



إعلان
امتحان الدخول إلى الماستر ١ والماستر ٢
للعام الجامعي ٢٠٢٦-٢٠٢٧

يعلن عميد كلية العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال في الجامعة اللبنانية، البروفسور سليم المقدسي، عن فتح باب تقديم طلبات الدخول إلى الماستر ١ والماستر ٢، للماسترات المهنية والماسترات البحثية، للعام الجامعي ٢٠٢٦-٢٠٢٧، وفق الآتي:

١- موعد امتحان الدخول

يوم السبت الواقع فيه ٢٠٢٦/٩/٢٦، في مجمع رفيق الحريري الجامعي - الحدث، مبنى كلية العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال، وفق برنامج يُعلن عنه لاحقاً.

٢- تقديم الطلبات

تُقدّم طلبات الدخول إلى الماستر ١ والماستر ٢ المهني والماستر ٢ البحثي ابتداءً من نهار الأربعاء الواقع فيه ٢٠٢٦/٩/٢ ولغاية نهار الخميس الواقع فيه ٢٠٢٦/٩/١٧، عند الساعة الثانية عشرة ظهرًا ضمناً.

وتُقدّم الطلبات وفق الآتي:

- طلبات الدخول إلى الماسترات ٢ المهنية: في أحد فروع الكلية: الفرع الأول أو الثاني أو الثالث.
- طلبات الدخول إلى الماسترات ٢ البحثية: في عمادة الكلية في الحدث.
- طلبات الدخول إلى الماستر ١، لطلاب الجامعات الأخرى الذين تتوافر لديهم شروط الاختصاص، ولطلاب الجامعة اللبنانية من الكليات الأخرى: في جميع فروع الكلية.

٣- آلية تقديم الطلبات

تقدم الطلبات على الرابط الإلكتروني: FSEG.UL.EDU.LB/MASTER حيث يقوم المرشح بتعبئة البيانات المطلوبة وتحميل نسخة عن المستندات التالية:

- من خريجي الكلية

- إفادة إنهاء الماستر ١ لمرشحي الماستر ٢
- إخراج قيد إفرادي أو صورة مصدقة عنه من مأمور النفوس صادر خلال ٢٠٢٥ أو ٢٠٢٦، أو جواز السفر أو الإقامة للأجانب.

- من خريجي الجامعات الأخرى وكليات الجامعة اللبنانية الأخرى، لمرشحي الماستر ١ والماستر ٢

- إفادة إنهاء الإجازة لمرشحي الماستر ١
- إفادة إنهاء الإجازة والماستر ١، أربع سنوات أو ١٢٠ رصيداً ECTS أو ما يعادلها، لمرشحي الماستر ٢
- إخراج قيد إفرادي أو صورة مصدقة عنه من مأمور النفوس، صادر خلال ٢٠٢٥ أو ٢٠٢٦، أو جواز السفر أو الإقامة للأجانب.
- معادلة شهادة الإجازة من لجنة الاعتراف بالشهادات الجامعية في وزارة التربية والتعليم العالي لطلاب الجامعات الخاصة (تقبل الإفادة المؤقتة المعطاة الصادرة عن لجنة الاعتراف بالشهادات الجامعية في وزارة التربية. ولا يُسمح لاحقاً بتسجيل الطالب المقبول في امتحان الدخول في حال لم يُقدّم معادلة الشهادة الحاصل عليها).

بعد تعبئة البيانات المطلوبة إلكترونياً وتحميل جميع المستندات المطلوبة، يقوم المرشح بطباعة طلب الترشح.

٣-١- بعد يومي عمل فطين من تاريخ تقديم الطلب على الصفحة الإلكترونية

- يستكمل الطالب تسجيله عبر الحضور إلى العمادة في الحدث بالنسبة إلى الماسترات البحثية، أو الفرع الجغرافي الذي اختاره بالنسبة إلى الماستر ١ والماسترات ٢ المهنية، ويحضر معه المستندات الآتية:
- طلب الترشح المقدم على الصفحة الإلكترونية، مطبوعاً.
- صورتان شمسيّتان مصدّقتان من المختار ومطابقتان للصورة الشمسية الموجودة على إخراج القيد الإفرادي.
- طابع مالي بقيمة ٥٠,٠٠٠ ل.ل.



٢-٣- يحصل الطالب على إيصال تسديد الرسوم الصادر عن قسم شؤون الطلاب، ويدفع رسم الاشتراك في امتحان الدخول وقيمته ١,٠٠٠,٠٠٠ ل.ل.، في أحد فروع LibanPost

٣-٣- تُسلّم بطاقة الامتحان للطالب قبل موعد الامتحان بثلاثة أيام (في العمادة في الحدث بالنسبة إلى الماسترات ٢ البحثية، وفي الفرع الجغرافي الذي تسجّل فيه بالنسبة إلى الماستر ١ والماسترات ٢ المهنية)

٤- الاختصاصات

- تضم الماسترات المهنية الاختصاصات الآتية: تمويل، تسويق، معلوماتية إدارية، محاسبة وتدقيق، إدارة، اقتصاد وتمويل دوليين، اقتصاد مالي ومصرفي. وتُدرّس هذه الاختصاصات بإحدى اللغتين الفرنسية أو الإنكليزية.
- تضم الماسترات البحثية الاختصاصات الآتية: إدارة وتسويق، و محاسبة وتمويل. ويجب أن يتقن الطالب اللغتين الفرنسية والإنكليزية.
- يمكن لطلاب الماستر ١ علوم اقتصادية أن يتقدموا إلى امتحان الدخول للماستر البحثي في التمويل.
- ترفق ربطاً لائحة الاختصاصات واللغات المتوفرة في كل فرع.

٥- معلومات إضافية

- ينتقل الطالب في الكلية من مرحلة الإجازة إلى الماستر ١ تلقائياً إذا أنهى جميع مقررات الإجازة في كلية العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال في الجامعة اللبنانية، أي ١٨٠ رصيداً ECTS
- يُجرى امتحان الدخول لطلاب الماستر ٢ المهني، بعد إعفاء الـ ٣٥٪ الأوائل للعام الجامعي ٢٠٢٥-٢٠٢٦ فقط من طلاب الكلية، في كل فرع وفي كل اختصاص في الماستر ١
- يُجرى امتحان الدخول لجميع الطلاب المتقدمين إلى الماستر ٢ البحثي
- يُجرى امتحان الدخول لجميع الطلاب الوافدين من الجامعات الأخرى والمتقدمين إلى الماستر ١ والماستر ٢
- يُسمح لطلاب الكلية من حملة الجدارة، نظام قديم، ولطلاب الجامعات الأخرى، أربع سنوات تدريس، بالتقدم إلى امتحان الدخول إلى الماستر ٢ المهني والبحثي.
- في ما يتعلق بتغيير المسار، يُسمح لطلاب الاختصاصات الآتية: إدارة، تسويق، معلوماتية إدارية، تمويل، محاسبة، الذين أنهوا مرحلة الإجازة، بتغيير المسار إلى الإدارة أو التسويق في الماستر ١، شرط نجاحهم في امتحان الدخول. علماً أنه يُسمح لهم لاحقاً بالتقدم إلى الماستر ٢ المهني حصراً، ولا يُسمح لهم لاحقاً بالتقدم إلى الماستر البحثي.

