

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

17 أكتوبر 2022

قرار رقم 1378 مؤرخ في

يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة الماستر
في ميدان "علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية"، شعبة "علوم تجارية"
تخصص "تسويق رقمي"
لدى الجامعات والمراكز الجامعية ومؤسسات التكوين العالي

إن وزير التعليم العالي والبحث العلمي،

- بمقتضى القانون رقم 99-05 المؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق 4 أبريل سنة 1999 والمتضمن القانون التوجيهي للتعليم العالي، المعدل والمتمم،
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 22-305 المؤرخ في 11 صفر عام 1444 الموافق 8 سبتمبر سنة 2022 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 90-149 المؤرخ في 2 ذي القعدة عام 1410 الموافق 26 مايو 1990 والمتضمن إنشاء جامعة التكوين المتواصل، وتنظيمها وعملها،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 03-279 المؤرخ في 24 جمادى الثانية عام 1424 الموافق 23 غشت سنة 2003 الذي يحدد مهام الجامعة والقواعد الخاصة بتنظيمها وسيرها، المعدل والمتمم،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 05-299 المؤرخ في 11 رجب عام 1426 الموافق 16 غشت سنة 2005 الذي يحدد مهام المركز الجامعي والقواعد الخاصة بتنظيمه وسيره،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 13-77 المؤرخ في 18 ربيع الأول عام 1434 الموافق 30 يناير سنة 2013 الذي يحدد صلاحيات وزير التعليم العالي والبحث العلمي،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 18-263 المؤرخ في 8 صفر عام 1440 الموافق 17 أكتوبر سنة 2018 الذي يحدد شروط منح الوصاية البيداغوجية لمؤسسات التكوين العالي التابعة لدوائر وزارية أخرى وكيفية ممارستها،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 22-208 المؤرخ في 5 ذي القعدة عام 1443 الموافق 5 جوان سنة 2022 الذي يحدد نظام الدراسات والتكوين للحصول على شهادات التعليم العالي،
- وبمقتضى القرار رقم 75 المؤرخ في 26 مارس 2012 والمتضمن إنشاء اللجنة البيداغوجية الوطنية للميدان ويحدد مهامها وتشكيلتها وتنظيمها وسيرها،
- وبمقتضى القرار رقم 507 المؤرخ في 15 جويلية 2014 الذي يحدد مدونة الفروع لميدان "علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية"، لنيل شهادة الليسانس وشهادة الماستر، المعدل،
- وبمقتضى القرار رقم 1022 المؤرخ في 23 أكتوبر 2017 الذي يحدد مهام وشروط الالتحاق بجامعة التكوين المتواصل،
- وبناء على محضر اجتماع اللجنة البيداغوجية الوطنية لميدان "علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية" المؤرخ في 30 سبتمبر 2021،

يقرر ما يأتي:

- المادة الأولى:** يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة الماستر في ميدان "علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية"، شعبة "علوم تجارية"، تخصص "تسويق رقمي"، طبقا لملحق هذا القرار.
- المادة 2:** يكلف المدير العام للتعليم والتكوين ومديري مؤسسات التعليم والتكوين العالين، كل فيما يخصه، بتطبيق هذا القرار الذي سينشر في النشرة الرسمية للتعليم العالي والبحث العلمي.

حرر بالجزائر، في 17 أكتوبر 2022

وزير التعليم العالي والبحث العلمي
كمال بداري



ملحق القرار رقم 1378 المؤرخ في 17 أكتوبر 2022

يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة الماستر
ميدان " علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية "، شعبة " علوم تجارية "، تخصص " تسويق رقمي "

السداسي الأول:

