



## بطاقة تعريفية للتكوين

الميدان : العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة : علوم تجارية

التخصص : تسويق

الطور: ليسانس

الهيئة المشرفة : كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير - قسم العلوم التجارية و علوم التسيير

### 1. إطار التكوين

يدخل هذا التكوين في إطار العروض الوطنية لميدان العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، حيث أنه ومن أجل ضمان تكوين نوعي فإن كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير تضم طاقم تدريسي متخصص من كل الرتب العلمية قادر على التكفل بمتطلبات التكوين بالإضافة إلى وجود مكتبة تحتوي على مجموعة ثرية و متنوعة من الكتب و المراجع كفيلة بتوفير المادة العلمية اللازمة في كافة مجالات التخصص ، كما تحتوي الكلية على كل المنشآت و الهياكل التي من شأنها خلق جو مشجع على الدراسة و البحث.

### 2. شروط الالتحاق

شعب البكالوريا حسب الأولوية

- الأولوية الأولى : تسيير و اقتصاد

- الأولوية الثانية : رياضيات

- الأولوية الثالثة : تقني رياضي - علوم تجريبية

### 3. أهداف التكوين

يهدف ليسانس علوم تجارية تخصص: تسويق إلى تكوين طلبة متخصصين في مختلف الأعمال و التقنيات المتعلقة بالترويج للمنتوج او الخدمة، خاصة تلك المتعلقة بالتبادل الالكتروني بمختلف انواعها، وإدراك سلوكيات المستهلكين وكيفية التفاوض والاتصال مع الموردين.

كما يساهم هذا التكوين في إثراء الدور الايجابي للطالب وكذا :

- نشر الثقافة والمعرفة من خلال معرفة مختلف اساليب وتقنيات التسويق
- معرفة المواد القانونية التي تسعى لحماية المستهلك او تنظيم المنافسة.
- كيفية تسويق المنتج خارج الحدود.

#### 4. المؤهلات و القدرات المستهدفة

يهدف التخصص الى:

- إمداد القطاعين العام والخاص بالعناصر المؤهلة من الكوادر العليا والمتخصصة في التسويق.
- تطوير المهارة التسويقية للملتحقين، عن طريق التركيز المتوازن على الأسس النظرية والأساليب التطبيقية الحديثة في مجال التسويق.
- تعميق الخلفية الأكاديمية لمن يرغب في مواصلة الدراسات العليا.
- تعزيز المهارات التي تسمح للطالب المساعدة في اتخاذ القرارات الهادفة للتنمية.
- فتح للطالب الفرص في التقدم اكاديميا لدراسات الماجستير.

#### 05. القدرات الجهوية و الوطنية لقابلية التشغيل

يتاح للخريجين في هذا التخصص العديد من الفرص للعمل في المؤسسات الانتاجية والخدمية، البنوك، شركات التسويق الالكتروني، الجامعات، تزامنا مع المهارات الاكاديمية التي سوف يمتلكها الطالب التي تتنوع بين الوصفي التحليلي والقياس الكمي للمقاييس المدرسة.

وتبقى إمكانية التوظيف مهمة خاصة في اطار قوانين الوظيفة أو في اطار الأعمال الحرة نظرا لتنوع القدرات الجهوية للمنطقة باعتبارها تطرح فرص لترقية السياحة وتشجيع الزراعة وبناء الصناعة

#### 6. المعابر نحو تخصصات أخرى

يمكن للطالب التخصص في:

- التسويق الصحي والدوائي
- بحوث التسويق
- التسويق الاخضر
- التسويق الالكتروني

7. تنظيم التعليم في السداسيات

السداسي الأول

الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي	وحدة التعليم
أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة	16-14 أسبوع	
					وحدات التعليم الأساسية
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	مدخل للأقتصاد 1
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	إقتصاد جزئي 1
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	تاريخ الوقائع الإقتصادية
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	محاسبة مالية 1
					وحدات التعليم المنهجية
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	احصاء 1
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	رياضيات 1
			1 سا 30	22.5 سا 00	منهجية البحث 1
					وحدات التعليم الإستكشافية

			1 سا 30	22.5 سا 00	مدخل القانون
			1 سا 30	22.5 سا 00	مدخل لعلم الإجتماع
					وحدة التعليم الأفقية
		1 سا 30		22.5 سا 00	لغة أجنبية 1
		10 سا 30	13 سا 30	360 سا 00	مجموع السداسي 1

