

# Marketing

## Master De Recherche

### Objectifs

Le Master offre l'opportunité aux étudiants de perfectionner les aptitudes de recherches scientifiques et pédagogiques qui leur permettent d'accéder plus tard au parcours doctoral et à l'enseignement supérieur.

Il forme des experts, des consultants, et des managers de haut niveau spécialisés en marketing ayant une parfaite maîtrise des nouvelles tendances marketing.

Il délivre une formation fondée sur des recherches scientifiques d'envergure et des analyses marketing dotées d'une dimension méthodologique rigoureuse.

### Coordination et contact

Mouna Dammak

Imen Charfi

mr.marketing@ihecs.usf.tn

### Métiers visés

- Enseignant chercheur
- Responsable marketing en entreprise hautement qualifié (responsable produit, communication, gestion des réseaux de vente, planification stratégique...)
- Consultant expert en marketing / étude de marché

### Public cible

Ce Master est destiné aux étudiants titulaires d'une licence :

- En marketing
- Toutes autres spécialités en sciences de gestion

# Programme d'enseignements

## Mastère de Recherche en Marketing MRMKG

**M1S1 (Semestre 1)**

N°	Unité d'enseignement	Élément constitutif d'UE (ECUE)	Volume des heures de formation présentielle (14 semaines)				Nombre des Crédits accordés		Coefficients		Modalité d'évaluation	
			Cours	TD	TP	Autres	ECUE (le cas échéant)	UE	ECUE (le cas échéant)	UE	Contrôle continu	Régime mixte
UE 1-1	Méthodologie 1	Méthodologie de la recherche et épistémologie	42				3	7	1.5	3.5		X
		Analyses multivariées en marketing	42				4		2			X
UE 1- 2	Fondamentaux du Marketing	Analyse du comportement du consommateur	42				4	4	2	2		X
UE 1- 3	Recherche en marketing 1	Marketing Digital	42				4	7	2	3.5		X
		Web Analytics	42				3		1.5			X
UE 1-4	TIC	Logiciel de traitement des données quantitatives en marketing	42				3	6	1.5	3		X
		Logiciel d'analyse des données	42				3		1.5			X
UE 1- 5	Economie et Langue I	Anglais des affaires	35				3	6	1.5	3		X
		Economie Immatérielle et Transformation Digitale	35				3		1.5			
<b>TOTAL</b>			<b>364</b>				<b>30</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>15</b>		

**MIS2 (Semestre 2)**

N°	Unité d'enseignement	Elément constitutif d'UE (ECUE)	Volume des heures de formation présentielle (14 semaines)				Nombre des Crédits accordés		Coefficients		Modalité d'évaluation	
			Cours	TD	TP	Autres	ECUE (le cas échéant)	UE	ECUE (le cas échéant)	UE	Contrôle continu	Régime mixte
UE 2-1	Méthodologie 2	Méthodes qualitatives en marketing	42				3	7	1.5	3.5		X
		Méthodes d'équations structurelles	42				4		2			X
UE 2-2	Fondamentaux du Marketing	Théorie Marketing	42				4	7	2	3.5		X
		Communication Marketing	42				3		1.5			X
UE 2-3	Marketing et Big Data	Data Marketing	42				4	4	2	2		X
UE 2-4	Recherche en marketing 2	Marketing du Produit et Branding	35				3	6	1.5	3		X
		Gestion et développement des réseaux de vente	35				3		1.5			X
UE 2-5	Enseignement en Anglais	Public Speaking	35				3	6	1.5	3		X
		Consumer Relationship Marketing (CRM)	35				3		1.5			
<b>TOTAL</b>			<b>350</b>				<b>30</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>15</b>		

**M2S1 (Semestre 3)**

N°	Unité d'enseignement	Elément constitutif d'UE (ECUE)	Volume des heures de formation présentielle (14 semaines)				Nombre des Crédits accordés		Coefficients		Modalité d'évaluation	
			Cours	TD	TP	Autres	ECUE (le cas échéant)	UE	ECUE (le cas échéant)	UE	Contrôle continu	Régime mixte
UE 3-1	Entrepreneuriat et Consulting	Recherche en Entrepreneuriat	42				3	6	1.5	3		X
		Consulting et Prise de décision	42				3		1.5			X
UE 3-2	Fondamentaux de Marketing	Marketing Stratégique et Planification	42				4	7	2	3.5		X
		Marketing International et Exportation	42				3		1.5			X
UE 3-3	Méthodologie 3	Séminaire de rédaction et publication scientifique	21				2	6	1	3		X
		Methods et Modèles de Marketing	42				4		2			X
UE 3-4	Recherche en marketing 3	Marketing Agroalimentaire	42				4	7	2	3.5		X
		Design Thinking et Innovation Marketing	42				3		1.5			X
												X
UE 3-5	Langue III	Technical & Scientific Writing	21				4	4	2	2		X
<b>TOTAL</b>			<b>364</b>				<b>30</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>15</b>		<b>X</b>

**M2S2 (Semestre 4)**

N°	Unité d'enseignement	Type de l'UE (Fondamentale / Transversale / Optionnelle)	Elément constitutif d'UE (ECUE)	Volume des heures de formation présentes (14 semaines)				Nombre des Crédits accordés		Coefficients		Modalité d'évaluation	
				Cours	TD	TP	Autres	ECUE (le cas échéant)	UE	ECUE (le cas échéant)	UE	Contrôle continu	Régime mixte
1	Recherche	Fondamentale	Mémoire de recherche						30		15	Soutenance du mémoire de recherche	
<b>TOTAL</b>									<b>30</b>		<b>15</b>		X