°1373 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 » 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	EAD	CC*	Examen
<b>U E Fondamentale</b> Code : UEF 1.1 Crédits : 18 Coefficients : 8	Analyse stratégique et concurrentielle	5	2	1h30	1h30	-	45h00	67h30	X		40%	60%
	Innovation et développement des produits	5	2	1h30	1h30	-	45h00	67h30	X		40%	60%
	Management des forces de vente	4	2	1h30	1h30	-	45h00	45h00	X		40%	60%
	Méthodes quantitatives en Marketing 1	4	2	1h30	1h30	-	45h00	45h00	X		40%	60%
<b>U E Méthodologique</b> Code : UEM 1.1 Crédits : 9 Coefficients : 4	Ethiques Marketing	5	2	1h30	1h30	-	45h00	67h30	X		40%	60%
	Communication et rédaction administrative	4	2	1h30	1h30	-	45h00	45h00	X	X	40%	60%
<b>U E Découverte</b> Code : UED 1.1 Crédits : 2 Coefficients : 2	Applications en Marketing Digital	2	2	1h30	-	1h30	45h00	5h00	X		40%	60%
<b>U E Transversale</b> Code : UET 1.1 Crédits : 1 Coefficients : 1	Rédaction et présentation Plans d'affaires en anglais	1	1	-	1h30	-	22h30	2h30	X	X	40%	60%
<b>Total Semestre 1</b>		<b>30</b>	<b>15</b>	<b>10h30</b>	<b>10h30</b>	<b>1h30</b>	<b>337h30</b>	<b>345h00</b>				

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

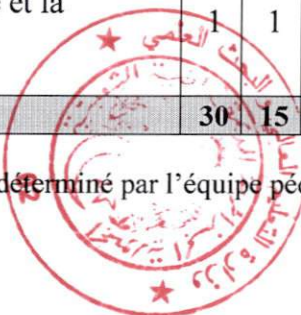
Annexe de l'arrêté n° 1151 du 01 OCT. 2025

**modifiant et complétant l'annexe de l'arrêté n°1373 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 » 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
<b>U E Fondamentale</b> Code : UEF1.2 Crédits : 18 Coefficients : 8	Management de la Marque	5	2	1h30	1h30	-	45h00	67h30	X		40%	60%
	Management de la qualité	5	2	1h30	1h30	-	45h00	67h30	X		40%	60%
	Méthodes quantitatives en Marketing 2	4	2	1h30	1h30	-	45h00	45h00	X		40%	60%
	Management des Relations Clients	4	2	1h30	1h30	-	45h00	45h00	X		40%	60%
<b>U E Méthodologique</b> Code : UEM 1.2 Crédits : 9 Coefficients : 4	Marketing Islamique	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%
<b>U E Découverte</b> Code : UED 1.2 Crédits : 2 Coefficients : 2	Ingénierie et conception publicitaire par l'intelligence artificielle	2	2	1h30	-	1h30	45h00	5h00	X		40%	60%
<b>U E Transversale</b> Code : UET 1.2 Crédits : 1 Coefficients : 1	Anglais pour la recherche et la rédaction de mémoires	1	1	-	1h30	-	22h30	2h30	X	X	40%	60%
<b>Total Semestre 2</b>		<b>30</b>	<b>15</b>	<b>10h30</b>	<b>10h30</b>	<b>1h30</b>	<b>337h30</b>	<b>345h00</b>				

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



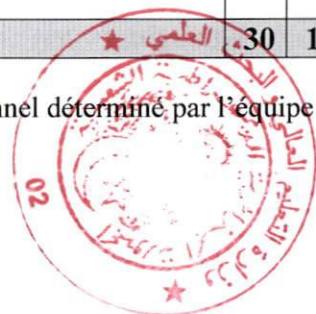
Annexe de l'arrêté n° *1151* du 01 OCT. 2025

**modifiant et complétant l'annexe de l'arrêté n°1373 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 » 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
<b>U E Fondamentale</b> Code : UEF 2.1 Crédits : 18 Coefficients : 9	Contrôle Marketing	6	3	1h30	1h30	-	45h00	90h00	X		40%	60%
	Marketing industriel	6	3	1h30	1h30	-	45h00	90h00	X		40%	60%
	Marketing des organisations non lucratives	6	3	1h30	1h30	-	45h00	90h00	X		40%	60%
<b>U E Méthodologique</b> Code : UEM 2.1 Crédits : 9 Coefficients : 4	Applications de deep learning	5	2	1h30	-	1h30	45h00	67h30	X		40%	60%
	Management de la chaîne logistique	4	2	1h30	1h30	-	45h00	45h00	X		40%	60%
<b>U E Découverte</b> Code : UED 2.1 Crédits : 2 Coefficients : 2	Droit des affaires	2	2	1h30	1h30	-	45h00	5h00	X	X	40%	60%
<b>U E Transversale</b> Code : UET 2.1 Crédits : 1 Coefficients : 1	Séminaire sur les tendances récentes du Marketing	1	1	-	1h30	-	22h30	2h30	X	X	40%	60%
<b>Total Semestre 3</b>		<b>30</b>	<b>16</b>	<b>09h00</b>	<b>09h00</b>	<b>1h30</b>	<b>292h30</b>	<b>390h00</b>				

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



Annexe de l'arrêté n° 1851 du 01 OCT. 2025

modifiant et complétant l'annexe de l'arrêté n°1373 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 » 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
<b>Travail Personnel</b>	30h/S	04	30
<b>Etude pratique (Sous diverses formes, selon le sujet de mémoire)</b>	03 h/S	/	/
<b>Séminaires (Attestation de participation à un séminaire, une formation ou un stage en deuxième année de Master)</b>	02h/S	/	/
<b>Autre (déterminés selon le comité pédagogique de spécialisation)</b>	05h/S	/	/
<b>Total Semestre 4</b>	600 h	04	30