للاستفسار يمكن التواصل على صفحة الكلية على [Facebook](https://www.facebook.com/LebaneseUniversity)

[Faculty of Economics and Business Administration - Lebanese University](https://www.facebook.com/LebaneseUniversity)



الحدث في ٢٠٢٦/٧/١٤
عميد كلية العلوم الاقتصادية
 وإدارة الأعمال

سليم المقدسي



الاختصاصات المفتوحة في فروع كلية العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال
في الماسترات للعام الجامعي ٢٠٢٦-٢٠٢٧

العمادة

- الماستر البحثي في الادارة والتسويق - فرنسي / انكليزي
- الماستر البحثي في المحاسبة والتمويل - فرنسي / انكليزي

الفرع الاول

- ماستر ١ في ادارة فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في إقتصاد مالي ومصرفي فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في إقتصاد وتمويل دوليين فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في تسويق فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في تمويل ومؤسسات مالية فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في محاسبة وتدقيق فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في معلوماتية ادارية فرنسي / انكليزي
- ماستر ٢ مهني في ادارة انكليزي
- ماستر ٢ مهني في إقتصاد مالي ومصرفي فرنسي / انكليزي
- ماستر ٢ مهني في تسويق انكليزي
- ماستر ٢ مهني في تمويل ومؤسسات مالية انكليزي
- ماستر ٢ مهني في محاسبة وتدقيق انكليزي
- ماستر ٢ مهني في معلوماتية ادارية فرنسي / انكليزي

الفرع الثاني

- ماستر ١ في ادارة فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في إقتصاد وتمويل دوليين فرنسي
- ماستر ١ في تسويق فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في تمويل ومؤسسات مالية فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في محاسبة وتدقيق فرنسي
- ماستر ١ في معلوماتية ادارية فرنسي / انكليزي
- ماستر ٢ مهني في ادارة فرنسي
- ماستر ٢ مهني في إقتصاد وتمويل دوليين فرنسي
- ماستر ٢ مهني في تسويق فرنسي
- ماستر ٢ مهني في تمويل ومؤسسات مالية فرنسي
- ماستر ٢ مهني في محاسبة وتدقيق فرنسي
- ماستر ٢ مهني في معلوماتية ادارية فرنسي



الاختصاصات المفتوحة في فروع كلية العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال
في الماسترات للعام الجامعي ٢٠٢٦-٢٠٢٧ (تابع)

الفرع الثالث

- ماستر ١ في إدارة فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في إقتصاد وتمويل دوليين فرنسي
- ماستر ١ في تسويق فرنسي
- ماستر ١ في تمويل ومؤسسات مالية فرنسي
- ماستر ١ في محاسبة وتدقيق فرنسي
- ماستر ١ في معلوماتية إدارية فرنسي
- ماستر ٢ مهني في إدارة فرنسي / انكليزي
- ماستر ٢ مهني في إقتصاد وتمويل دوليين فرنسي
- ماستر ٢ مهني في تسويق فرنسي
- ماستر ٢ مهني في تمويل ومؤسسات مالية فرنسي
- ماستر ٢ مهني في محاسبة وتدقيق فرنسي
- ماستر ٢ مهني في معلوماتية إدارية فرنسي

الفرع الرابع

- ماستر ١ في إدارة فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في إقتصاد مالي ومصرفي فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في محاسبة وتدقيق فرنسي / انكليزي

الفرع الخامس

- ماستر ١ في إدارة فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في إقتصاد مالي ومصرفي فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في تمويل ومؤسسات مالية فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في محاسبة وتدقيق فرنسي / انكليزي
- ماستر ١ في معلوماتية إدارية فرنسي / إنكليزي
- ماستر ١ في تسويق / إنكليزي



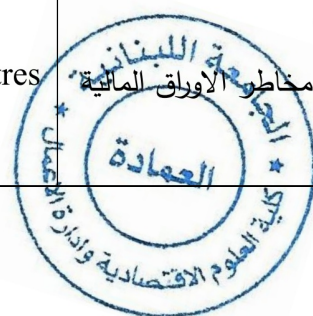
الفرع السادس

- ماستر ١ في إدارة انكليزي
- ماستر ١ في تمويل ومؤسسات مالية انكليزي
- ماستر ١ في محاسبة وتدقيق إنكليزي
- ماستر ١ في تسويق / إنكليزي



المواد المطلوبة لامتحان الدخول الى الماستر ١
للعام الدراسي ٢٠٢٦-٢٠٢٧
الاختصاص: العلوم الاقتصادية

١. Microeconomics - Consumer behavior - Production theory - Demand and supply in terms of perfect competition (short run and long run equilibrium)	١. Microéconomie - Théorie du consommateur - Théorie du producteur - Théorie de l'offre et la demande dans un cadre de concurrence parfaite (équilibre à court terme et à long terme)	١. إقتصاد جزئي - سلوك المستهلك - نظرية المنتج - العرض والطلب وتوازن السوق - ضمن اطار المنافسة التامة (المدى القصير والطويل)
٢. Macroeconomics - Keynesian model - IS-LM model in a closed economy - Aggregate demand and aggregate supply model (AD-AS)	٢. Macroéconomie - Le modèle keynésien de base (AD-Y) - Le modèle IS-LM dans une économie fermée - Le modèle d'offre et de demande globales (AS-AD)	٢. إقتصاد كلي - النموذج الكينزي الاساسي (AD-Y) - نموذج IS-LM ضمن اقتصاد مغلق - نموذج العرض والطلب الاجماليين (AS-AD)
3. Monetary analysis - Money: Definition and functions - Quality theory of money and money demand	3. Analyse monétaire - Définition et fonctions de la monnaie - Théorie quantitative de la monnaie et demande de la monnaie	٣. النظرية النقدية - تعريف النقود ووظائفها - النظرية الكمية للنقود والطلب على النقود
4. International finance - Balance of payment - Theory of balance of payment adjustment (price adjustment mechanism, revenue adjustment mechanism)	4. Finance internationale - Balance des paiements - Théories de l'ajustement de la balance des paiements (ajustement par les mécanismes de prix, ajustement par les mécanismes de revenu)	٤. تمويل دولي - ميزان المدفوعات - نظريات تصحيح اختلال ميزان المدفوعات (آليات التصحيح عبر الاسعار، آليات التصحيح عبر المداخل)
5. Financial markets - Risk and return of financial assets - Stock valuation	5. Marchés financiers - Risques et rentabilité des titres financiers - Evaluation des actions	٥. اسواق مالية - العائد ودرجة مخاطرة الأوراق المالية - تقييم الاسهم





