

Spécialité marketing

1. Aperçu du programme

La spécialité marketing forme des professionnels capables de mettre en œuvre des stratégies marketing et des plans d'actions marketing. Elle prépare les étudiants à une insertion rapide sur le marché du travail dans les domaines du marketing, du commerce local et international, ainsi que du management et du digital

2. Points forts du programme

- **Marché de l'emploi dynamique** : Le secteur du marketing est très actif.
- **Discipline transversale** : Intègre divers aspects du commerce.
- **Métiers d'avenir** : Le digital est un domaine en pleine croissance.
- **Formation entrepreneuriale** : Encourage la création d'entreprise.
- **Freelance** : Possibilités de travail indépendant

3. Cours de base

Les cours de base incluent :

- **Marketing stratégique** : Élaboration de stratégies marketing.
- **Marketing digital** : Utilisation des réseaux sociaux pour le marketing.
- **Marketing international** : Comprendre les marchés internationaux.
- **UE méthodologie** : Approches méthodologiques en marketing.
- **Communication en marketing** : Techniques de communication marketing.
- **Négociation commerciale** : Compétences en négociation.
- **UE découverte** : Introduction aux concepts marketing.
- **Entreprenariat** : Principes de création d'entreprise.

4. Sujets avancés

Les sujets avancés incluent :

- Le marketing d'influence : vers une nouvelle forme de communication authentique
- L'intelligence artificielle au service du marketing
- Le marketing durable
- L'expérience client au cœur de la stratégie marketing
- Le contenu généré par les utilisateurs : un levier puissant pour les marques

5. Programme complet

Le programme complet inclut 3 semestres, avec un stage de six mois et l'élaboration d'un mémoire de fin d'études au semestre 6. Les semestres précédents couvrent une variété de cours en marketing, gestion et développement personnel

Second cycle (4^{ème} années)

Semestre 03

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-16 sem	C	TD	TP	Autres			Continu	Examen
UE fondamentales									
Marketing des services	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Comportement du consommateur	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Système d'information marketing	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
UE méthodologie									

Politiques du produit	112.5	1.5	1.5		67.5	02	05	X	X
Système de distributions	90	1.5	1.5		45	02	04	X	X
UE découverte									
Rédaction administrative	22.5		1.5		22.5	01	01		
UE transversales									
Langue étrangère (Anglais des affaires 07)	22.5		1.5			01	01	X	X
Informatique de gestion (07)	22.5			1.5		01	01	X	X
Total Semestre	675						30		

Semestre 04 :

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-16 sem	C	TD	TP	Autres			Continu	Examen
UE fondamentales									
Marketing stratégique	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Marketing social	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Marketing international	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
UE méthodologie									
Communication en marketing	112.5	1.5	1.5		67.5	02	05	X	X
Négociation commerciale	90	1.5	1.5		45	02	04	X	X
UE découverte									
Entreprenariat	22.5		1.5		22.5	01	01		
UE transversales									
Langue étrangère (Anglais des affaires 08)	22.5		1.5			01	01	X	X
Informatique de gestion (08)	22.5			1.5		01	01	X	X
Total Semestre	675						30		

Semestre 05

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-16 sem	C	TD	TP	Autres			Continu	Examen
UE fondamentales									
Ethiques et marketing	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Politiques des prix	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Management de la relation avec le client (CRM)	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
UE méthodologie									
Marketing digital	112.5	1.5	1.5		67.5	02	05	X	X
La force de vente	90	1.5	1.5		45	02	04	X	X
UE découverte									
Méthodologie de recherche	22.5		1.5		22.5	01	01		
UE transversales									
Langue étrangère (Anglais des affaires 09)	22.5		1.5			01	01	X	X
Informatique de gestion (09)	22.5			1.5		01	01	X	X
Total Semestre	675						30		

Presentation of the Marketing Specialty

Prepared by Mrs. Khedim Amel Abi Ayad
(Head of the Marketing Specialty)

1. Program Overview

The Marketing specialization trains professionals capable of developing and implementing effective marketing strategies and action plans. It prepares students for a swift entry into the job market across various fields, including marketing, local and international trade, management, and digital business.

2. Program Highlights

- **Dynamic job market:** Marketing is a highly active and in-demand sector.
- **Cross-disciplinary field:** Integrates various aspects of business and commerce.
- **Future-oriented careers:** Digital marketing is a rapidly growing area.
- **Entrepreneurial focus:** Encourages business creation and startup development.
- **Freelance opportunities:** Opens the door to independent and self-employed careers.

3. Core Courses

The core curriculum includes:

- **Strategic Marketing:** Developing effective marketing strategies.
- **Digital Marketing:** Leveraging social media for marketing purposes.
- **International Marketing:** Understanding global market dynamics.
- **Marketing Methodology:** Methodological approaches in marketing analysis.
- **Marketing Communication:** Techniques for effective marketing communication.
- **Business Negotiation:** Key negotiation skills for commercial success.
- **Introductory Module:** Foundations of marketing concepts.
- **Entrepreneurship:** Principles of business creation and startup development.

4. Advanced Topics

- Advanced coursework includes: Influencer Marketing
- Artificial Intelligence in the Service of Personalized Marketing

- Sustainable Marketing
- Customer Experience at the Heart of Marketing Strategy
- User-Generated Content: A Powerful Tool for Brands

5. Full Program Structure

The full program spans three semesters and includes a six-month internship, along with the completion of a final thesis during the sixth semester. The earlier semesters cover a wide range of courses in marketing, management, and personal development.