وحدات التعليم	عنوان المواد	الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي			الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	أخرى*	نوع التقييم	
				دروس	أعمال موجهة	أعمال تطبيقية			مراقبة مستمرة	إمتحان
وحدة تعليم أساسية الرمز: وت أس 1.1 الأرصدة: 18 المعامل: 8	إدارة التسويق الرقمي	5	2	1 سا 30	1 سا 30	-	45 سا 00	65 سا 00	40%	60%
	سلوك المستهلك الالكتروني المعمق	5	2	1 سا 30	1 سا 30	-	45 سا 00	65 سا 00	40%	60%
	استراتيجيات التسويق الرقمي	4	2	1 سا 30	1 سا 30	-	45 سا 00	55 سا 00	40%	60%
	إدارة الحملات الرقمية	4	2	1 سا 30	-	1 سا 30	45 سا 00	55 سا 00	40%	60%
وحدة تعليم منهجية الرمز: وت م 1.1 الأرصدة: 9 المعامل: 4	تحليل السلاسل الزمنية	5	2	1 سا 30	1 سا 30	-	45 سا 00	65 سا 00	40%	60%
	الاتصال والتحرير الإداري	4	2	1 سا 30	1 سا 30	-	45 سا 00	55 سا 00	40%	60%
وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت أس 1.1 الأرصدة: 2 المعامل: 2	قانون المنافسة وحماية المستهلك	2	2	1 سا 30	1 سا 30	-	45 سا 00	5 سا 00	40%	60%
وحدة تعليم أفقية الرمز: وت اف 1.1 الأرصدة: 1 المعامل: 1	لغة أجنبية متخصصة 01	1	1	-	1 سا 30	-	22 سا 30	2 سا 30	100%	-
مجموع السداسي الأول										

* عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

ملحق القرار رقم 1378 المؤرخ في 17 أكتوبر 2022

يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة الماستر
ميدان " علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية "، شعبة " علوم تجارية "، تخصص " تسويق رقمي "

السداسي الثاني:

نوع التقييم	مراقبة مستمرة	إمتحان	أخرى*	الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			المرحلة	الرمز	عنوان المواد	وحدات التعليم
					أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس				
60%	40%		00 سا 65	00 سا 45	-	1 سا 30	1 سا 30	2	5	إدارة علاقات العملاء الالكترونية E-CRM	وحدة تعليم أساسية الرمز: وت أس 2.1 الأرصدة: 18 المعامل: 8
60%	40%		00 سا 65	00 سا 45	-	1 سا 30	1 سا 30	2	5	التسويق الالكتروني للخدمات	
60%	40%		00 سا 55	00 سا 45	-	1 سا 30	1 سا 30	2	4	أنظمة الدفع الالكترونية	
60%	40%		00 سا 55	00 سا 45	1 سا 30		1 سا 30	2	4	تحليل البيانات الرقمية	
60%	40%		00 سا 65	00 سا 45	-	1 سا 30	1 سا 30	2	5	الأساليب الكمية في التسويق	وحدة تعليم منهجية الرمز: وت م 2.1 الأرصدة: 9 المعامل: 4
60%	40%		00 سا 55	00 سا 45	-	1 سا 30	1 سا 30	2	4	منهجية إعداد مذكرة الماستر	
60%	40%		00 سا 5	00 سا 45	1 سا 30	-	1 سا 30	2	2	صناعة وتسويق المحتوى الرقمي	وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت أس 2.1 الأرصدة: 2 المعامل: 2
-	100%		30 سا 2	30 سا 22	-	1 سا 30	-	1	1	لغة أجنبية متخصصة 02	وحدة تعليم أفقية الرمز: وت اف 2.1 الأرصدة: 1 المعامل: 1
-			30 سا 367	30 سا 337	00 سا 03	00 سا 09	30 سا 10	15	30	مجموع السداسي الثاني	

* عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

1378
ملحق القرار رقم المؤرخ في 17 أكتوبر 2022

يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة الماستر
ميدان " علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية "، شعبة " علوم تجارية "، تخصص " تسويق رقمي "

السداسي الثالث:

