

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

قرار رقم 603 مؤرخ في 23 جويلية 2014

يحدد البرنامج البيداغوجي للسنة الثانية والثالثة من الطور الثاني
لنيل شهادة الماستر في " تسويق "
بمدرسة الدراسات العليا التجارية

وزير التعليم العالي والبحث العلمي،

- بمقتضى القانون رقم 99-05 المؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق 4 أبريل سنة 1999 المتضمن القانون التوجيهي للتعليم العالي، المعدل والمتمم،
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 14-154 المؤرخ في 5 رجب عام 1435 الموافق 5 مايو سنة 2014 المتضمن تعيين أعضاء الحكومة؛
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 08-223 المؤرخ في 11 رجب عام 1429 الموافق 14 يوليو سنة 2008 المتضمن تحويل المعهد الوطني للتجارة إلى مدرسة خارج الجامعة، المعدل،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 08-265 المؤرخ في 17 شعبان عام 1429 الموافق 19 غشت سنة 2008 المتضمن نظام الدراسات للحصول على شهادة الليسانس وشهادة الماستر وشهادة الدكتوراه،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 13-77 المؤرخ في 18 ربيع الأول عام 1434 الموافق 30 يناير سنة 2013 الذي يحدد صلاحيات وزير التعليم العالي والبحث العلمي.
- وبمقتضى القرار رقم 709 المؤرخ في 03 نوفمبر سنة 2011 الذي يحدد البرنامج البيداغوجي للسنة الأولى من الطور الثاني بالمدرسة العليا للدراسات التجارية.

يقرر

المادة الأولى : طبقا للمادة 16 من القانون رقم 99-05 المشار إليه أعلاه ، يهدف هذا القرار إلى تحديد البرنامج البيداغوجي للسنة الثانية والثالثة من الطور الثاني، لنيل شهادة الماستر في " تسويق " بمدرسة الدراسات العليا التجارية، وفقا لملاحق هذا القرار.

المادة 2 : يكلف المدير العام للتعليم والتكوين العالين ومدير مدرسة الدراسات العليا التجارية، كل فيما يخصه، بتطبيق هذا القرار الذي سينشر في النشرة الرسمية للتعليم العالي والبحث العلمي.

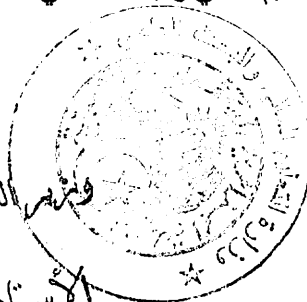
23 جويلية 2014

حرر بالجزائر في:

وزير التعليم العالي والبحث العلمي

محمد سبلم سكي

الأستاذ محمد سبلم سكي



ملحق
البرنامج البيداغوجي للسنة الثانية من الطور الثاني
لنيل شهادة الماستر بمرسلة الدراسات العليا التجارية
ميدان : علوم اقتصادية، تسيير وعلوم تجارية - فرع : علوم تجارية
تخصص : تسويق

السادسي س 3:

الارصدة	المعامل	الحجم الساعي السادسي					وحدات التعليم (و ت)
		المجموع	أعمال فردية	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس	
وحدة التعليم الأولى							
20	15	00سا240	00سا120	00سا60	00سا60	00سا12	1.2 و ت أس
4	3	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	تسويق استراتيجي 1
4	3	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	إتصال تسويقي
4	3	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	إدارة فترة البيع
4	3	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	تحليل المعطيات
4	3	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	اتصال المؤسسات
وحدة التعليم الثانية							
4	4	00سا96	00سا48	00سا24	00سا24	00سا24	1.2 و ت م
2	2	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	إدارة المشاريع
2	2	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	المقاولية
وحدة التعليم الثالثة							
4	4	00سا144	00سا72	00سا36	00سا36	00سا36	1.2 و ت أف
2	2	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	قانون الاستهلاك والمنافسة
1	1	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	إنجليزية تجارية 1
1	1	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	المالية، إسبانية، إيطالية، فرنسية 1
وحدة التعليم الأخرى							
2	2	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	1.2 و ت أ
1	1	00سا24	00سا12	00سا06	00سا06	00سا06	سلسلة القيمة (ندوة)
1	1	00سا24	00سا12	00سا06	00سا06	00سا06	الإنتاج التجاري (ندوة)
30	25	00سا528	00سا264	00سا132	00سا132	00سا132	مجموع السادسي س 3

ملحق
البرنامج البيداغوجي للسنة الثانية من الطور الثاني
لتيل شهادة الماستر بمدرسة الدراسات العليا التجارية
ميدان : علوم اقتصادية، تسيير وعلوم تجارية - فرع : علوم تجارية
تخصص : تسويق

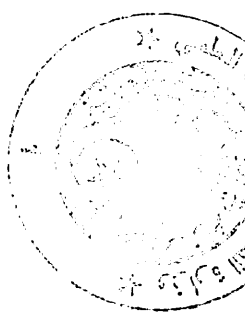
السادسي س 4:

