

## Master de Recherche « Marketing »

### Semestre 1

N°	Unité d'enseignement	Nature de l'UE (Fondamentale /Optionnelle)	Elément constitutif d'UE (ECUE)	Volume horaire semestriel (14 semaines)				Crédits		Coefficients		Régime d'examen	
				Cours	TD	TP	Autres	ECUE (le cas échéant)	UE	ECUE (le cas échéant)	UE	Contrôle continu	Régime mixte
UE11	Méthodologie de la recherche et épistémologie	Fondamentale	Méthodologie de la recherche	42				4	7	1	2		*
			Epistémologie de la recherche	21				3		1			*
UE12	Economie et Droit	Fondamentale	Economie industrielle	21				3	6	1	2		*
			Droit de la concurrence	21				3		1			*
UE13	Anglais appliqué à la recherche	Fondamentale	Anglais appliqué à la recherche	42				5	5	1	1		*
UE14	Management	Fondamentale	Management stratégique	42				3	6	1	2		*
			Management du comportement organisationnel	42				3		1			
UE15	Cours Optionnels	Optionnelle	Marketing sensoriel	21				2	6	1	3		*
			Logistique et distribution	42				2		1			
			Marketing des services	21				2		1			
<b>Total</b>				<b>315</b>					<b>30</b>		<b>10</b>		

# Master de Recherche « Marketing »

## Semestre 2

N°	Unité d'enseignement	Nature de l'UE (Fondamentale /Optionnelle)	Elément constitutif d'UE (ECUE)	Volume horaire semestriel (14 semaines)				Crédits		Coefficients		Régime d'examen	
				Cours	TD	TP	Autres	ECUE (le cas échéant)	UE	ECUE (le cas échéant)	UE	Contrôle continu	Régime mixte
UE21	Méthodes scientifiques de la recherche	Fonamentale	Analyse des données quantitatives	42				4	7	1	2		*
			Analyse des données qualitatives	42				3		1		*	
UE22	Econométrie appliquée	Fondamentale	Les équations structurelles	42				4	7	1	2		*
			Econométrie des variables qualitatives (Logit & Probit)	21				3		1			
UE23	Applications sur logiciels	Fondamentale	Logiciels statistiques (SPSS et PLS)	42				6	6	2	2		*
UE24	Economie expérimentale et décision marketing	Fondamentale	Economie expérimentale et décision marketing	42				4	4	1	1		*
UE25	Cours Optionnels	Optionnelle	Trends Marketing	21				2	6	1	3		*
			Marketing interculturel	21				2		1			
			Création publicitaire	42				2		1		*	
<b>Total</b>				<b>315</b>					<b>30</b>	<b>10</b>	<b>10</b>		

# Master de Recherche « Marketing »

## Semestre 3

N°	Unité d'enseignement	Nature de l'UE (Fondamentale /Optionnelle)	Elément constitutif d'UE (ECUE)	Volume horaire semestriel (14 semaines)				Crédits		Coefficients		Régime d'examen	
				Cours	TD	TP	Aut res	ECUE	UE	ECUE	UE	Contrôle continu	Régime mixte
UE31	Analyse du comportement du consommateur	Fondamentale	Analyse du comportement du consommateur	42				6	6	1	1		*
UE32	Marketing de l'innovation et stratégie marketing	Fondamentale	Marketing de l'innovation	42				3	6	1	2		*
			Stratégie marketing	42			3	1				*	
UE33	Knowledge Management	Fondamentale	Knowledge Management	42					5	1	1		*
UE34	Marketing digital	Fondamentale	Marketing digital	42					6	2	2		*
UE35	Séminaires de formation à la recherche et séminaires pédagogiques	Optionnelle (choix de 3 sur 4)*	SR - Panel 1 Distribution	21				2	7	1	4	Mémoire Mineur	
			SR - Panel 2 Marketing International	21			2	1					
			SR - Panel 3 Communication	21			2	1					
			SR - Panel 4 Théorie de la négociation	21			2	1					
		Fondamentale	Séminaires pédagogiques	21				1	1	Présentation d'un cours devant un jury			
<b>Total</b>				<b>294</b>					<b>30</b>		<b>10</b>		

\*N.B : L'étudiant a le choix de suivre trois panels de séminaires de recherche dans lesquels il est tenu d'effectuer un mémoire mineur.

**Master de Recherche « Marketing »**  
**Semestre 4**

Type de l'unité d'enseignement (UE)	Nombre de crédits accordés	
	Par élément	Total UE
Mémoire de Recherche <sup>2</sup>	30	30
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

2 : Modalité d'évaluation : soutenance devant un jury