



Fiche d'identité de la formation

Domaine : sciences économiques, de gestion et commerciale

Filière : sciences commerciale

Spécialité : marketing

Cycle : licence

Type: Académique

Structure de rattachement: Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion-Département des sciences commerciales et de gestion

1. Cadre de formation

Cette formation entre dans le cadre des offres nationales du domaine de sciences économiques, de gestion et commerciale et pour assurer une formation qualitative, La Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion dispose d'un personnel enseignant spécialisé de tous les grades scientifiques, capable de répondre aux exigences de la formation, ainsi que d'une bibliothèque contenant une collection riche et diversifiée de livres et de références, qui fournira le matériel scientifique nécessaire dans tous les domaines de spécialisation. La Faculté comprend également toutes les installations et structures qui peuvent créer une atmosphère propice à l'étude et à la recherche.

2. Conditions d'entrée

les séries du baccalauréat par ordre du priorité :

- Première priorité Gestion et économie
- Deuxième priorité Mathématique
- Troisième priorité Techniques mathématique –sciences expérimentales

3. Objectifs de la formation

Le Baccalauréat en sciences commerciales se spécialise en : Marketing vise à former des étudiants spécialisés dans divers métiers et technologies liés à la promotion d'un produit ou d'un service, notamment ceux liés aux échanges électroniques de toutes sortes, à la sensibilisation au comportement du consommateur et à la manière de négocier et de communiquer avec les fournisseurs.

Cette formation contribue également à enrichir le rôle positif de l'étudiant, ainsi qu'à :

- Diffuser la culture et les connaissances grâce à la connaissance de diverses méthodes et techniques de marketing

- Connaître les articles de loi visant à protéger le consommateur ou à réglementer la concurrence.
- Comment commercialiser le produit en dehors des frontières

4. Qualifications et capacités cibles

La spécialisation vise à :

- Fournir aux secteurs publics et privés du personnel qualifié parmi les cadres supérieurs spécialisés dans le marketing.
- Développer les compétences en marketing des étudiants inscrits, en mettant l'accent sur les fondements théoriques et les méthodes modernes appliquées dans le domaine du marketing.
- Approfondir le parcours académique pour ceux qui souhaitent poursuivre des études de troisième cycle.
- Améliorer les compétences qui permettent à l'étudiant d'aider à la prise de décisions visant le développement.
- Ouverture pour les étudiants des opportunités de progression académique pour les études de master

5. Capacités régionales et nationales pour l'employabilité

Les diplômés de cette spécialisation ont de nombreuses opportunités de travailler dans des institutions de production et de service, des banques, des sociétés de e-marketing, des universités, en conjonction avec les compétences académiques que l'étudiant possédera, qui varient entre la mesure analytique descriptive et quantitative des normes scolaires.

La possibilité d'emploi reste importante, en particulier dans le cadre des lois sur le travail ou dans le cadre du travail indépendant, compte tenu de la diversité des capacités régionales de la région, car elle présente des opportunités pour promouvoir le tourisme, encourager l'agriculture et développer l'industrie.

6. Passages à d'autres disciplines

L'étudiant peut se spécialiser dans :

- | | |
|-----------------------------|-----------------------|
| - Marketing Santé et Pharma | - Recherche Marketing |
| - Marketing vert | - E-Marketing |

6. Organisation de l'enseignement en six semestres

Le premier semestre

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire			
	14-16 sem.	C	TD	TP	Autres
UE fondamentales					
Introduction à l'économie 1	45h00	1h30	1h30		
Micro-économie 1	45h00	1h30	1h30		
Histoire des faits économiques	45h00	1h30	1h30		
Comptabilité financière 1	45h00	1h30	1h30		
UE Méthodologies					
Statistique 1	45h00	1h30	1h30		
Mathématique 1	45h00	1h30	1h30		
Méthodologie de la recherche 1	22.5h00	1h30			
U E de découverte					
Introduction au droit	22.5h00	1h30			
Introduction à la sociologie	22.5h00	1h30			
UE transversales					
Langue étrangère	22.5h00		1h30		
Total semestre 1	360h00	13h30	10h30		