الارصدة	المعامل	الحجم الساعي السادسي					وحدات التعليم (و ت)
		المجموع	اصال فردية	اصال تطبيقية	اصال موجهة	دروس	
19	15	00سا240	00سا120	00سا60	00سا60	00سا60	وحدة التعليم الاقتصادي 2.2
4	3	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	تسويق استراتيجي و عملي
4	3	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	تسيير العلامة التجارية
4	3	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	تسويق بين المؤسسات
4	3	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	تسويق الخدمات
3	3	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	ذكاء اقتصادي
3	2	00سا36	00سا18			00سا18	وحدة التعليم الاقتصادي 2.2 م
1	1	00سا12	00سا06			00سا06	إدارة مرودنية الأسعار (نحوة)
2	1	00سا24	00سا12			00سا12	تقييم الأسعار (نحوة)
5	5	00سا144	00سا72	00سا36	00سا36	00سا36	وحدة التعليم الاقتصادي و ت أف 1.2
3	3	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	أساسيات الفروض
1	1	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	إنجليزية تجارية 2
1	1	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	المانية، إسبانية، إيطالية، فرنسية 2
3	2	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	وحدة التعليم الاقتصادي و ت 2.2
3	2	00سا48	00سا24	00سا12	00سا12	00سا12	تربص ميداني 1
30	24	00سا468	00سا234	00سا12	00سا108	00سا114	مجموع السادسي س 4

ملحق
 البرنامج البيداغوجي للسنة الثالثة من الطور الثاني
 لنيل شهادة الماستر بمدرسة الدراسات العليا التجارية
 ميدان : علوم اقتصادية، تسيير و علوم تجارية - فرع : علوم تجارية
 تخصص : تسويق

السادسي من 6 :

الارصدة	المعامل	الحجم الساعي السداسي (15 أسبوع)	وحدة التعليم (وت)
30	6	15 أسبوع	2.3 و ت أس إعداد مذكرة الماستر
30	6	15 أسبوع	إعداد مذكرة الماستر
30	6	15 أسبوع	إعداد مذكرة الماستر



REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

Arrêté n° *603* du 23 JUIL. 2014

Fixant le programme pédagogique de 2^{ème} et 3^{ème} année du second cycle
En vue de l'obtention du diplôme de Master en « Marketing »
de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales

Le Ministre de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique,

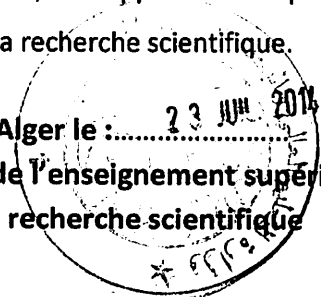
- Vu la loi n°99-05 du 18 Dhou El Hidja 1419 correspondant au 4 avril 1999, modifiée et complétée, portant loi d'orientation sur l'enseignement supérieur,
- Vu le décret présidentiel n° 14-154 du 5 Rajab 1435 correspondant au 05 mai 2014 portant nomination des membres du Gouvernement;
- Vu le décret exécutif n°08-223 du 11 Rajab 1429 correspondant au 14 juillet 2008, modifié, portant transformation de l'institut national du commerce en école hors université.
- Vu le décret exécutif n°08-265 du 17 Chaâbane 1429 correspondant au 19 août 2008 portant régime des études en vue de l'obtention du diplôme de licence, du diplôme de master et du diplôme de doctorat,
- Vu le décret exécutif n°13-77 du 18 Rabie El Aouel 1434 correspondant au 30 Janvier 2013, fixant les attributions du ministre de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique,
- Vu l'arrêté n°709 du 03 novembre 2011 fixant le programme pédagogique de 1ère année du second cycle de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales.

ARRETE

Article 1^{er} : Conformément à l'article 16 de la loi n° 99-05 sus visée, le présent arrêté a pour objet de fixer le programme pédagogique de 2^{ème} et 3^{ème} année du second cycle de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales, en vue de l'obtention du diplôme de Master en « Marketing », conformément à l'annexe du présent arrêté.

Art. 2 : Le Directeur Général de l'enseignement et de la Formation Supérieures et le Directeur de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'application du présent arrêté qui sera publié au bulletin officiel de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique.

Fait à Alger le : 23 JUIL. 2014
Le Ministre de l'enseignement supérieur
et de la recherche scientifique



Annexe
Programme pédagogique 2ème année du second cycle
en vue de l'obtention du diplôme de Master de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales
Domaine : Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales - Filière : Sciences Commerciales
Spécialité : Marketing

Semestre S 3 :