### السداسي الثاني

الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي	وحدة التعليم
أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة	16-14 أسبوع	
					وحدات التعليم الأساسية
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	مدخل ادارة الاعمال
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	اقتصاد جزئي 2
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	محاسبة مالية 2
					وحدات التعليم المنهجية
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	احصاء 2
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	رياضيات 2
		1 سا 30		22.5 سا 00	اعلام الي
					وحدات التعليم الإستكشافية
			1 سا 30	22.5 سا 00	مدخل القانون التجاري

			1 سا 30	22.5 سا 00	مدخل لعلم اجتماع المنضمت
					وحدة التعليم الأفقية
		1 سا 30		22.5 سا 00	لغة أجنبية 2
		10 سا 30	13 سا 30	360 سا 00	مجموع السداسي 2

### السداسي الثالث

الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي	وحدة التعليم
أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة	16-14 أسبوع	
					وحدات التعليم الأساسية
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	تسيير المؤسسة
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	اقتصاد كلي 1
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	محاسبة تحليلية
					وحدات التعليم المنهجية
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	إحصاء 3
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	رياضيات المؤسسة
		1 سا 30	1 سا 30	22 سا 00	منهجية البحث 2
					وحدات التعليم الإستكشافية
		1 سا 30	1 سا 30	45 سا 00	اقتصاد نقدي و أسواق رأس المال
	1 سا 30		1 سا 30	22 سا 00	إعلام ألي 2
					وحدة التعليم الأفقية
			1 سا 30	22 سا 00	لغة أجنبية 3
	1 سا 30	10 سا 30	10 سا 30	337 سا 30	مجموع السداسي

## السداسي الرابع

الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي	وحدة التعليم
أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة	16-14 أسبوع	
					وحدات التعليم الأساسية
00سا75		1سا30	1سا30	00سا45	تسيير المؤسسة
00سا75		1سا30	1سا30	00سا45	إقتصاد كلي 2
00سا75			1سا30	00سا22	مالية عامة
					وحدات التعليم المنهجية
00سا55		1سا30	1سا30	00سا45	تسويق
00سا55		1سا30	1سا30	00سا45	رياضيات مالية
					وحدات التعليم الإستكشافية
00سا30	1سا30		1سا30	00سا45	إعلام ألي 3
					وحدة التعليم الأفقية
02سا30			1سا30	00سا22	أخلاقيات العمل و مكافحة الفساد

37سا30	1سا30	6سا00	10سا30		مجموع السداسي
--------	-------	-------	--------	--	---------------

### السداسي الخامس

الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي	وحدة التعليم
أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة	15 أسبوع	
/		/	/	/	وحدات التعليم الأساسية
05 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	نظم المعلومات التسويقية
05 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	بحوث التسويق
03.30 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	سلوك المستهلك
					وحدات التعليم المنهجية
404 سا		1.30 سا	1.30 سا	100 سا	تسويق الخدمات
05.30 سا			1.30 سا	80 سا	الاتصال
/		/	/	/	وحدات التعليم الإستكشافية
01.30 سا			1.30 سا	45 سا	قانون حماية المستهلك
/		/		/	وحدة التعليم الأفقية
-		1.30 سا	-	22.30 سا	لغة أجنبية
24 سا. 30	/	07.30 سا	09 سا	607 سا. 30	مجموع السداسي 05

## السداسي السادس

الحجم الساعي الأسبوعي				الحجم الساعي السداسي	وحدة التعليم
أعمال أخرى	أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	محاضرة	16-14 أسبوع	
/		/	/	/	وحدات التعليم الأساسية
06 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	تسويق استراتيجي
06 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	تسويق دولي
06 سا		1.30 سا	1.30 سا	120 سا	تسويق الكتروني
/		/	/	/	وحدات التعليم المنهجية
03 سا	1.30 سا	-	1.30 سا	120 سا	تحليل قواعد البيانات
06 سا		-	-	90 سا	تقرير التربص
		/	/	/	وحدات التعليم الإستكشافية
01 سا.30		-	1.30 سا	45 سا	قانون المنافسة
		/	/	/	وحدة التعليم الأفقية
		1.30 سا	-	22 سا.30	لغة اجنبية
27 سا	01 سا.30	06 سا.30	07 سا.30	637 سا.30	مجموع السداسي 06