نوع التقييم	أخرى *	الحجم الساعي للسداسي (15 أسبوعا)	الحجم الساعي الأسبوعي			المعامل	الأرصدة	عنوان المواد	وحدات التعليم
			أعمال تطبيقية	أعمال موجهة	دروس				
مراقبة مستمرة	40%	105 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30	1 سا 30	3	6	وحدة تعليم أساسية الرمز: وت أس 1.2 الأرصدة: 18 المعامل: 9
إمتحان	60%	105 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30	1 سا 30	3	6	التسويق الصناعي الرقمي
	40%	105 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30	1 سا 30	3	6	تسويق محركات البحث SEM
	40%	65 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30	1 سا 30	2	5	وحدة تعليم منهجية الرمز: وت م 1.2 الأرصدة: 9 المعامل: 4
	40%	55 سا 00	45 سا 00	1 سا 30	-	1 سا 30	2	4	برمجيات التسويق الرقمي
	40%	5 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30	1 سا 30	2	2	تحليل البيانات الضخمة
	40%	5 سا 00	45 سا 00	-	1 سا 30	1 سا 30	2	2	وحدة تعليم استكشافية الرمز: وت أس 1.2 الأرصدة: 2 المعامل: 2
	100%	2 سا 30	22 سا 30	1 سا 30	-	-	1	1	قانون الملكية الفكرية
-									وحدة تعليم أفقية الرمز: وت اف 1.2 الأرصدة: 1 المعامل: 1
-		442 سا 30	292 سا 30	03 سا 00	07 سا 30	09 سا 00	16	30	ندوة في التسويق الرقمي
-									مجموع السداسي الثالث

* عمل إضافي وأعمال شخصية تحدد من الفرقة البيداغوجية للمادة

ملحق القرار رقم 1378 المؤرخ في 17 أكتوبر 2022

يحدد برنامج التعليم لنيل شهادة الماستر
ميدان " علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية "، شعبة " علوم تجارية "، تخصص " تسويق رقمي "

السداسي الرابع:

دراسة ميدانية تتوج بمذكرة ماستر تناقش

الأرصدة	المعامل	الحجم الساعي الأسبوعي	
30	04	30 سا/أسبوعي	العمل الشخصي
/	/	03 سا/أسبوعي	الدراسة الميدانية (بمختلف صيغها حسب موضوع المذكرة)
/	/	02 سا/أسبوعي	الملتقيات (شهادة حضور ملتقى أو دورة تدريبية أو تكوينية في السنة الثانية ماستر)
/	/	05 سا/أسبوعي	أعمال أخرى (تحدد حسب اللجنة البيداغوجية للتخصص)
30	04	600 سا	مجموع السداسي 4 (15 أسبوع)



REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

1378
Arrêté n° du

17 OCT. 2022

**Fixant le programme des enseignements en vue de l'obtention du diplôme de Master dans le
domaine « Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales »
Filière « Sciences Commerciales », spécialité « Marketing Digital »
Au sein des universités et centres universitaires et les établissements de formation supérieure**

Le Ministre de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique,

- Vu la loi n°99-05 du 18 Dhou El Hidja 1419 correspondant au 4 avril 1999, modifiée et complétée, portant loi d'orientation sur l'enseignement supérieur ;
- Vu le décret présidentiel n°22-305 du 11 Safar 1444 correspondant au 8 septembre 2022 portant nomination des membres du Gouvernement ;
- Vu le décret exécutif n°90-149 du 2 Dhou El Kaâda 1410 correspondant au 26 mai 1990 portant création, organisation et fonctionnement de l'université de la formation continue ;
- Vu le décret exécutif n° 03-279 du 24 Joumada Ethania 1424 correspondant au 23 août 2003, modifié et complété, fixant les missions et les règles particulières d'organisation et de fonctionnement de l'université ;
- Vu le décret exécutif n°05-299 du 11 Rajab 1426 correspondant au 16 Août 2005 fixant les missions et les règles particulières d'organisation et de fonctionnement du centre universitaire ;
- Vu le décret exécutif n°13-77 du 18 Rabie El Aouel 1434 correspondant au 30 janvier 2013 fixant les attributions du ministre de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique ;
- Vu le décret exécutif n°18-263 du 8 Safer 1440 correspondant du 17 octobre 2018 fixant les conditions d'octroi de la tutelle pédagogique et les modalités de son exercice sur les établissements de formation supérieure relevant d'autres départements ministériels ;
- Vu le décret exécutif n° 22-208 du 5 Dhou El Kaâda 1443 correspondant au 5 juin 2022 fixant le régime des études et de la formation en vue de l'obtention des diplômes de l'enseignement supérieur ;
- Vu l'arrêté n°75 du 26 mars 2012 portant, création et fixant les missions, la composition, l'organisation et le fonctionnement du Comité Pédagogique National de Domaine ;
- Vu l'arrêté n°507 du 15 juillet 2014, modifié, fixant la nomenclature des filières du domaine « Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales » en vue de l'obtention des diplômes de licence et de master ;
- Vu l'arrêté n°1022 du 23 octobre 2017 fixant les missions et les conditions d'accès à l'Université de la Formation Continue ;
- Vu le procès-verbal de la réunion du Comité Pédagogique National du Domaine "Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales", tenue le 30 septembre 2021 ;