Unité d'Enseignement (UE)	Volume horaire semestriel					Coefficients	Crédits
	Cours	Travaux dirigés	Travaux pratiques	Travail individuel	Total		
UE fondamentale							
UEF 2.1	60h00	60h00		120h00	240h00	15	20
Marketing stratégique	12h00	12h00		24h00	48h00	3	4
Communication marketing	12h00	12h00		24h00	48h00	3	4
Management de la force de vente	12h00	12h00		24h00	48h00	3	4
Analyse des données	12h00	12h00		24h00	48h00	3	4
Communication institutionnelle	12h00	12h00		24h00	48h00	3	4
UE méthodologie							
UEM 2.1	24h00	24h00		48h00	96h00	4	4
Management de projet	12h00	12h00		24h00	48h00	2	2
Entreprenariat	12h00	12h00		24h00	48h00	2	2
UE transversale							
UET 2.1	36h00	36h00		72h00	144h00	4	4
Droit de la consommation et de la concurrence	12h00	12h00		24h00	48h00	2	2
Anglais commercial 1	12h00	12h00		24h00	48h00	1	1
Allemand, Espagnol, Italien, Français 1	12h00	12h00		24h00	48h00	1	1
UE découverte							
UED 2.1	12h00	12h00		24h00	48h00	2	2
Chaine de valeur (Séminaire)	06h00	06h00		12h00	24h00	1	1
Innovation commerciale (Séminaire)	06h00	06h00		12h00	24h00	1	1
Total Semestre S3	132h00	132h00		264h00	528h00	25	30

Annexe
Programme pédagogique 2ème année du second cycle
en vue de l'obtention du diplôme de Master de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales
Domaine : Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales - Filière : Sciences Commerciales
Spécialité : Marketing

Semestre S 4 :

Unité d'Enseignement (UE)	Volume horaire semestriel					Coefficients	Crédits
	Cours	Travaux dirigés	Travaux pratiques	Travail individuel	Total		
UE fondamentale							
UEF 2.2	60h00	60h00		120h00	240h00	15	19
Marketing stratégique et opérationnel	12h00	12h00		24h00	48h00	3	4
Gestion de la marque	12h00	12h00		24h00	48h00	3	4
Marketing inter-entreprises	12h00	12h00		24h00	48h00	3	4
Marketing des services	12h00	12h00		24h00	48h00	3	4
Intelligence économique	12h00	12h00		24h00	48h00	3	3
UE méthodologie							
UEM 2.2	18h00			18h00	36h00	2	3
Revenu management (Séminaire)	06h00			06h00	12h00	1	1
Marchandising (Séminaire)	12h00			12h00	24h00	1	2
UE transversale							
UET 2.2	36h00	36h00		72h00	144h00	5	5
Fondamentaux de la négociation	12h00	12h00		24h00	48h00	3	3
Anglais commercial 2	12h00	12h00		24h00	48h00	1	1
Allemand, Espagnol, Italien, Français 2	12h00	12h00		24h00	48h00	1	1
UE découverte							
UED 2.2		12h00	12h00	24h00	48h00	2	3
Stage pratique 1		12h00	12h00	24h00	48h00	2	3
Total Semestre S4	114h00	108h00	12h00	234h00	468h00	24	30

Annexe
Programme pédagogique 3ème année du second cycle
en vue de l'obtention du diplôme de Master de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales
Domaine : Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales - Filière : Sciences Commerciales
Spécialité : Marketing

Semestre S 5 :

Unité d'Enseignement (UE)	Volume horaire semestriel					Coefficients	Crédits
	Cours	Travaux dirigés	Travaux pratiques	Travail individuel	Total		
UE fondamentale							
UEF 3.1	72h00	72h00		144h00	288h00	18	19
Marketing électronique et réseaux sociaux	12h00	12h00		24h00	48h00	3	4
Audit marketing	12h00	12h00		24h00	48h00	3	3
Marketing international	12h00	12h00		24h00	48h00	3	3
Gestion de la relation client	12h00	12h00		24h00	48h00	3	3
Gestion de l'innovations des produits	12h00	12h00		24h00	48h00	3	3
Etude de cas en marketing	12h00	12h00		24h00	48h00	3	3
UE méthodologie							
UEM 3.1	18h00	18h00		36h00	72h00	3	3
Méthodologie de la recherche	12h00	12h00		24h00	48h00	2	2
Logique dominante de service (Séminaire)	06h00	06h00		12h00	24h00	1	1
UE Transversale							
UET 3.1	36h00	36h00		72h00	144h00	5	5
Management de la qualité	12h00	12h00		24h00	48h00	3	3
Anglais commercial 3	12h00	12h00		24h00	48h00	1	1
Allemand, Espagnol, Italien, Français 3	12h00	12h00		24h00	48h00	1	1
UE découverte							
UED 3.1		12h00	12h00	24h00	48h00	3	3
Stage pratique 2		12h00	12h00	24h00	48h00	3	3
Total Semestre S5	126h00	138h00	12h00	276h00	552h00	29	30

Annexe
Programme pédagogique 3ème année du second cycle
en vue de l'obtention du diplôme de Master de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales
Domaine : Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales - Filière : Sciences Commerciales
Spécialité : Marketing

Semestre S 6 :

Unité d'Enseignement (UE)	Volume horaire semestriel (15 semaines)	Coefficients	Crédits
UE fondamentale			
UEF 3.2	15 semaines	6	30
Elaboration du mémoire de Master	15 semaines	6	30
Total Semestre S6	15 semaines	6	30