## طريقة التقييم

مراقبة مستمرة مع ادراج امتحان نهائي

## لغة التدريس

لغة التدريس : اللغة العربية



## Fiche d'identité de la formation

**Domaine :** sciences économiques, de gestion et commerciale

**Filière :** sciences commerciale

**Spécialité :** marketing

**Cycle :** licence

**Type:** Académique

**Structure de rattachement:** Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion-Département des sciences commerciales et de gestion

### 1. Cadre de formation

Cette formation entre dans le cadre des offres nationales du domaine de sciences économiques, de gestion et commerciale et pour assurer une formation qualitative, La Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion dispose d'un personnel enseignant spécialisé de tous les grades scientifiques, capable de répondre aux exigences de la formation, ainsi que d'une bibliothèque contenant une collection riche et diversifiée de livres et de références, qui fournira le matériel scientifique nécessaire dans tous les domaines de spécialisation. La Faculté comprend également toutes les installations et structures qui peuvent créer une atmosphère propice à l'étude et à la recherche.

### 2. Conditions d'entrée

les séries du baccalauréat par ordre de priorité :

- Première priorité Gestion et économie
- Deuxième priorité Mathématique
- Troisième priorité Techniques mathématique –sciences expérimentales

### 3. Objectifs de la formation

Le Baccalauréat en sciences commerciales se spécialise en : Marketing vise à former des étudiants spécialisés dans divers métiers et technologies liés à la promotion d'un produit ou d'un service, notamment ceux liés aux échanges électroniques de toutes sortes, à la sensibilisation au comportement du consommateur et à la manière de négocier et de communiquer avec les fournisseurs.

Cette formation contribue également à enrichir le rôle positif de l'étudiant, ainsi qu'à :

- Diffuser la culture et les connaissances grâce à la connaissance de diverses méthodes et techniques de marketing

- Connaître les articles de loi visant à protéger le consommateur ou à réglementer la concurrence.
- Comment commercialiser le produit en dehors des frontières

#### **4. Qualifications et capacités cibles**

La spécialisation vise à :

- Fournir aux secteurs publics et privés du personnel qualifié parmi les cadres supérieurs spécialisés dans le marketing.
- Développer les compétences en marketing des étudiants inscrits, en mettant l'accent sur les fondements théoriques et les méthodes modernes appliquées dans le domaine du marketing.
- Approfondir le parcours académique pour ceux qui souhaitent poursuivre des études de troisième cycle.
- Améliorer les compétences qui permettent à l'étudiant d'aider à la prise de décisions visant le développement.
- Ouverture pour les étudiants des opportunités de progression académique pour les études de master

#### **5. Capacités régionales et nationales pour l'employabilité**

Les diplômés de cette spécialisation ont de nombreuses opportunités de travailler dans des institutions de production et de service, des banques, des sociétés de e-marketing, des universités, en conjonction avec les compétences académiques que l'étudiant possédera, qui varient entre la mesure analytique descriptive et quantitative des normes scolaires.

La possibilité d'emploi reste importante, en particulier dans le cadre des lois sur le travail ou dans le cadre du travail indépendant, compte tenu de la diversité des capacités régionales de la région, car elle présente des opportunités pour promouvoir le tourisme, encourager l'agriculture et développer l'industrie.

#### **6. Passages à d'autres disciplines**

L'étudiant peut se spécialiser dans :

- |                             |                       |
|-----------------------------|-----------------------|
| - Marketing Santé et Pharma | - Recherche Marketing |
| - Marketing vert            | - E-Marketing         |

## 6. Organisation de l'enseignement en six semestres

### Le premier semestre

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire			
	14-16 sem.	C	TD	TP	Autres
<b>UE fondamentales</b>					
Introduction à l'économie 1	45h00	1h30	1h30		
Micro-économie 1	45h00	1h30	1h30		
Histoire des faits économiques	45h00	1h30	1h30		
Comptabilité financière 1	45h00	1h30	1h30		
<b>UE Méthodologies</b>					
Statistique 1	45h00	1h30	1h30		
Mathématique 1	45h00	1h30	1h30		
Méthodologie de la recherche 1	22.5h00	1h30			
<b>U E de découverte</b>					
Introduction au droit	22.5h00	1h30			
Introduction à la sociologie	22.5h00	1h30			
<b>UE transversales</b>					
Langue étrangère	22.5h00		1h30		
<b>Total semestre 1</b>	<b>360h00</b>	<b>13h30</b>	<b>10h30</b>		