ARRETE :

Article 1 : Le programme des enseignements en vue de l'obtention du diplôme de master dans le domaine « Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales », filière « Sciences Commerciales », spécialité « Marketing Digital », est fixé conformément à l'annexe du présent arrêté.

Art.2 : Le Directeur Général des Enseignements et de la Formation et les Chefs d'établissements d'enseignement et de formation supérieurs, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'application du présent arrêté qui sera publié au bulletin officiel de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique.

17 OCT. 2022
Fait à Alger, le
**Le Ministre de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique**



**Fixant le programme des enseignements en vue de l'obtention du diplôme de Master dans
Le domaine « Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales »
Filière « Sciences Commerciales », spécialité « Marketing Digital »**

Semestre 1 :

Unités d'enseignement	Intitulé des matières	Crédits	Coefficients	Volume horaire hebdomadaire			VHS 15 semaines	Autre*	Mode d'évaluation	
				Cours	TD	TP			CC*	Examen
U E Fondamentale Code : UEF 1.1 Crédits : 18 Coefficients : 8	Management du Marketing Digital	5	2	1h30	1h30	-	45h00	65h00	40%	60%
	Comportement du consommateur Digital approfondi	5	2	1h30	1h30	-	45h00	65h00	40%	60%
	Stratégies du Marketing Digital	4	2	1h30	1h30	-	45h00	55h00	40%	60%
	Management des Campagnes Digitales	4	2	1h30	-	1h30	45h00	55h00	40%	60%
U E Méthodologique Code : UEM 1.1 Crédits : 9 Coefficients: 4	Analyse des séries temporelles	5	2	1h30	1h30	-	45h00	65h00	40%	60%
	Communication et rédaction administrative	4	2	1h30	1h30	-	45h00	55h00	40%	60%
U E Découverte Code : UED 1.1 Crédits : 2 Coefficients: 2	Droit de la concurrence et protection du consommateur	2	2	1h30	1h30	-	45h00	5h00	40%	60%
U E Transversale Code : UET 1.1 Crédits : 1 Coefficients: 1	Langue étrangère spécialisée 1	1	1	-	1h30	-	22h30	2h30	100%	-
Total Semestre 1		30	15	10h30	10h30	1h30	337h30	367h30		

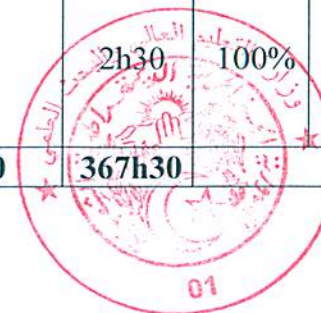
Autre* = Travail complémentaire et travail personnel déterminé par l'équipe pédagogique de la matière, CC* : Contrôle Continu.

