Offre de formation doctorale en Sciences Commerciales « Marketing »

1) Aperçu du programme

L'intégration de l'intelligence artificielle s'impose aujourd'hui comme un levier stratégique dans le domaine du marketing. Elle offre de nouvelles perspectives pour l'analyse des données, l'optimisation des décisions managériales et la compréhension des comportements organisationnels, notamment en marketing. Elle facilite aussi la recherche académique et aide à mieux comprendre les dynamiques du marché et du monde des affaires.

2) Points forts du programme

Ce programme doctoral en marketing offre une approche novatrice pour analyser les comportements consommateurs et anticiper les tendances du marché. En intégrant les aspects de l'intelligence artificielle, il permet aux doctorants de développer des stratégies marketing personnalisées basées sur l'analyse prédictive et les données massives. Ce programme encourage également une réflexion critique sur les modèles économiques actuels.

3) Cours de base

Dans le cadre de cette formation doctorale, les cours de base comprennent l'usage des TIC, la veille documentaire et la recherche bibliographique. Les doctorants suivent également des cours de langue anglaise et de philosophie, accompagnés d'une formation en méthodologie de la recherche. Des modules sur le management de l'innovation et de l'entrepreneuriat, ainsi que sur le branding territorial, complètent ce socle de formation.

4) Sujets avancés

Le programme doctoral aborde des sujets avancés comme le marketing digital, l'intelligence artificielle et le design thinking appliqués à l'innovation marketing. Il traite aussi du branding territorial pour renforcer l'image des territoires. Des modules sur la veille stratégique, la business intelligence et les SIM/CRM enrichissent l'approche analytique. Le marketing durable et l'éthique des données y occupent également une place centrale. L'ensemble vise à former des chercheurs capables d'analyser les enjeux complexes du marketing contemporain.

5) Programme complet

Activités	Semestre 1	Semestre 2
Présentation de la formation doctorale	6h	-
Cours Usage des TIC	TIC 1 (9 heures)	TIC 2 (9 heures)
Veille documentaire et recherche bibliographique	6h	-
Cours en recherche documentaire	(L'intérêt de la didactique dans la recherche scientifique)	Recherche documentaire (20 heures)
Langue Anglaise	Anglais Niveau 1 (30 heures)	Anglais Niveau 2 (30 heures)
Philosophie	12h	-
Méthodologie de la recherche	-	Méthodologie de la recherche 2 (9 heures)
Management de l'innovation et entrepreneuriat	9h	-
Cours de renforcement de spécialité	Marketing digitital (18 heures)	Branding territorial (18 heures)
	Innovation et design thinking appliqués au marketing (18 heures)	Systèmes de veille / business intelligence (18 heures)
	Marketing durable et éthique (18 heures)	SIM et CRM (18 heures)
Conférences liées à la formation doctorale	Startups et marketing vert : innover durablement pour attirer le consommateur responsable	La résolution du marketing par l'intelligence artificielle et innovations : horizons et perspectives

عرض البرنامج الدكتورالي في العلوم التجارية التسويق""

1- نظرة عامة عن البرنامج

يعتبر دمج الذكاء الاصطناعي اليوم عنصرًا استراتيجيًا في مجال التسويق. حيث يقدم آفاقًا جديدة لتحليل البيانات، وتحسين اتخاذ القرارات الإدارية، وفهم سلوكيات المنظمات، لا سيما في التسويق. كما يسهل البحث الأكاديمي ويساعد على فهم ديناميكيات السوق وعالم الأعمال بشكل أفضل.

2- نقاط القوة في البرنامج

يوفر هذا البرنامج نهجًا مبتكرًا لتحليل سلوكيات المستهلكين والتنبؤ باتجاهات السوق. من خلال دمج جوانب الذكاء الاصطناعي، يمكّن البرنامج الطلاب من تطوير استراتيجيات تسويقية مخصصة تعتمد على التحليل التنبؤي والبيانات الضخمة. كما يشجع البرنامج على التفكير النقدي بشأن النماذج الاقتصادية الحالية.

3- الدورات الأساسية

في إطار هذا البرنامج الدكتورالي، تشمل الدورات الأساسية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ورصد الوثائق، والبحث البليوغرافي. كما يتابع الطلاب أيضًا دورات في اللغة الإنجليزية والفلسفة، بالإضافة إلى تدريب في منهجية البحث. وتشمل هذه الدورات وحدات دراسية في إدارة الابتكار وريادة الأعمال، بالإضافة إلى التسويق الإقليمي.

