



Université Libre de Tunis
Bouebdelli Education Group



**Plan
d'études**

**Master Marketing
Stratégique
et Communication**



Master Professionnel en Marketing Stratégique et Communication - Semestre 1

| 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 | |
|--------------|----------------------|---|---|--|----------|----------|---|------------|-----------------------------|-----------|--------------|-----------|-----------------------|--------------|
| | | | | Total | TD | TP | C | CI | ECUE | UE | ECUE | UE | Contrôle continu | Régime mixte |
| 1 | UE1 | Fondamentale | Comportement du consommateur | 21 | | | | 21 | 3 | 6 | 3 | 6 | X | |
| | | | Marketing Fondamental | 21 | | | | 21 | 3 | | 3 | | X | |
| 2 | UE2 | Fondamentale | Marketing international | 42 | | | | 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | | X |
| 3 | UE3 | Fondamentale | Stratégie Prix et produit | 21 | | | | 21 | 3 | 6 | 3 | 6 | X | |
| | | | Stratégie de communication | 42 | | | | 42 | 3 | | 3 | | X | |
| 4 | UE4 | Fondamentale | Management stratégique | 42 | | | | 42 | 2 | 2 | 2 | 2 | X | |
| 5 | UE5 | Fondamentale | Etudes de marché | 42 | | | | 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | | X |
| 6 | UE6 | Fondamentale | Anglais : TOEIC | 42 | | | | 42 | 3 | 5 | 3 | 5 | | X |
| | | | Droit de la concurrence et de la consommation | 21 | | | | 21 | 2 | | 2 | | X | |
| 7 | UE7 | Optionnelle* | Force de vente | 21 | | | | 21 | 1,5 | 3 | 1,5 | 3 | X | |
| | | | Distribution merchandising | 21 | | | | 21 | 1,5 | | 1,5 | | X | |
| | | | Stratégie Cross-média | 21 | | | | 21 | 1,5 | | 1,5 | | X | |
| TOTAL | | | | 315 | 0 | 0 | | 315 | 30 | 30 | 30 | 30 | 0 | |

*L'étudiant choisit 2 options parmi les 3proposées

Master Professionnel en Marketing Stratégique et Communication - Semestre 2

| N° | Unité d'enseignement | Type de l'UE (Fondamentale / Transversale / Optionnelle) | Elément constitutif d'UE (ECUE) | Volume des heures de formation présentielles (14 semaines) | | | | | Nombre des crédits accordés | | Coefficients | | Modalité d'évaluation | |
|--------------|----------------------|--|--|--|----------|----------|---|------------|-----------------------------|-----------|--------------|-----------|-----------------------|--------------|
| | | | | Total | TD | TP | C | CI | ECUE | UE | ECUE | UE | Contrôle continu | Régime mixte |
| 1 | UE1 | Fondamentale | Création publicitaire sur Internet | 21 | | | | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | X | |
| 2 | UE2 | Fondamentale | Marketing Digital | 42 | | | | 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | | X |
| 3 | UE3 | Fondamentale | Marketing événementiel | 21 | | | | 21 | 3 | 7 | 3 | 7 | X | |
| | | | Etude de Cas en Marketing | 42 | | | | 42 | | | 4 | | 4 | |
| 4 | UE4 | Fondamentale | Le SIM : Systèmes d'information et Marketing | 42 | | | | 42 | 3 | 7 | 3 | 7 | X | |
| | | | Nouvelles tendances en marketing | 42 | | | | 42 | | | 4 | | 4 | |
| 5 | UE5 | Fondamentale | Droit de la communication | 21 | | | | 21 | 1 | 4 | 1 | 4 | X | |
| | | | TOEIC | 42 | | | | 42 | | | 3 | | 3 | |
| 6 | UE6 | Optionnelle | Business Game | 21 | | | | 21 | 2 | 6 | 2 | 6 | X | |
| | | | Marketing des services | 21 | | | | 21 | | | 2 | | 2 | X |
| | | | Communication digitale | 21 | | | | 21 | | | 2 | | 2 | X |
| TOTAL | | | | 315 | 0 | 0 | | 315 | 30 | 30 | 32 | 32 | 0 | |

*L'étudiant choisit 2 options parmi les 3proposées

Master Professionnel en Marketing Stratégique et Communication - Semestre 3

| N° | Unité d'enseignement | Type de l'UE (Fondamentale / Transversale / Optionnelle) | Elément constitutif d'UE (ECUE) | Volume des heures de formation présentielles (14 semaines) | | | | | Nombre des crédits accordés | | Coefficients | | Modalité d'évaluation | | |
|--------------|----------------------|--|--|--|----------|-----------|-----------|------------|-----------------------------|-----------|--------------|-----------|-----------------------|--------------|---|
| | | | | Total | TD | TP | C | CI | ECUE | UE | ECUE | UE | Contrôle continu | Régime mixte | |
| 1 | UE1 | Fondamentale | Analyse des données en Marketing (ADM) | 63 | | 21 | 42 | | | 4 | 4 | 4 | 4 | | X |
| 2 | UE2 | Fondamentale | Marketing de Crise | 21 | | | | 21 | | 3 | 6 | 3 | 6 | X | |
| | | | Marketing du patrimoine | 21 | | | | 21 | | 3 | | 3 | | X | |
| 3 | UE3 | Fondamentale | Communication interne | 21 | | | | 21 | | 3 | 6 | 3 | 6 | X | |
| | | | Communication visuelle et création | 21 | | | | 21 | | 3 | | 3 | | X | |
| 4 | UE4 | Fondamentale | Marketing Relationnel | 42 | | | | 42 | | 4 | 6 | 4 | 6 | | X |
| | | | Mobile Marketing | 21 | | | | 21 | | 2 | | 2 | | X | |
| 5 | UE5 | Fondamentale | Leadership, team building et coaching | 21 | | | | 21 | | 2 | 4 | 2 | 4 | X | |
| | | | Séminaire méthodologique | 21 | | | | 21 | | 2 | | 2 | | X | |
| 6 | UE6 | Optionnelle | Ethique et Marketing | 21 | | | | 21 | | 2 | 4 | 2 | 4 | X | |
| | | | Théorie des organisations | 42 | | | | 42 | | | | 2 | | X | |
| | | | E-Merchandising | 21 | | | | 21 | | 2 | | 2 | | X | |
| TOTAL | | | | 336 | 0 | 21 | 42 | 273 | 30 | 30 | 30 | 30 | | | |

*L'étudiant choisit 2 options parmi les 3proposées



Master Professionnel en Marketing Stratégique et Communication - Semestre 4

| N° | Unité d'enseignement | Type de l'UE (Fondamentale / Transversale / Optionnelle) | Elément constitutif d'UE (ECUE) | Volume des heures de formation présentielle (14 semaines) | | | | | Nombre des crédits accordés | | Coefficients | | Modalité d'évaluation | |
|----|----------------------|--|---------------------------------------|---|----|----|--|----|-----------------------------|----|--------------|----|-----------------------|--------------|
| | | | | Cours | TD | TP | | CI | ECUE | UE | ECUE | UE | Contrôle continu | Régime mixte |
| 1 | UE1 | Fondamentale | Stage, rapport de stage et soutenance | | | | | | 30 | 30 | 8 | 8 | | |