**Fixant le programme des enseignements en vue de l'obtention du diplôme de Master dans
Le domaine « Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales »
Filière « Sciences Commerciales », spécialité « Marketing Digital »**

Semestre 2 :

Unités d'enseignement	Intitulé des matières	Crédits	Coefficients	Volume horaire hebdomadaire			VHS 15 semaines	Autre*	Mode d'évaluation	
				Cours	TD	TP			CC*	Examen
U E Fondamentale Code : UEF1.2 Crédits : 18 Coefficients : 8	Management électronique des Relations Clients(E-CRM)	5	2	1h30	1h30	-	45h00	65h00	40%	60%
	Marketing Electronique des services	5	2	1h30	1h30	-	45h00	65h00	40%	60%
	Systèmes de paiement électronique	4	2	1h30	1h30	-	45h00	55h00	40%	60%
	Analyse des Données Electroniques	4	2	1h30	-	1h30	45h00	55h00	40%	60%
U E Méthodologique Code : UEM 1.2 Crédits : 9 Coefficients: 4	Méthodes Quantitatives en Marketing	5	2	1h30	1h30	-	45h00	65h00	40%	60%
	Méthodologie de préparation d'un mémoire de master	4	2	1h30	1h30	-	45h00	55h00	40%	60%
U E Découverte Code : UED 1.2 Crédits : 2 Coefficients: 2	Création et Marketing de contenu Digital	2	2	1h30	-	1h30	45h00	5h00	40%	60%
U E Transversale Code : UET 1.2 Crédits : 1 Coefficients: 1	Langue étrangère spécialisée 2	1	1	-	1h30	-	22h30	2h30	100%	-
Total Semestre 2		30	15	10h30	09h00	03h00	337h30	367h30		

Autre* = Travail complémentaire et travail personnel déterminé par l'équipe pédagogique de la matière, CC* : Contrôle Continu.



**Fixant le programme des enseignements en vue de l'obtention du diplôme de Master dans
Le domaine « Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales »
Filière « Sciences Commerciales », spécialité « Marketing Digital »**

Semestre 3 :

Unités d'enseignement	Intitulé des matières	Crédits	Coefficients	Volume horaire hebdomadaire			VHS 15 semaines	Autre*	Mode d'évaluation	
				Cours	TD	TP			CC*	Examen
U E Fondamentale Code : UEF 2.1 Crédits : 18 Coefficients : 9	Management des Projets Digital	6	3	1h30	1h30	-	45h00	105h00	40%	60%
	Marketing Industriel Digital	6	3	1h30	1h30	-	45h00	105h00	40%	60%
	Search Engine Marketing SEM	6	3	1h30	1h30	-	45h00	105h00	40%	60%
U E Méthodologique Code : UEM 2.1 Crédits : 9 Coefficients: 4	Logiciels du Marketing Digital	5	2	1h30	-	1h30	45h00	65h00	40%	60%
	Analyse du Big data	4	2	1h30	-	1h30	45h00	55h00	40%	60%
U E Découverte Code : UED 2.1 Crédits : 2 Coefficients: 2	Droit de la propriété intellectuelle	2	2	1h30	1h30	-	45h00	5h00	40%	60%
U E Transversale Code : UET 2.1 Crédits : 1 Coefficients: 1	Séminaire sur le Marketing Digital	1	1	-	1h30		22h30	2h30	100%	-
Total Semestre 3		30	16	09h00	07h30	03h00	292h30	442h30		

Autre* = Travail complémentaire et travail personnel déterminé par l'équipe pédagogique de la matière, CC* : Contrôle Continu.



Annexe de l'arrêté n° 1378 du 17 OCT. 2022

**Fixant le programme des enseignements en vue de l'obtention du diplôme de Master dans
Le domaine « Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales »
Filière « Sciences Commerciales », spécialité « Marketing Digital »**

Semestre 4 :

Stage en entreprise couronné par un mémoire et une soutenance.

	VHS	Coeff	Crédits
Travail Personnel	30h/S	04	30
Etude pratique (Sous diverses formes, selon le sujet de mémoire)	03 h/S	/	/
Séminaires (Attestation de participation à un séminaire, une formation ou un stage en deuxième année de Master)	02h/S	/	/
Autre (déterminés selon le comité pédagogique de spécialisation)	05 h/S	/	/
Total Semestre 4	600 h	04	30