4- المواضيع المتقدمة

يتناول البرنامج الدكتورالي مواضيع متقدمة مثل التسويق الرقمي، والذكاء الاصطناعي، والتفكير التصميمي المطبق على الابتكار في التسويق. كما يناقش أيضًا التسويق الإقليمي لتعزيز صورة المناطق. وتساهم وحدات دراسية في المراقبة الاستراتيجية، وذكاء الأعمال، وأنظمة معلومات التسويق (SIM) وإدارة علاقات العملاء (CRM) في إثراء النهج التحليلي. كما يحظى التسويق المستدام وأخلاقيات البيانات بأهمية كبيرة في البرنامج. يهدف البرنامج بشكل عام إلى تكوين باحثين قادرين على تحليل القضايا المعقدة في التسويق المعاصر.

5- البرنامج

الأنشطة	الفصل الدراسي 2	الفصل الدراسي 2
عرض البرنامج الدكتورالي	-	-
دورة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC)	TIC 2 (9 ساعات)	TIC 2 (9 ساعات)
رصد الوثائق والبحث الببليوغرافي	-	-
دورة في البحث الوثائقي	بحث وثائقي (20 ساعة)	بحث وثائقي (20 ساعة)
اللغة الإنجليزية	إنجليزي مستوى 2 (30 ساعة)	إنجليزي مستوى 2 (30 ساعة)
الفلسفة	-	-
منهجية البحث	منهجية البحث 2 (9 ساعات)	منهجية البحث 2 (9 ساعات)
إدارة الابتكار وريادة الأعمال	-	-
دورة تعزيز التخصص	تسويق إقليمي (18 ساعة)	تسويق إقليمي (18 ساعة)
	ابتكار والتفكير التصميمي المطبق في التسويق (18 ساعة)	ابتكار والتفكير التصميمي المطبق في التسويق (18 ساعة)
	أنظمة الرصد / ذكاء الأعمال (18 ساعة)	أنظمة الرصد / ذكاء الأعمال (18 ساعة)
	تسويق مستدام وأخلاقيات (18 ساعة)	تسويق مستدام وأخلاقيات (18 ساعة)
	CRM و SIM (18 ساعة)	CRM و SIM (18 ساعة)
المؤتمرات المتعلقة بالبرنامج الدكتورالي	حل التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي والابتكارات: آفاق وآفاق المستقبل	حل التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي والابتكارات: آفاق وآفاق المستقبل

Doctoral Program Offer in Commercial Sciences
"Marketing"

1- Overview of the Program

The integration of artificial intelligence has become a strategic lever in the field of marketing. It offers new perspectives for data analysis, optimization of managerial decisions, and understanding organizational behaviors, particularly in marketing. It also facilitates academic research and helps in better understanding market dynamics and the business world.

2- Program Highlights

This doctoral program in marketing offers an innovative approach to analyzing consumer behavior and predicting market trends. By incorporating artificial intelligence, it enables doctoral students to develop personalized marketing strategies based on predictive analysis and big data. The program also encourages critical thinking on current economic models.

3- Core Courses

As part of this doctoral training, core courses include the use of ICT, documentary monitoring, and bibliographic research. Doctoral students also take courses in English language and philosophy, alongside training in research methodology. Modules on innovation management, entrepreneurship, and territorial branding complete this foundational training.

4- Advanced Topics

The doctoral program addresses advanced topics such as digital marketing, artificial intelligence, and design thinking applied to marketing innovation. It also covers territorial branding to strengthen the image of regions. Modules on strategic monitoring, business intelligence, and SIM/CRM enhance the analytical approach. Sustainable marketing and data ethics also occupy a central place. The overall goal is to train researchers capable of analyzing the complex challenges of contemporary marketing.

5- Program

Activities	Semester 1	Semester 2
Presentation of the Doctoral Program	6 hours	-
ICT Usage Course	ICT 1 (9 hours)	ICT 2 (9 hours)
Documentary Monitoring and Bibliographic Research	6 hours	
Course in Documentary Research	The importance of didactics in scientific research	Documentary Research (20 hours)
English Language	English Level 1 (30 hours)	English Level 2 (30 hours)
Philosophy	12 hours	
Research Methodology		Research Methodology 2 (9 hours)
Innovation Management and Entrepreneurship	9 hours	-
Specialization Reinforcement Course	Digital Marketing (18 hours)	Territorial Branding (18 hours)
	Innovation and Design Thinking Applied to Marketing (18 hours)	Strategic Monitoring / Business Intelligence (18 hours)
	Sustainable Marketing and Ethics (18 hours)	SIM and CRM (18 hours)
Conferences Related to the Doctoral Program	Startups and Green Marketing: Innovating Sustainably to Attract the Responsible Consumer	Solving Marketing with Artificial Intellig