Le deuxième semestre

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire			
	14-16 sem.	C	TD	TP	Autres
UE fondamentales					
Introduction au management	45h00	1h30	1h30		
Micro-économie 2	45h00	1h30	1h30		
Comptabilité financière 2	45h00	1h30	1h30		
UE Méthodologies					
Statistique 2	45h00	1h30	1h30		
Mathématique 2	45h00	1h30	1h30		
informatique	22.5h00	1h30			
U E de découverte					
Introduction au droit commerciale	22.5h00	1h30			
Introduction à la sociologie des organisations	22.5h00	1h30			
UE transversales					
Langue étrangère 2	22.5h00		1h30		
Total semestre 2	360h00	13h30	10h30		

Troisième semestre

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire			
	14-16 sem.	C	TD	TP	Autres
UE fondamentales					
Gestion d'entreprise	45h00	1h30	1h30		75h00
Macro économie1	45h00	1h30	1h30		75h00
Comptabilité analytique	45h00	1h30	1h30		55h00
UE Méthodologies					
Statistique 3	45h00	1h30	1h30		30h00
Mathématique financière	45h00	1h30	1h30		30h00
Méthodologie 2	22h30	1h30	1h30		02h30
UE transversales					
Anglais 3	22h00	1h30			02h30
U E de découverte					
Economie monétaire et marché des capitaux	45h00	1h30	1h30		55h00
Informatique 3	22h30	1h30		1h30	02h30
total	337h30	10h30	10h30	1h30	327h30

Quatrième semestre

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire			
	14-16 sem.	C	TD	TP	Autres
UE fondamentales					
Gestion d'entreprise	45h00	1h30	1h30		75h00
Macro économie2	45h00	1h30	1h30		75h00
Finance budgétaire	22h30	1h30			57h30
UE Méthodologies					
marketing	45h00	1h30	1h30		55h00
Mathématique financière	45h00	1h30	1h30		80h00
UE transversales					
Déontologie et lutte cotre la corruption	22h30	1h30			02h30
U E de découverte					
Informatique 3	22h30	1h30			02h30
total	270h00	10h30	06h00	1h30	270h00

cinquième semestre

Unité d'enseignement	Heures semestrielles	<i>Heures Hebdomadaires</i>			
	15 semaines	Cours	Travaux Dirigés	Travaux Pratiques	Autres
Unités d'enseignement fondamental	/	/	/		/
Systèmes de Marketing informatique	120 h	1.30 h	1.30 h		05 h
Étude de marché	120 h	1.30 h	1.30 h		05 h
Comportement du consommateur	120 h	1.30 h	1.30 h		03.30 h
Unités d'enseignement méthodologique					
Services de commercialisation	100 h	1.30 h	1.30 h		404 h
Connections	80 h	1.30 h			05.30 h
Unités d'apprentissage exploratoires	/	/	/		/
Loi de protection du consommateur	45 h	1.30 h			01.30 h
Unité d'enseignement horizontale	/		/		/
Langue étrangère	22.30 h	-	1.30 h		-
Total du semestre	607 h 30	09 h	7.30 h	/	24 h 30

sixième semestre

Teaching unit	Semester hours	weekly hours			
	14-16 weeks	lecture	tutorials	practical courses	other
Unités d'enseignement fondamental	/	/	/		/
Marketing stratégique	120 h	1.30 h	1.30 h		06 h
Marketing International	120 h	1.30 h	1.30 h		06 h
Marketing Electronique	120 h	1.30 h	1.30 h		06 h
Unités d'enseignement méthodologique			/		/
Analyse de base des données	120 h	1.30 h	1.30 h	1.30h	03 h
Rapport de stage	90 h	1.30 h	-		06h
Unités d'apprentissage exploratoires	/	/	/		/
Loi de la concurrence	45 h	1.30 h	1.30 h		01.30h
Unité d'enseignement horizontale	/		/		
Langue étrangère	22.30 h	-	-		
Total du semestre	637 h 30	09 h	7.30 h	1.30 h	27 h

Méthode d'évaluation

Surveillance continue avec l'inclusion d'un examen final

Langue d'enseignement

Langue Arabe