

Université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et
des Sciences de Gestion

Filière : Sciences Commerciales

Spécialité :

Licence :

Marketing



Année Universitaire : 2016/2017

1- Présentation et Objectifs :

a- Présentation de la spécialité :

Le marketing est une spécialité des sciences commerciales lancée en 2015. Elle englobe des matières relevant des domaines stratégique et opérationnel du marketing. La formation s'étale sur deux semestres complémentaires assurée par un encadrement de qualité. Elle est ouverte à tous les étudiants de la filière sciences commerciales et permet l'accès aux masters qui existent au sein de la filière et à d'autres masters avoisinants.

A la fin de la formation, l'étudiant aura un diplôme de licence qui va lui permettre d'être employable dans des postes relevant de la fonction commerciale qui existent au sein des entreprises industrielles ou commerciales. Le diplôme lui permet également de participer aux concours d'accès aux différents masters en rapport avec la spécialité.

b- Objectifs de la spécialité :

- Former des futurs responsables marketing et commerciaux.
- A partir d'une analyse de marché et en fonction des objectifs de l'entreprise, pouvoir proposer une définition d'un produit, concevoir les plans d'action commerciale.

- Suivre l'évolution commerciales de la gamme et assister la force de vente.

2- Conditions d'accès :

Tous les étudiants admis de la 2^{ème} année sciences commerciales.

3- Contenu du programme de formation :

Tableau 1

Unités d'enseignement	VHS	Coef	Crédit
UE FONDAMENTALES			
Gestion de l'entreprise	45	2	6
Macroéconomie 1	45	2	6
Comptabilité analytique	45	2	5
UE METHODOLOGIQUES			
Statistiques 3	45	2	3
Mathématiques de l'entreprise	45	2	3
Méthodologie 2	22.5	1	1
UE DECOUVERTES			
Économie monétaire et marchés des capitaux	45	2	4

Informatique 2	22.5	2	1
UE TRANSVERSALES			
Langue étrangère 3	22.5	1	1
Total	337.5	16	30

Tableau 2

Unités d'enseignement	VHS	Coeff	Crédits
	15		
UE FONDAMENTALES			
Economie de l'entreprise	45	2	6
Macroéconomie 2	45	2	6
Finance publique	22.5	1	4
UE METHODOLOGIQUES			
Marketing	45	2	5
Mathématiques financières	45	2	5
UE DECOUVERTES			
Informatique 3	45	2	3
UE TRANSVERSALES			
Corruption et déontologie de travail	22.5	1	1

Total	270	12	30
-------	-----	----	----

Tableau 3

Unité d'Enseignement	VHS	Coeff	Crédits
	15 sem		
UE fondamentales			
Système d'information marketing	120	2	5
Recherche marketing	120	2	5
Comportement du consommateur	97.30	2	4
Communication	97.30	2	4
UE méthodologie			
Etude de cas marketing	75	1	4
Marketing des services	75	1	4
UE transversales			
Langue étrangère 4	75	1	4
Total Semestre 5	660 H	11	30

Tableau 4

Unité d'Enseignement	VHS	Coeff	Crédits
	15 sem		
UE fondamentales			
Marketing stratégique	135	2	6
Marketing international	135	2	6
Marketing électronique	135	2	6
UE méthodologie			
Rapport de stage	90	1	4
Audit marketing	75	1	4
UE découverte			
Introduction au Marketing bancaire	67.30	1	4
Total Semestre 6	637h30	9	30

4- Compétences visées :

- Savoir mener une étude marketing opérationnelle,
- Maîtriser la mise en œuvre du plan marketing et savoir analyser les résultats,
- Mettre en œuvre une stratégie marketing,
- Maîtriser le marketing international et les spécificités de ses marchés,
- Maîtriser la démarche marketing dans l'environnement du B to B,
- Maîtriser les spécificités du marketing des services et de la mercatique bancaire.

5- Débouchés :

- a- Continuité des études :
- Master marketing des services
 - Master management marketing
 - Management stratégique des organisations
 - Marketing hôtelier et tourisme

b- Employabilité :

- Cadres commerciaux,
- Gestionnaires d'un réseau de distribution,
- Chargés de la communication,
- Gestionnaires de la force de vente.

6- Contacts :

Téléphone de Faculté :

.....

Téléphone de Département :

.....

Mail du responsable de la spécialité :