المواد المطلوبة لامتحان الدخول الى الماستر ١
للعام الدراسي ٢٠٢٦-٢٠٢٧
الاختصاص: المحاسبة

General accounting, Accounting registration, trial balance results, balance sheet, buying, selling operations, with VAT, collecting, paying, Discount, revenues costs, provisions, amortizations, inventories, bank reconciliations, fixed assets selling operations and replacement.	Comptabilité Générale Enregistrements comptables, Balance générale, Résultat, Bilan, opérations d'achats, ventes, avec TVA, Encaissements, Paiements, salaires, réconciliations bancaire, cessions et remplacement d'immobilisations, RRR, Régularisation des produits, charges, provisions, amortissements, Travaux d'inventaires.	محاسبة عامة - التسجيلات المحاسبية، ميزان المراجعة، النتيجة، الميزانية، عمليات الشراء والبيع، مع الضريبة على القيمة المضافة، القبض والدفع، الحسم، الإيرادات والاعباء، استبدال الاصول الثابتة، المؤنات، الاحتياطات، الاستهلاك، التسويات، الجرد، تسوية البنوك
Companies accounting, Personal, and sharing firms, creation, modifying capital raising, reduction, results distribution, liquidation.,	Comptabilité des sociétés Les sociétés commerciales, création, augmentation et réduction du capital, distribution des bénéfices, liquidations.	محاسبة شركات، - الشركات التجارية اموال واشخاص، تأسيسها، زيادة رأسمالها، تخفيض رأسمالها، توزيع الارباح، تصفياتها
Banks accounting, Financial statements for banks, deposit withdrawal accounting, Exchange positions, buying selling foreign exchange, letter of credit, guaranties	Comptabilité bancaire, Etats financiers des banques, comptabilité des dépôts, des retraits, compensation, crédits, centres de changes, achats et ventes des devises, lettres de crédits, garanties.	محاسبة مصارف - البيانات المالية في المصارف، محاسبة الايداعات والسحوبات، المقاصة، مراكز القطع، القروض، شراء وبيع العملات، السندات، الاعتمادات المستندية، الضمانات
Cost Accounting, Analyzing and calculating costs, cost centers, breakeven point, budget, selling control.	Comptabilité analytique Calcul et analyse des coûts par la méthode du coût complet, la méthode fondée sur le coefficient d'équivalence, centres d'analyses, point mort, imputation rationnelle, élaboration des budgets, contrôle des ventes.	محاسبة تحليلية ١ و ٢ - احتساب وتحليل الاعباء القابلة للتحميل، محتوى التكاليف، مراكز التحليل، احتساب التكاليف تبعا لمرحل الانتاج، وتبعا لاوامر الانتاج، وتبعا للتكلفة الكاملة، نقطة التعادل، الموازنة، والرقابة على المبيعات، الطرق الترشيدية.
Internal Audit, Audit procedure.	Audit interne, Méthodologie de contrôle.	تدقيق داخلي، منهجية التدقيق





المواد المطلوبة لامتحان الدخول الى الماستر ١
للعام الدراسي ٢٠٢٦-٢٠٢٧
الاختصاص: التمويل

العربية	Francais	English
الميزانية الوظيفية	Bilan Fonctionnel	Functional balance sheet
نسب المديونية، النسب التشغيلية، النسب النقدية	Ratios de structure, de gestion, de liquidité	Financial leverage, activity ratios, liquidity ratios
الأرصدة الادارية الوسيطة	Soldes Intermédiaires de Gestion	Intermediary accounts
المفاضلة بين المشاريع (حالة التأكد وعدم التأكد)	Choix des investissements (univers certain et incertain) :	Projects evaluating methods (under certainty and uncertainty) :
- القيمة الحالية	- VAN	- NPV
- معدل المردود الداخلي	- TIR	- IRR
- مؤشر الربحية	- IP	- PI
- فترة الاسترداد	- DR	- Payback method
كلفة وهيكلية رأس المال	Cout et structure du capital	Cost of capital and capital structure
الأسواق المالية: أدوارها، أدواتها وعملها	Marchés financiers : roles, instruments et fonctionnement	Financial markets : roles, instruments and functioning
العمليات المصرفية: أنواع الحسابات، الحوالات، الشيكات، القروض	Opérations bancaires : genres de comptes, transferts, chèque, crédits	Banking operations : Kinds of accounts, transfers, cheques, credits





المواد المطلوبة لامتحان الدخول الى الماستر ١
للعام الدراسي ٢٠٢٦-٢٠٢٧
الاختصاص: المعلوماتية الادارية

Page ١

Algorithms and Data Structure

The candidate should be able to write an algorithm, using the pseudo code or any programming language, covering the following knowledge:

- Structures of controls,
- Loops and Iterations,
- Subroutine (procedures, functions),
- Arrays,
- Linked List

Object Oriented Programming

The candidate should be able to implement an object oriented application, using an object oriented programming language like C++, Java, C#... with knowledge about the following concepts

- Classes and Objects,
- Inheritance,
- Polymorphism

Systems Analysis and Design

The candidate should be able to

- Design a Data Conceptual Model (DCM), or a classes Diagram for a given system.
- Map a DCM or the classes diagram into a relational Data Logical Model (DLM).

Databases

The candidate should be able to formulate on a conceptual schema of the SQL queries covering the following knowledge:

- Creating and deleting queries,
- Select queries,
- Updating queries.

Algorithmiques et structures de données

Le candidat doit être capable d'écrire un algorithme, en pseudo code ou avec un langage de programmation, couvrant les connaissances suivantes :

- Structures de contrôles.
- Boucles et itérations.
- Sous-programme (procédure, fonction).
- Tableau.
- Liste linéaire chaînée.

Programmation orientée objet

Le candidat doit être capable d'implémenter une application orientée objet, avec un langage orienté objet tels que C++, Java, C#, couvrant les connaissances et les notions suivantes :

- Classe, objet.
- Héritage.
- Polymorphisme.

Méthodologies d'analyse, de modélisation et de conception

Le candidat doit être capable de :

- Concevoir un Modèle Conceptuel de Données (MCD), ou un diagramme des Classes, pour un cas donné.
- Traduire un MCD ou un Diagramme des Classes en Modèle Logique de Données (MLD) relationnel.