## Le deuxième semestre

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire			
	14-16 sem.	C	TD	TP	Autres
<b>UE fondamentales</b>					
Introduction au management	45h00	1h30	1h30		
Micro-économie 2	45h00	1h30	1h30		
Comptabilité financière 2	45h00	1h30	1h30		
<b>UE Méthodologies</b>					
Statistique 2	45h00	1h30	1h30		
Mathématique 2	45h00	1h30	1h30		
informatique	22.5h00	1h30			
<b>U E de découverte</b>					
Introduction au droit commerciale	22.5h00	1h30			
Introduction à la sociologie des organisations	22.5h00	1h30			
<b>UE transversales</b>					
Langue étrangère 2	22.5h00		1h30		
<b>Total semestre 2</b>	<b>360h00</b>	<b>13h30</b>	<b>10h30</b>		

## Troisième semestre

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire			
	14-16 sem.	C	TD	TP	Autres
<b>UE fondamentales</b>					
Gestion d'entreprise	45h00	1h30	1h30		75h00
Macro économie1	45h00	1h30	1h30		75h00
Comptabilité analytique	45h00	1h30	1h30		55h00
<b>UE Méthodologies</b>					
Statistique 3	45h00	1h30	1h30		30h00
Mathématique financière	45h00	1h30	1h30		30h00
Méthodologie 2	22h30	1h30	1h30		02h30
<b>UE transversales</b>					
Anglais 3	22h00	1h30			02h30
<b>U E de découverte</b>					
Economie monétaire et marché des capitaux	45h00	1h30	1h30		55h00
Informatique 3	22h30	1h30		1h30	02h30
<b>total</b>	<b>337h30</b>	<b>10h30</b>	<b>10h30</b>	<b>1h30</b>	<b>327h30</b>

## Quatrième semestre

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire			
	14-16 sem.	C	TD	TP	Autres
<b>UE fondamentales</b>					
Gestion d'entreprise	45h00	1h30	1h30		75h00
Macro économie2	45h00	1h30	1h30		75h00
Finance budgétaire	22h30	1h30			57h30
<b>UE Méthodologies</b>					
marketing	45h00	1h30	1h30		55h00
Mathématique financière	45h00	1h30	1h30		80h00
<b>UE transversales</b>					
Déontologie et lutte cotre la corruption	22h30	1h30			02h30
<b>U E de découverte</b>					
Informatique 3	22h30	1h30			02h30
<b>total</b>	<b>270h00</b>	<b>10h30</b>	<b>06h00</b>	<b>1h30</b>	<b>270h00</b>

## cinquième semestre

Unité d'enseignement	Heures semestrielles	<i>Heures Hebdomadaires</i>			
	15 semaines	Cours	Travaux Dirigés	Travaux Pratiques	Autres
<b>Unités d'enseignement fondamental</b>	/	/	/		/
Systèmes de Marketing informatique	120 h	1.30 h	1.30 h		05 h
Étude de marché	120 h	1.30 h	1.30 h		05 h
Comportement du consommateur	120 h	1.30 h	1.30 h		03.30 h
<b>Unités d'enseignement méthodologique</b>					
Services de commercialisation	100 h	1.30 h	1.30 h		404 h
Connections	80 h	1.30 h			05.30 h
<b>Unités d'apprentissage exploratoires</b>	/	/	/		/
Loi de protection du consommateur	45 h	1.30 h			01.30 h
<b>Unité d'enseignement horizontale</b>	/		/		/
Langue étrangère	22.30 h	-	1.30 h		-
<b>Total du semestre</b>	<b>607 h 30</b>	<b>09 h</b>	<b>7.30 h</b>	/	<b>24 h 30</b>



