

### 3LSMKG

	8h : 9h30	9h40 : 11h10	11h20 : 12h50	13h15 : 14h45	14h50 : 16h20	16h25 : 17h55
<b>Lun</b>		<u>9h40</u> <u>1h30</u> C, Etudes de cas en Marketing, BOUHLEL Olfa, A14	<u>11h20</u> <u>1h30</u> C, 12h50 Recherche marketing, BOUHLEL Olfa, A11		<u>14h50</u> <u>1h30</u> TD, 16h20 Marketing digital, BEN AMOR FOURAT, A11	
<b>Mar</b>	<u>8h</u> <u>1h30</u> C, Etudes de cas en Marketing, BOUHLEL Olfa, A14	<u>9h40</u> <u>1h30</u> C, 11h10 Recherche marketing, BOUHLEL Olfa, A14	<u>11h20</u> <u>1h30</u> C, Négoci- 12h50 ation et gestion des conflits, HALLEB Rim, A11	<u>13h15</u> <u>1h30</u> TD, 14h45 Recherche marketing, BEN FRAJ Marwa, A32	<u>14h50</u> <u>1h30</u> C, 16h20 Stratégie marketing, NEGRA Anissa, A12	
<b>Mer</b>	<u>8h</u> <u>1h30</u> TD, 9h30 Ethique du marketing et responsabilité sociétale de l'entreprise, MATH- LOUTHI Kaouther, E2	<u>9h40</u> <u>1h30</u> C, 11h10 Ethique du marketing et responsabilité sociétale de l'entreprise, MATH- LOUTHI Kaouther, NVS2	<u>11h20</u> <u>1h30</u> C, Gestion 12h50 des prix et des produits, BESBES ALIA, D22			
<b>Jeu</b>	<u>8h</u> <u>1h30</u> C, 9h30 Marketing digital, MINYAQUI Mah- moud, NVS1	<u>9h40</u> <u>1h30</u> C, 11h10 Marketing digital, MINYAQUI Mah- moud, NVS1	<u>11h20</u> <u>1h30</u> C, Anal- 12h50 yse du comportement du consommateur, BOUGUERRA Asma, C33	<u>13h15</u> <u>1h30</u> C, Anglais 14h45 v. FERJANI Hela, E8		<u>16h25</u> <u>1h30</u> TD, 17h55 Stratégie marketing, BEN AMOR FOURAT, B12
<b>Ven</b>	<u>8h</u> <u>1h30</u> C, 9h30 Ethique du marketing et responsabilité sociétale de l'entreprise, MATH- LOUTHI Kaouther, A12	<u>9h40</u> <u>1h30</u> TD, 11h10 Analyse du comporte- ment du consommateur, MBAREK SANA, B22	<u>11h20</u> <u>1h30</u> C, Anal- 12h50 yse du comportement du consommateur, BOUGUERRA Asma, GS3	<u>13h15</u> <u>1h30</u> TD, 14h45 Gestion des prix et des produits, BEN MBAREK SANA, D21		
<b>Sam</b>						