Bases de données

Le candidat doit être capable de formuler sur un schéma conceptuel des requêtes en SQL couvrant les connaissances suivantes :

- Requêtes de création, de suppression.
- Requêtes d'interrogation.
- Requêtes de mise à jour.



المواد المطلوبة لامتحان الدخول الى الماستر ١
للعام الدراسي ٢٠٢٦-٢٠٢٧
الاختصاص: المعلوماتية الادارية

Page ٢

Networks and Systems

The candidate must have basic knowledge covering the following points

- Networking:
 - OSI model, 7 layers
 - TCP/IP protocols
 - IP Addressing
 - Sub-netting

Web Development

The candidate should have basic knowledge covering the following points (ASP, PHP, Python, Perl):

Web development: Client Side:

- HTML: basic concepts
- Arrays
- Forms
- Script

Web development: Server Side:

- Get / Post Methods.
- Files.
- Connecting to Database.
- Data Manipulation and SQL queries

Réseaux et systèmes

Le candidat doit avoir des connaissances de bases couvrant les points suivants :

- *Parties réseaux :*
 - Modèle OSI, 7 couches.
 - Protocoles du TCP/IP.
 - Adressage IP.
 - Subnetting.

Développement Web

Le candidat doit avoir des connaissances de bases couvrant les points suivants (ASP, PHP, Python, Perl) :

- Développement Web : côté client :

- Concepts de bases du HTML.
- Tableau.
- Formulaire.
- Script

- Développement Web : côté serveur :

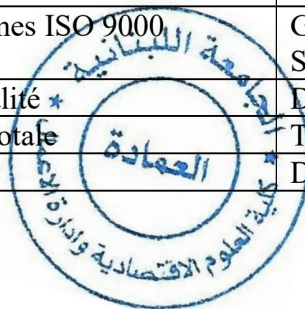
- Méthodes Get / Post.
- Connexion à la base de données.
- Manipulation des données et requêtes SQL.





المواد المطلوبة لامتحان الدخول الى الماستر ١
للعام الدراسي ٢٠٢٦-٢٠٢٧
الاختصاص: ادارة

Principes de Management - Principles of Management	
Les métiers du manager	Managers and Management
L'analyse de l'environnement	The management environment
La planification	Foundations of Planning (without Strategic Management Part)
Les structures organisationnelles	Organizational Structure and Design
La motivation	Motivating employees
Le leadership	Leadership (without Trust)
Les bases du contrôle	Foundations of Control
Gestion des Ressources Humaines - Human Resource Management	
L'essor de la GRH : Définition, objectifs, rôles et activités	Human Resource Management: Definition, objectives, role and functions
L'analyse des postes	Job analysis
Le recrutement	Recruitment
La sélection	Selection
La formation et le développement	Training and development
L'évaluation du rendement	Performance appraisal
La rémunération	Compensation
Comportement organisationnel - Organizational Behavior	
Qu'est-ce que le Comportement Organisationnel ? définition, défis, modèle contingent du CO	Organizational Behavior: definition, challenges, OB Model
La diversité dans les organisations	Diversity in Organizations
Les attitudes et la satisfaction professionnelle	Attitudes and Job satisfaction
La personnalité et les valeurs	Personality and values
La perception et la prise de décision	Perception and individual decision making
Les émotions	Emotions and moods
Le comportement de groupe	Foundations of group behavior
Gestion de la qualité totale - Total quality management	
Introduction à la qualité : définition, évolution du concept de qualité, cycle de la qualité, sphères d'activité de la gestion de la qualité, différentes approches de la qualité	Quality : definition, differing perspectives on quality, Differing functional perspectives on quality, the Three Spheres of Quality, the different quality approaches
Le système qualité totale et les normes ISO 9000	Global supply chain quality and International Quality Standards
Le diagnostic et la mesure de la qualité *	Diagnosis and measurement of quality
Le client dans la démarche qualité totale	The customer in the quality process
La qualité des services	Designing quality services





المواد المطلوبة لامتحان الدخول الى الماستر ١
للعام الدراسي ٢٠٢٦-٢٠٢٧
الاختصاص: تسويق

١. Principles of Marketing - Marketing Strategy (Planning, Growth and Retrenchment Strategies, SWOT Analysis) - Marketing Environment (Micro-and Macro-environment) - Consumer Behavior (Factors Influencing Consumer Behavior and Buyer Decision Process) - Segmentation, Targeting, and Positioning (STP) - The 4 Ps of Marketing: - Product (Product Range, Branding, Product Life Cycle) - Price (Cost-based Pricing, Value-based Pricing, Penetration Pricing, Skimming Pricing) - Place/Distribution (Channel Levels, Intermediary Selection and Motivation) - Promotion/Communication (Various Promotional Tools)	١. Principes de marketing - Stratégie marketing (planification, stratégies de croissance et de réduction, analyse SWOT) -Environnement marketing (micro-macroenvironnement) - Comportement des consommateurs (les facteurs qui influencent le comportement du consommateur et processus de décision de l'acheteur) - Segmentation, ciblage, positionnement - Les 4 P : - Produit (gamme, marque, cycle de vie) - Prix (prix fondé sur les coûts, prix fondé sur la valeur, prix de pénétration et prix de pénétration) - Distribution (niveaux d'un circuit de distribution, choix et motivations des intermédiaires) - Communication (les différents outils)	١. مبادئ التسويق - استراتيجية التسويق (التخطيط، استراتيجيات النمو والانكماش، تحليل SWOT) - بيئة التسويق (البيئة المصغرة والبيئة الكلية) - سلوك المستهلك (العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك وعملية اتخاذ قرار الشراء) - التجزئة، الاستهداف، التوزيع (STP) - عناصر المزيج التسويقي الأربعة (4Ps): - المنتج (تشكيلة المنتجات، العلامة التجارية، دورة حياة المنتج) - السعر (التسعير القائم على التكاليف، التسعير القائم على القيمة، تسعير الاختراق، التسعير الكاشط) - التوزيع (مستويات قنوات التوزيع، اختبار الوسطاء وتحفيزه) - الترويج/الاتصال (الأدوات الترويجية المختلفة)
٢. Marketing Management - Marketing Today - Building Long-Term Customer Loyalty - Market Segmentation - Defining Brand Positioning - Developing Brand Equity - Product Strategy Development - Designing and Managing Distribution Channels - Designing and Implementing Integrated Marketing	٢. Marketing management - Le Marketing aujourd'hui - Fidéliser le client sur le long terme - Segmenter le marché - Définir le positionnement - Développer le capital de la marque - Définir la politique de produit - Concevoir et animer les canaux de distribution	٢. إدارة التسويق - التسويق في العصر الحديث - بناء ولاء طويل الأمد للعميل - تجزئة السوق - تحديد التوقع الذهني للعلامة - تطوير رأس مال العلامة التجارية - تحديد سياسة المنتج - تصميم وإدارة قنوات التوزيع - تصميم وتنفيذ استراتيجية اتصال تسويقي متكاملة - فهم سلوك المستهلك
		٣. إدارة المبيعات

