

Master en: Sciences commerciales

Spécialité : Marketing des Services

Résumé des objectifs et des parcours de formation

La composition du Master "Marketing des Services" vise à accroître les connaissances, les compétences et l'expérience basées sur le contenu du programme de Master, où ces objectifs peuvent être divisés en :

- Accroître les connaissances et les informations des étudiants.
- Maintenir les étudiants à jour dans les domaines de connaissances.
- Améliorer les performances des étudiants en élargissant les compétences théoriques et pratiques utilisées dans leur spécialisation et en augmentant leur capacité à penser de manière créative et à confronter les désaccords afin de s'adapter à leur niveau de connaissances et de faire face et surmonter leurs problèmes.
- Permettre aux étudiants d'acquérir tout ce qui est nouveau à la lumière des énormes avancées technologiques dans la plupart des domaines de la vie et de leur offrir différentes expériences, contribuant ainsi au processus de planification et de développement de la main-d'œuvre, qui est un élément clé du développement global.
- La capacité à travailler en équipe.

Domaine	Filière	Spécialité
Sciences économiques, commerciales, et sciences de la gestion	Sciences commerciales	Marketing des services

Semestre 1

Unité d'enseignement	Matière	Crédit	Coefficient	C	TD	TP	Volume (heure)
UE fondamentales	Présentation des services	6	2	1.5	1.5	/	120
	marketing stratégique des services	6	2	1.5	1.5	/	120
	gestion de la relation clients	6	2	1.5	1.5	/	120
UE méthodologie	Rédaction administrative et communication	5	2	1.5	1.5	/	100
	Techniques d'enquête et enquêtes	4	2	1.5	1.5	/	80

Unité d'enseignement	Matière	Crédit	Coefficient	C	TD	TP	Volume (heure)
UE découverte	Loi 04-02 déterminant les règles applicables aux pratiques commerciales modifiée par la loi 10-06	2	1	1.5	--	/	40
UE transversales	Langue étrangère	2	1	/	1.5	/	20

Ss semestre 2

Unité d'enseignement	Matière	Crédit	Coefficient	C	TD	TP	Volume (heure)
UE fondamentales	Commercialisation des services financiers	6	2	1.5	1.5	/	120
	Marketing hôtelier	6	2	1.5	1.5	/	120
	Marketing touristique	6	2	1.5	1.5	/	120
UE méthodologie	entrepreneuriat	5	2	1.5	1.5	/	100
	Analyse des données qualitatives à l'aide de SPSS	4	2	1.5	/	1.5	80
UE découverte	Lois 04-08 relatives aux conditions d'exercice des activités commerciales modifiées par les lois 13-06	2	1	1.5	/	/	40
UE transversales	Langue étrangère	1	1	/	1.5	/	20

Semestre 3

Unité d'enseignement	Matière	Crédit	Coefficient	C	TD	TP	Volume (heure)
UE fondamentales	Commercialisation de la santé	6	2	1.5	1.5	/	120
	Commercialisation des services de transport	6	2	1.5	1.5	/	120
	Services de marketing électronique	6	2	1.5	1.5	/	120
UE méthodologie	Marketing des services dans l'économie islamique	5	2	1.5	1.5	/	100
	Méthodologie de la recherche scientifique	4	2	1.5	1.5	/	80
UE découverte	Loi sur la protection des consommateurs	2	1	1.5	1.5	/	40
UE transversales	Langue étrangère	1	1	1.5	1.5	/	20

Semestre 4

Stage en entreprise sanctionné par un mémoire et une soutenance.

	VHS	Coef	Crédits
Travail Personnel	550	09	18
Stage en entreprise	100	04	06
Séminaires	50	02	03
Autre (Supervision)	50	02	03
Total Semestre 4	750	17	30