## sixième semestre

Teaching unit	Semester hours	weekly hours			
	14-16 weeks	lecture	tutorials	practical courses	other
<b>Unités d'enseignement fondamental</b>	/	/	/		/
Marketing stratégique	120 h	1.30 h	1.30 h		06 h
Marketing International	120 h	1.30 h	1.30 h		06 h
Marketing Electronique	120 h	1.30 h	1.30 h		06 h
<b>Unités d'enseignement méthodologique</b>			/		/
Analyse de base des données	120 h	1.30 h	1.30 h	1.30h	03 h
Rapport de stage	90 h	1.30 h	-		06h
<b>Unités d'apprentissage exploratoires</b>	/	/	/		/
Loi de la concurrence	45 h	1.30 h	1.30 h		01.30h
<b>Unité d'enseignement horizontale</b>	/		/		
Langue étrangère	22.30 h	-	-		
<b>Total du semestre</b>	<b>637 h 30</b>	<b>09 h</b>	<b>7.30 h</b>	<b>1.30 h</b>	<b>27 h</b>

### Méthode d'évaluation

Surveillance continue avec l'inclusion d'un examen final

### Langue d'enseignement

Langue Arabe



## Instruction descriptive form

**Domain : economics, management and commercial sciences**  
**branch: commercila sciences**  
**Speciality : marketing**  
**Cycle: bachelor**  
**Type: Academic**  
**Attachment structure: Faculty of Economics Commerce and Management Sciences- Department of Business and Management Sciences**

### 1. Formation framework

The Faculty of Economics, Commercial and Management Sciences includes:

- A specialized teaching staff of all scientific ranks capable of taking care of the formation requirements.
- It has a library that contains a rich and diverse collection of books and references, which is capable to providing the necessary scientific material in all specialization.
- Also, It has suitable structures to create an atmosphere conducive to study and research.

### 2. Entry Conditions

- Baccalaureate specialization according to priority:
- First priority: management and economy;
- Second priority: Mathematics;
- Third priority: Mathematical Technical
- Experimental Sciences.

### 3. Aims of Formation

The Bachelor of Commercial Sciences is majoring in: Marketing aims to train students specialized in various businesses and technologies related to the promotion of a product or service, especially those related to electronic exchange of all kinds, awareness of consumer behavior and how to negotiate and communicate with suppliers.

This training also contributes to enriching the positive role of the student, as well as:

- Spreading culture and knowledge through knowledge of various marketing methods and techniques
- Knowing the legal articles that seek to protect the consumer or regulate competition.

- How to market the product outside the borders

#### **4. Target qualifications and capabilities**

The specialization aims to:

- Supplying the public and private sectors with qualified personnel from senior cadres specialized in marketing.
- Developing the marketing skill of the enrolled students, through a balanced focus on the theoretical foundations and modern applied methods in the field of marketing.
- Deepening the academic background for those who wish to continue postgraduate studies.
- Enhancing the skills that allow the student to assist in making decisions aimed at development.
- Opening for the student opportunities to progress academically for master's studies

#### **5. Regional and National Capabilities for Employability**

Graduates in this specialization have many opportunities to work in production and service institutions, banks, e-marketing companies, universities, in conjunction with the academic skills that the student will possess, which vary between descriptive analytical and quantitative measurement of school standards.

The possibility of employment remains important, especially within the framework of job laws or within the framework of self-employment, given the diversity of the regional capabilities of the region, as it presents opportunities to promote tourism, encourage agriculture, and build industry.

#### **6. Crossings to other disciplines**

The student can specialize in:

- Health and Pharma Marketing.
- Marketing Research
- E-Marketing
- Green Marketing

## 6. Organizing Teaching in the semesters

### The first semester

Teaching units	14-16 weeks.	Study hours per week			
		courses	tutorials	practical courses	other
<b>Fundamental U</b>					
Introduction to economics 1	45h00	1h30	1h30		
Microeconomics 1	45h00	1h30	1h30		
Economic history	45h00	1h30	1h30		
Financial accounting 1	45h00	1h30	1h30		
<b>Methodology U</b>					
Statistics 1	45h00	1h30	1h30		
Mathematics 1	45h00	1h30	1h30		
Research methodology 1	22.5h00	1h30			
<b>Discovery U</b>					
Introduction to law	22.5h00	1h30			
Introduction to sociology	22.5h00	1h30			
<b>Transversal U</b>					
Foreign language	22.5h00		1h30		
<b>Total semester 1</b>	<b>360h00</b>	<b>13h30</b>	<b>10h30</b>		