Communications - Understanding Consumer Behavior 3. Sales Management - Definition of Selling - What Can Be Sold? - To Whom Can We Sell? - Different Forms of Selling - Roles and Tasks of the Salesperson - Representing the Company - Client Development - Sales Negotiation - Customer Follow-up and Loyalty Building - Feedback and Information Gathering - Psychological Aspects of Selling - Understanding Customer Behavior - Determinants of Buying Behavior - Typology of Buying Motivations - The Sales Process - The 8 Key Stages: - Sales Interview Preparation - Contact / Opening - Needs Discovery - Product Presentation and Argumentation - Handling Objections - Negotiation - Closing - Follow-up and Farewell 4. Consumer Behavior - What is Consumer Behavior? - Perception - Sensory Systems: The Five Senses - Exposure - Sensory Thresholds - Subliminal Perception - Attention - Personal Selection Factors - Stimulus Detection Factors - Learning and Memory - Learning - Behavioral Learning Theories	- Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de communication intégrée - Comprendre le comportement des consommateurs 3. Gestion des ventes - Définition de la vente - Que peut-on vendre ? - À qui peut-on vendre ? - Les différentes formes de vente - Les missions et les tâches du vendeur - Représentation de l'entreprise - Développement de la clientèle - Négociation commerciale - Suivi et fidélisation - Remontée d'information - Les aspects psychologiques de la vente - Comprendre le comportement du client - Les facteurs explicatifs du comportement d'achat - Typologie des motivations - Le processus de vente - Les 8 étapes du processus : - Préparation de l'entretien - Prise de contact / Opening - Découverte des besoins du client - Présentation du produit et argumentation - Réponses aux objections - Négociation - Conclusion - Prise de congé et suivi / Follow-up 4. Comportement du consommateur - Qu'est ce que le comportement du consommateur ? - La perception - Les systèmes sensoriels : - Les cinq sens	تعريف البيع - ما الذي يمكن بيعه؟ - لمن يمكننا البيع؟ - أشكال البيع المختلفة مهام البائع ووظائفه - تمثيل الشركة - تطوير قاعدة العملاء - التفاوض التجاري - المتابعة وبناء الولاء - نقل المعلومات من السوق الجوانب النفسية للبيع - فهم سلوك العميل - العوامل المؤثرة في سلوك الشراء - أنماط ودوافع الشراء عملية البيع - المراحل الثمانية: - التحضير للمقابلة - بدء الاتصال - اكتشاف احتياجات العميل - عرض المص و تقديم الحجج - التعامل مع الاعتراضات - التفاوض - إغلاق الصفقة - توديع العميل والمتابعة سلوك المستهلك - ما هو سلوك المستهلك؟ الإدراك - الأنظمة الحسية: الحواس الخمس - التعرض - العتبات الحسية - الإدراك تحت الوعي - الانتباه - عوامل الانتقاء الشخصي - عوامل اكتشاف المنبهات التعلم والذاكرة - التعلم - نظريات التعلم السلوكي - الاشتراط الكلاسيكي - الاشتراط الإجرائي - نظرية التعلم المعرفي - الذاكرة الدافعية - عملية الدافعية - قوة الدافعية: نظريات الدافع
---	---	--

○ Classical Conditioning ○ Operant Conditioning ○ Cognitive Learning Theory ○ Memory • Motivation ○ The Motivation Process ○ Strength of Motivation: Drive and Expectancy Theories ○ Direction of Motivation ○ Self and Personality ○ Approaches to the Self: Self-Concept, Self-Esteem, Ideal vs. Real Self, Multiple Selves, Looking-Glass Self, Self-Consciousness • Decision-Making Process ○ Problem Recognition ○ Information Search (Types of Information Search, Mental Accounting) ○ Evaluation of Alternatives ○ Product Choice ○ Post-Purchase Satisfaction or Dissatisfaction	○ L'exposition - Les seuils sensoriels - La perception subliminale - L'attention - Les facteurs de sélection personnelle - Les facteurs de détection d'un stimulus - L'apprentissage et la mémoire • L'apprentissage • Les théories behavioristes de l'apprentissage • Le conditionnement classique • Le conditionnement instrumental • La théorie cognitiviste de l'apprentissage • La mémoire • La Motivation 1. Le processus de la motivation 2. La force de la motivation : Les théories de la pulsion et de l'attente 3. La direction de la motivation Le soi et la personnalité 4. Les différentes approches du soi : le concept de soi, l'estime de soi, le soi idéal et le soi réel, les soi multiples, le miroir de soi, la conscience de soi • Les étapes du processus de prise de décision : la reconnaissance du problème ; la recherche d'information, les différents types de recherche d'informations, la comptabilité mentale • L'évaluation des options • Le choix du produit • La satisfaction (Insatisfaction) postérieure à l'achat	والتوقع ○ اتجاه الدافعية ○ الذات والشخصية ○ مفاهيم الذات: مفهوم الذات، تقدير الذات، الذات المثالية والحقيقية، الذوات المتعددة، مرآة الذات، الوعي بالذات • عملية اتخاذ القرار ○ التعرف على المشكلة ○ البحث عن المعلومات (أنواع البحث، المحاسبة الذهنية) ○ تقييم البدائل ○ اختيار المنتج ○ الرضا أو عدم الرضا بعد الشراء
--	--	---



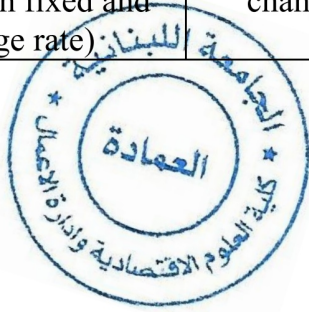


المواد المطلوبة لامتحان الدخول الى الماستر ٢ المهني
للعام الدراسي ٢٠٢٦-٢٠٢٧
الاختصاص: العلوم الاقتصادية