Second cycle (4^{ème} années)

Semester 3

Teaching Unit	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-16 sem	C	TD	TP	Autres			Continu	Examen
Core Unit									
Services Marketing	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Consumer Behavior	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Marketing Information Systems	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Methodology Unit									
Product Policy	112.5	1.5	1.5		67.5	02	05	X	X
Distribution Systems	90	1.5	1.5		45	02	04	X	X
Introductory Unit									
Administrative Writing	22.5		1.5		22.5	01	01		
Cross-disciplinary Unit									
Foreign Language (Business English)	22.5		1.5			01	01	X	X
Management Information Systems (MIS)	22.5			1.5		01	01	X	X

Total Semestre	675						30		
-----------------------	------------	--	--	--	--	--	-----------	--	--

Semester 4

Teaching Unit	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-16 sem	C	TD	TP	Autres			Continu	Examen
Core Unit									
Strategic Marketing	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Social Marketing	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
International Marketing	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Methodology Unit									
Marketing Communication	112.5	1.5	1.5		67.5	02	05	X	X
Business Negotiation	90	1.5	1.5		45	02	04	X	X
Introductory Unit									
Entrepreneurship	22.5		1.5		22.5	01	01		
Cross-disciplinary Unit									
Foreign Language (Business English)	22.5		1.5			01	01	X	X
Management Information Systems (MIS)	22.5			1.5		01	01	X	X
Total Semestre	675						30		

Semester 5

Teaching Unit	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-16 sem	C	TD	TP	Autres			Continu	Examen
Core Unit									
Ethics and Marketing	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Pricing Policies	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X
Customer Relationship Management (CRM)	135	1.5	1.5		90	02	06	X	X

Methodology Unit									
Digital Marketing	112.5	1.5	1.5		67.5	02	05	X	X
Sales Force	90	1.5	1.5		45	02	04	X	X
Introductory Unit									
Research Methodology	22.5		1.5		22.5	01	01		
Cross-disciplinary Unit									
Foreign Language (Business English)	22.5		1.5			01	01	X	X
Management Information Systems (MIS)	22.5			1.5		01	01	X	X
Total Semestre	675						30		

1. نظرة عامة على البرنامج

تُعدّ تخصص التسويق مهنيين قادرين على تنفيذ الاستراتيجيات والخطط التسويقية. ويهدف إلى تمكين الطلاب من الاندماج السريع في سوق العمل، سواء في مجالات التسويق، أو التجارة المحلية والدولية، أو الإدارة، أو المجال الرقمي.

2. نقاط القوة في البرنامج

- سوق عمل نشط: قطاع التسويق يشهد نشاطاً كبيراً وتنوعاً في الفرص.
- تخصص متعدد المجالات: يدمج بين مختلف جوانب التجارة.
- مهن المستقبل: المجال الرقمي في تطور مستمر ويشكل مستقبل سوق العمل.
- تكوين ريادي: يشجع على إنشاء المشاريع الخاصة وزيادة الأعمال.
- العمل الحر: يفتح آفاقاً واسعة للعمل كمستقل (Freelance).

3. المقررات الأساسية

تشمل المقررات الأساسية ما يلي:

- التسويق الاستراتيجي: تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة.
- التسويق الرقمي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج والتسويق.
- التسويق الدولي: فهم الأسواق العالمية ومتطلباتها.
- وحدة المنهجية: طرق وأدوات البحث والتحليل التسويقي.
- الاتصال التسويقي: تقنيات التواصل والإقناع في المجال التسويقي.
- التفاوض التجاري: اكتساب مهارات التفاوض والبيع.
- وحدة الاكتشاف: مقدمة للمفاهيم الأساسية في التسويق.
- ريادة الأعمال: مبادئ إنشاء وتطوير المشاريع الناشئة.

4. المواضيع المتقدمة

تشمل المواضيع المتقدمة ما يلي:

- التسويق عبر المؤثرين
- الذكاء الاصطناعي في خدمة التسويق
- التسويق المستدام
- تجربة العميل في صميم الإستراتيجية التسويقية

5. البرنامج الكامل

يتضمن البرنامج الكامل ثلاث فصول دراسية، ويُختتم بتدريب ميداني لمدة ستة أشهر، إضافة إلى إعداد مشروع تخرج (مذكرة بحث) في الفصل الدراسي السادس. أما الفصول السابقة فتغطي مجموعة واسعة من الدروس في التسويق، والإدارة، والتطوير الذاتي.

السادسي 3

الوحدة التعليمية
الوحدات الاساسية
تسويق الخدمات
سلوك المستهلك
نظام المعلومات التسويقية
الوحدة المنهجية
سياسة المنتج
نظام التوزيع
الوحدة الاستكشافية
التحرير الاداري
الوحدة العرضية
الانجليزية التجارية
الاعلام الالى الاداري

السادسي 4

الوحدة التعليمية
الوحدات الاساسية
التسويق الاستراتيجي

التسويق الاجتماعي
التسويق الدولي
الوحدة المنهجية
الاتصال التسويقي
التفاوض التجاري
الوحدة الاستكشافية
ريادة الأعمال
الوحدة العرضية
الانجليزية التجارية
الاعلام الالى الاداري

السداسي 5

الوحدة التعليمية
الوحدات الاساسية
الأخلاقيات والتسويق
سياسات التسعير
إدارة العلاقة مع الزبون
الوحدة المنهجية
التسويق الرقمي
القوة البيعية
الوحدة الاستكشافية
منهجية البحث
الوحدة العرضية
الانجليزية التجارية
الاعلام الالى الاداري