## The second semester

Teaching units	14-16 weeks.	Study hours per week			
		courses	tutorials	practical courses	other
<b>Fundamental U</b>					
Introduction to management	45h00	1h30	1h30		
Microeconomics 2	45h00	1h30	1h30		
Financial accounting 2	45h00	1h30	1h30		
<b>Methodology U</b>			1h30		
Statistics 2	45h00	1h30	1h30		
Mathematics 2	45h00	1h30			
Computer science	22.5h00	1h30			
<b>Discovery U</b>					
Introduction to commercial law	22.5h00	1h30			
Introduction to sociology of organizations	22.5h00	1h30			
<b>Transversal U</b>					
Foreign language 2	22.5h00		1h30		
<b>Total semester 2</b>	<b>360h00</b>	<b>13h30</b>	<b>10h30</b>		

## Third semester

Teaching units	14-16 weeks.	Study hours per week			
		courses	tutorials	practical courses	other
<b>Fundamental U</b>					
Business Management	45h00	1h30	1h30		75h00
Macroeconomics1	45h00	1h30	1h30		75h00
Cost accounting	45h00	1h30	1h30		55h00
<b>Methodology U</b>					
Statistics 3	45h00	1h30	1h30		30h00
Financial mathematics	45h00	1h30	1h30		30h00
Methodology 2	22h30	1h30	1h30		02h30
<b>Discovery U</b>					
Monetary economics and capital market	45h00	1h30	1h30		55h00
Computer science 2	22h30	1h30		1h30	02h30
<b>Total semester 3</b>	<b>337h30</b>	<b>10h30</b>	<b>10h30</b>	<b>1h30</b>	<b>327h30</b>

## fourth semester

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire			
	14-16 sem.	C	TD	TP	Autres
<b>UE fondamentales</b>					
Business Management	45h00	1h30	1h30		75h00
Macroeconomics2	45h00	1h30	1h30		75h00
Fiscal finance	22h30	1h30			57h30
<b>UE Méthodologies</b>					
marketing	45h00	1h30	1h30		55h00
Financial mathematics	45h00	1h30	1h30		80h00
<b>UE transversales</b>					
Ethics	22h30	1h30			02h30
<b>U E de découverte</b>					
Computer science 3	22h30	1h30			02h30
<b>Total semester 4</b>	<b>270h00</b>	<b>10h30</b>	<b>06h00</b>	<b>1h30</b>	<b>270h00</b>

## the fifth semester

Teaching unit	Semester hours	Weekly hours			
	15 Weeks	Lecture	Tutorials	Practical courses	Other
<b>Fundamental Teaching Units</b>	/	/	/		/
Marketing Information Systems	120 h	1.30 h	1.30 h		05 h
Market research	120 h	1.30 h	1.30 h		05 h
Consumer's behaviour	120 h	1.30 h	1.30 h		03.30 h
<b>Methodological Teaching Units</b>					
Marketing Services	100 h	1.30 h	1.30 h		404 h
Connections	80 h	1.30 h			05.30 h
<b>Exploratory Learning Units</b>	/	/	/		/
Consumer Protection Law	45 h	1.30 h			01.30 h
horizontal education unit	/		/		/
Foreign Language	22.30 h	-	1.30 h		-
<b>Total semester 5</b>	<b>607 h 30</b>	<b>09 h</b>	<b>7.30 h</b>	/	<b>24 h 30</b>



## sixth semester

Teaching unit	Semester hours	Weekly hours			
	14-16 Weeks	Lecture	Tutorials	Practical courses	Other
<b>Fundamental Teaching Units</b>	/	/	/		/
Strategic Marketing	120 h	1.30 h	1.30 h		06 h
International Marketing	120 h	1.30 h	1.30 h		06 h
Electronic Marketing	120 h	1.30 h	1.30 h		06 h
<b>Methodological Teaching Units</b>			/		/
Database Analysis	120 h	1.30 h	1.30 h	1.30h	03 h
Internship Report	90 h	1.30 h	-		06h
<b>Exploratory Learning Units</b>	/	/	/		/
Competition Law	45 h	1.30 h	1.30 h		01.30h
Horizontal education unit	/		/		
Foreign Language	22.30 h	-	-		
<b>Total semester 6</b>	<b>637 h 30</b>	<b>09 h</b>	<b>7.30 h</b>	<b>1.30 h</b>	<b>27 h</b>

### Evaluation Method

Continuous monitoring with the inclusion of a final exam

### Teaching Language

Arabic Language