Page ١/٢

١. Microeconomics - Consumer behavior - Production theory - Demand and supply in terms of perfect competition (short run and long run equilibrium) - Imperfect competition ٢. Macroéconomie - Keynesian Model (AD-Y) - IS-LM model in a closed economy - Aggregate demand and aggregate supply model (AS-AD) 3. Monetary analysis - Money: Definition and functions - Creation and destruction of money - Quality theory of money and money demand 4. International finance - Foreign exchange market - Balance of payment - Theory of balance of payment adjustment (price adjustment mechanism, revenue adjustment mechanism, absorption approach)	١. Microéconomie - Théorie du consommateur - Théorie du producteur - Théorie de l'offre et la demande dans un cadre de concurrence parfaite (équilibre à court terme et à long terme) - Concurrence imparfaite (monopole, duopole, oligopole, concurrence monopolistique, cartel, etc..) ٢. Macroéconomie - Le modèle keynésien de base (AD-Y) - Le modèle IS-LM dans une économie fermée - Le modèle d'offre et de demande globales (AS-AD) 3. Analyse monétaire - Définition et fonctions de la monnaie - Création et destruction de la monnaie - Théorie quantitative de la monnaie et demande de la monnaie 4. Finance internationale - Marché des changes - Balance des paiements - Théories de l'ajustement de la balance des paiements (ajustement par les mécanismes de prix, ajustement par les mécanismes de revenu, approche de l'absorption)	١. اقتصاد جزئي - سلوك المستهلك - نظرية المنتج - العرض والطلب وتوازن السوق ضمن اطار المنافسة التامة (المدى القصير والطويل) - توازن السوق ضمن اطار المنافسة غير التامة ٢. اقتصاد كلي - النموذج الكينزي الأساسي (AD-Y) - نموذج IS-L-M ضمن اقتصاد مغلق - نموذج العرض والطلب الاجماليين (AS-AD) ٣. النظرية النقدية - تعريف النقود ووظائفها - خلق النقد وتدمير النقد - النظرية الكمية للنقود والطلب على النقود ٤. تمويل دولي - سوق الصرف - ميزان المدفوعات - نظريات تصحيح اختلال ميزان المدفوعات (آليات التصحيح عبر الأسعار، آليات التصحيح عبر المداخل، مدخل الاستيعاب)
---	---	--

5. Financial markets – Risk and return of financial assets – Stock valuation 6. International Monetary Theory – IS-LM model in open economy – Aggregate demand and aggregate supply in open economy (within fixed and flexible exchange rate)	5. Marchés financiers – Risques et rentabilité des titres financiers – Evaluation des actions 6. Théorie Monétaire Internationale – Modèle IS-LM en économie ouverte – Modèle d'offre et de demande globales en économie ouverte (en change fixe et en change flexible)	٥. أسواق مالية – العائد ودرجة مخاطر الأوراق المالية – تقييم الأسهم ٦. النظرية النقدية الدولية – نموذج IS-LM ضمن اقتصاد مفتوح – نموذج العرض والطلب الكلي ضمن اقتصاد مفتوح (ضمن نظامي الصرف الثابت والمتحرك)
---	--	--





المواد المطلوبة لامتحان الدخول الى الماستر ٢ المهني والبحثي
للعام الدراسي ٢٠٢٦-٢٠٢٧
الاختصاص: المحاسبة

General accounting, Accounting registration, trial balance results, balance sheet, buying, selling operations, with VAT, collecting, paying, Discount, revenues costs, provisions, amortizations, inventories, bank reconciliations, fixed assets selling operations and replacement.	Comptabilité Générale Enregistrements comptables, Balance générale, Résultat, Bilan, opérations d'achats, ventes, avec TVA, Encaissements, Paiements, réconciliations bancaire, cessions et remplacement d'immobilisations, RRR, Régularisation des produits, charges, provisions, amortissements, Travaux d'inventaires.	محاسبة عامة التسجيلات المحاسبية، ميزان المراجعة، النتيجة، الميزانية، عمليات الشراء والبيع، مع الضريبة على القيمة المضافة، القبض والدفع، الحسم، العبوات، الإيرادات والاعباء، التخلي عن اصول ثابتة، المؤنونات، الاحتياطات، الاستهلاك، التسويات، الجرد، تسوية البنوك
Companies accounting, Personal, and sharing firms, creation, modifying capital raising, reduction, results distribution, merging, liquidation.	Comptabilité des sociétés Les sociétés commerciales, création, augmentation et réduction du capital, distribution des bénéfices, fusions, liquidations.	محاسبة شركات، الشركات التجارية اموال واشخاص، تأسيسها، زيادة رأسمالها، تخفيض رأسمالها، توزيع الارباح، دمجها، تصفيتها
Banks accounting, Financial statements for banks, deposit withdrawal accounting, Exchange positions, buying selling foreign exchange, letter of credit, guaranties	Comptabilité bancaire, Etats financiers des banques, comptabilité des dépôts, des retraits, compensation, crédits, centres de changes, achats et ventes des devises, lettres de crédits, garanties.	محاسبة مصارف البيانات المالية في المصارف، محاسبة الايداعات والسحوبات، المقاصة، مراكز القطع، القروض، شراء وبيع العملات، السندات، الاعتمادات المستندية، الضمانات
Cost Accounting, Analyzing and calculating costs, cost centers, breakeven point, budget, selling control.	Comptabilité analytique Calcul et analyse des coûts par la méthode du coût complet, la méthode fondée sur le coefficient d'équivalence, centres d'analyses, point mort, imputation rationnelle, élaboration des budgets, contrôle des ventes.	محاسبة تحليلية ١ و ٢ احتساب وتحليل الاعباء القابلة للتحميل، محتوى التكاليف، مراكز التحليل، احتساب التكاليف تبعا لمرحل الانتاج، وتبعا لاوامر الانتاج، وتبعا للتكلفة الكاملة، نقطة التعادل، الموازنة، والرقابة على المبيعات، الطرق التشديدية
Internal Audit, Audit procedure. International accounting standards, IAS ١, ٢, ١6, ٢3 International standards of auditing ISA ٢00, 300, 3١5, 500, 700	Audit interne, Méthodologie de contrôle. Normes comptables internationales, IAS ١, ٢, ١6, ٢3 Normes d'audit international ISA ٢00, 300, 3١5, 500 et 700	تدقيق داخلي، معايير التدقيق، مفاهيم الضبط معايير المحاسبة الدولية، المعايير IAS 3٢6, ١, ٢, ١ معايير التدقيق الدولية، ISA ٢00, 300, ٢



المواد المطلوبة لامتحان الدخول الى الماستر ٢ المهني والبحثي
للعام الدراسي ٢٠٢٦-٢٠٢٧
الاختصاص: التمويل

العربية	Francais	English
الميزانية الوظيفية	Bilan Fonctionnel	Functional balance sheet
نسب المديونية، النسب التشغيلية، النسب النقدية	Ratios de structure, de gestion, de liquidité	Financial leverage, activity ratios, liquidity ratios
الأرصدة الادارية الوسيطة	Soldes Intermédiaires de Gestion	Intermediary accounts
المفاضلة بين المشاريع (حالة التأكد وعدم التأكد)	Choix des investissements (univers certain et incertain) :	Projects evaluating methods (under certainty and uncertainty) :
- القيمة الحالية	- VAN	- NPV
- معدل المردود الداخلي	- TIR	- IRR
- مؤشر الربحية	- IP	- PI
- فترة الاسترداد	- DR	- Payback method
كلفة وهيكلية رأس المال	Cout et structure du capital	Cost of capital and capital structure
الأسواق المالية: أدوارها، أدواتها وعملها	Marchés financiers : roles, instruments et fonctionnement	Financial markets : roles, instruments and functioning
العمليات المصرفية: أنواع الحسابات، الحوالات، الشيكات، القروض	Opérations bancaires : genres de comptes, transferts, chèque, crédits	Banking operations : Kinds of accounts, transfers, cheques, credits
تقييم الأسهم والسندات	Evaluation des actions et des obligations	Stocks and bonds evaluation
- الربحية والمخاطر	- Rentabilité et risques	- Revenue and risks
- القيمة، الحساسية والاستمرارية	- Valeur, sensibilité et duration	- Value, sensivity and duration
عقود الخيار والسواب والاجلة	Options, Swaps et contrats à terme	Options, Swaps and forward
ادارة الخزينة والقطع	Gestion de trésorerie et de change	Treasury and cash management

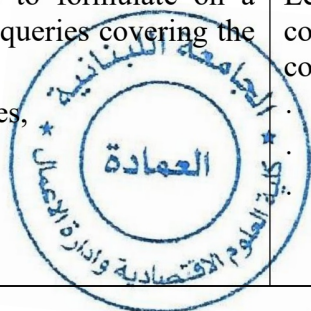




المواد المطلوبة لامتحان الدخول الى الماستر ٢ مهني
للعام الدراسي ٢٠٢٦-٢٠٢٧
الاختصاص: المعلوماتية الادارية

Page ١/٢

Algorithms and Data Structure	Algorithmiques et structures de données
The candidate should be able to write an algorithm, using the pseudo code or any programming language, covering the following knowledge: - Structures of controls, - Loops and Iterations, - Subroutine (procedures, functions), - Arrays, - Linked List	Le candidat doit être capable d'écrire un algorithme, en pseudo code ou avec un langage de programmation, couvrant les connaissances suivants : - Structures de contrôles. - Boucles et itérations. - Sous-programme (procédure, fonction). - Tableau. - Liste linéaire chaînée.
Object Oriented Programming The candidate should be able to implement an object oriented application, using an object oriented programming language like C++, Java, C#... with knowledge about the following concepts - Classes and Objects, - Inheritance, - Polymorphism	Programmation orientée objet Le candidat doit être capable d'implémenter une application orientée objet, avec un langage orienté objet tels que C++, Java, C#, couvrant les connaissances et les notions suivantes : - Classe, objet. - Héritage. - Polymorphisme.
Systems Analysis and Design The candidate should be able to - Design a Data Conceptual Model (DCM), or a classes Diagram for a given system. - Map a DCM or the classes diagram into a relational Data Logical Model (DLM).	Méthodologies d'analyse, de modélisation et de conception Le candidat doit être capable de : - Concevoir un Modèle Conceptuel de Données (MCD), ou un diagramme des Classes, pour un cas donné. - Traduire un MCD ou un Diagramme des Classes en Modèle Logique de Données (MLD) relationnel.
Databases The candidate should be able to formulate on a conceptual schema of the SQL queries covering the following knowledge: - Creating and deleting queries, - Select queries, - Updating queries.	Bases de données Le candidat doit être capable de formuler sur un schéma conceptuel des requêtes en SQL couvrant les connaissances suivantes : - Requêtes de création, de suppression. - Requêtes d'interrogation. - Requêtes de mise à jour.



Networks and Systems

The candidate must have basic knowledge covering the following points

- Networking:
- OSI model, 7 layers
- TCP/IP protocols
- IP Addressing
- Sub-netting

Web Development

The candidate should have basic knowledge covering the following points (ASP, PHP, Python, Perl):

Web development: Client Side:

- HTML: basic concepts
- Arrays
- Forms
- Script

Web development: Server Side:

- Get / Post Methods.
- Files.
- Connecting to Database.
- Data Manipulation and SQL queries

Advanced Database

The candidate should be able to write PL/SQL covering the following knowledge:

- SQL,
- Procedure, functions and trigger,
- Curser

Réseaux et systèmes

Le candidat doit avoir des connaissances de bases couvrant les points suivants :

- *Parties réseaux :*
- Modèle OSI, 7 couches.
- Protocoles du TCP/IP.
- Adressage IP.
- Subnetting.

Développement Web

Le candidat doit avoir des connaissances de bases couvrant les points suivants (ASP, PHP, Python, Perl) :

- *Développement Web : côté client :*
- Concepts de bases du HTML.
- Tableau.
- Formulaire.
- Script
- *Développement Web : côté serveur :*
- Méthodes Get / Post.
- Connexion à la base de données.
- Manipulation des données et requêtes SQL.

Base de donnée avancée

Le candidat doit être capable d'écrire des programmes en PL/SQL couvrant les connaissances suivantes :

- SQL
- Procédures, fonctions, trigger
- Curseur





المواد المطلوبة لامتحان الدخول الى الماستر ٢ المهني والبحثي
للعام الدراسي ٢٠٢٦-٢٠٢٧
الاختصاص: إدارة

Page ١/٢

Principes de Management - Principles of Management

Les métiers du manager	Managers and Management
L'analyse de l'environnement	The management environment
La planification	Foundations of Planning
Les structures organisationnelles	Organizational Structure and Design
La motivation	Motivating employees
Le leadership	Leadership (without Trust)
Les bases du contrôle	Foundations of Control

Gestion des Ressources Humaines - Human Resource Management

L'essor de la GRH : Définition, objectifs, rôles et activités	Human Resource Management: Definition, objectives, role and functions
L'analyse des postes	Job analysis
Le recrutement	Recruitment
La sélection	Selection
La formation et le développement	Training and development
L'évaluation du rendement	Performance appraisal
La rémunération	Compensation

Comportement organisationnel - Organizational Behavior

Le comportement organisationnel : définition, défis, modèle contingent du CO	Organizational Behavior: definition, challenges, OB Model
La diversité dans les organisations	Diversity in organizations
Les attitudes et la satisfaction professionnelle	Attitudes and job satisfaction
La personnalité et les valeurs	Personality and values
La perception et la prise de décision	Perception and individual decision making
Les émotions	Emotions and moods
Le comportement de groupe	Foundations of group behavior

Management Stratégique - Strategic Management

Introduction à la stratégie	Introducing Strategy
Le macro-environnement et l'Industrie	Macro-environment Analysis and Industry & Sector Analysis
La capacité stratégique : Les fondements de la capacité stratégique : les ressources et les compétences ; Définition des capacités dynamiques ; Les capacités seuils et les capacités distinctives ; Le VRIO de la capacité stratégique ; Le diagnostic de la capacité stratégique : l'étalement, la chaîne de valeur et la filière, les matrices SWOT/TOWS.	Resources and Capabilities : Foundations of Resources and Capabilities: Resources and Capabilities, Threshold and distinctive resources and capabilities; Distinctive Resources and Capabilities as a basis of Competitive Advantage: VRIO; Diagnosing Resources and Capabilities: VRIO analysis, the value chain and value system; Benchmarking; SWOT and TOWS; Dynamic capabilities.

Les stratégies par domaine d'activité : Les stratégies génériques : stratégies de prix, de différenciation et de focalisation ; l'horloge stratégique : zones de sophistication, d'épuration, hybride, non viable ; le verrouillage du marché.	Business Strategy: Generic Competitive Strategies: Cost leadership strategy; Differentiation strategy; Focus Strategy, Hybrid Strategy; The Strategy Clock.
La diversification et la gestion d'un portefeuille d'activité : Les orientations stratégiques : la matrice d'Ansoff ; La diversification et la performance ; L'intégration verticale : intégration vers l'amont et l'aval ; intégrer ou externaliser ; es matrices de gestion de portefeuille : la matrice BCG.	Corporate Strategy and Diversification: Strategy Directions: Market penetration, Product development, Market Development, Conglomerate Diversification; Vertical Integration: Forward and Backward Integration, to integrate or to Outsource; The BCG matrix.
Fusions et acquisitions, alliances et partenariats : La croissance interne ; Les types de fusions et acquisitions ; Les motivations des fusions et acquisitions : stratégiques, financières et managériales	Mergers, Acquisitions and Alliances: Organic Development; Mergers and Acquisitions: Types of M&A, Timing of M&A; Motives for M&A (Strategic, Financial and Managerial).





المواد المطلوبة لامتحان الدخول الى الماستر ٢ المهني والبحثي
للعام الدراسي ٢٠٢٦-٢٠٢٧
الاختصاص: تسويق

١. Marketing Management - Marketing in Today's World - Building Long-Term Customer Loyalty - Market Segmentation - Defining Brand Positioning - Developing Brand Equity - Conducting Market Research and Forecasting Demand - Delivering Customer Value for Satisfaction and Loyalty - Understanding Consumer Behavior - Defining Product Strategy - Designing and Managing Distribution Channels - Designing and Implementing an Integrated Marketing Communication Strategy ٢. International Marketing - The International Environment - Studying Foreign Markets - Challenges Faced by the International Marketing Manager - Stages of the International Marketing Approach - Selecting Target International Markets - Product, Brand, and Pricing Strategies in International Markets - Entering International Markets: International Distribution and Communication 3. Brand Strategies - Creating Brand Identity and Managing a Brand	١. Marketing management - Le Marketing aujourd'hui - Fidéliser le client sur le long terme - Segmenter le marché - Définir le positionnement - Développer le capital de la marque - Réaliser des études de marché et prévoir la demande - Satisfaire et fidéliser le client grâce à la valeur - Comprendre le comportement des consommateurs - Définir la politique de produit - Concevoir et animer les canaux de distribution - Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de communication intégrée ٢. Marketing international - L'environnement international - L'étude des marchés étrangers - Les défis relevés par le responsable du marketing international - Les étapes de la démarche marketing international - Le choix des marchés cibles - Le produit, la marque et le prix à l'international. - Pénétrer les marchés internationaux : Distribution et communication à l'international 3. Stratégies de marque - Comment créer l'identité de la marque et gérer une marque - Les stratégies de marques - La valeur de marque fondée sur le	١. إدارة التسويق - التسويق في عالم اليوم - بناء ولاء طويل الأمد للعملاء - تجزئة السوق - تحديد تموضع العلامة التجارية - تطوير رأس مال العلامة التجارية - إجراء بحوث السوق وتوقع الطلب - تقديم القيمة للعميل لتحقيق الرضا والولاء - فهم سلوك المستهلك - تحديد استراتيجية المنتج - تصميم وإدارة قنوات التوزيع - تصميم وتنفيذ استراتيجية تواصل تسويقي متكاملة ٢. التسويق الدولي - البيئة الدولية - دراسة الأسواق الأجنبية - التحديات التي يواجهها مدير التسويق الدولي - مراحل المنهج التسويقي الدولي - اختيار الأسواق المستهدفة دولياً - المنتج، العلامة التجارية والتسعير في الأسواق الدولية - دخول الأسواق الدولية: التوزيع والتواصل الدولي ٣. استراتيجيات العلامة التجارية - كيفية إنشاء هوية العلامة التجارية وإدارتها - استراتيجيات العلامة التجارية - قيمة العلامة التجارية المبنية على العميل وتموضع العلامة - اختيار عناصر العلامة لبناء القيمة - دمج الاتصالات التسويقية لبناء
---	---	---

• Brand Strategy Development • Customer-Based Brand Equity and Brand Positioning • Choosing Brand Elements to Build Brand Equity • Integrating Marketing Communications to Build Brand Equity 4. New Product Development • Launching a New Product • Time as a Key Success Factor in New Product Launches • Consumer Reactions to Innovative Products ◦ Adoption of Innovation ◦ Diffusion of Innovations • The Innovation Process • Stages of the Innovation Process in Marketing • The Consumer Adoption Process	client et le positionnement de la marque • Le choix des éléments de marque pour construire la valeur de marque • L'intégration des communications marketing pour construire la valeur de marque 4. Développement de nouveaux produits • Le lancement du nouveau produit • Le temps, facteur-clé dans le lancement de nouveaux produits • Les consommateurs face aux produits Innovants ◦ L'adoption d'une innovation ◦ La diffusion des innovations • Le processus d'innovation • Les étapes du processus d'innovation en marketing • Le processus d'adoption par le consommateur	قيمة العلامة ٤. تطوير المنتجات الجديدة • إطلاق منتج جديد • الوقت كعامل حاسم في نجاح إطلاق المنتجات الجديدة • تفاعل المستهلكين مع المنتجات المبتكرة ◦ تبني الابتكار ◦ انتشار الابتكارات • عملية الابتكار • مراحل عملية الابتكار في التسويق • عملية تبني المستهلك للابتكار
--	--	--

