

Université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et  
des Sciences de Gestion

Filière : Sciences Commerciales



Spécialité :

Master :



Marketing



Marketing



Année Universitaire : 2023/2024

## 1- Présentation et Objectifs :

### a- Présentation de la spécialité :

Le marketing est une spécialité de Master des sciences commerciales. Elle propose des matières relevant des domaines stratégique et opérationnel du marketing. La formation s'étale sur trois semestres complémentaires assurée par un encadrement de qualité. Elle est ouverte à tous les étudiants de licence en sciences commerciales et à d'autres venant des spécialités avoisinantes des autres filières.

A la fin de la formation, l'étudiant aura un diplôme de Master 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 permettra également de participer aux concours d'accès au Doctorat.

### b- Objectifs de la spécialité :

L'objectif du Master Marketing est de faire acquérir aux étudiants un ensemble de connaissances et de pratiques nécessaires aux fonctions marketing :

- Concepts et théories du marketing
- Méthodes et outils marketing
- Compréhension de l'environnement de la fonction marketing
- apprendre à bâtir une stratégie et un plan marketing efficaces,
- Mettre en place et piloter un plan d'action basé sur des faits et des informations pertinentes,
- Perception critique des enjeux marketing et stratégiques d'une organisation, d'une entreprise, etc.

## 2- Conditions d'accès :

Tous les étudiants licenciés en sciences commerciales et les étudiants des spécialités avoisinantes d'autres filières.

## 1- Presentation and Objectives:

### a- Presentation of the specialty:

Marketing is a specialty of the Master of Commerce. It offers subjects relating to the strategic and operational areas of marketing. The training is spread over three additional semesters provided by quality supervision. It is open to all undergraduate students in commercial sciences and to others coming from neighboring specialties of other sectors.

At the end of the training, the student will have a Master's degree which will allow him to be employable in positions relating to the commercial function that exist within industrial or commercial companies. The diploma will also allow him to participate in the competitions for access to the Doctorate.

### b- Objectives of the specialty:

The objective of the Marketing Master is to provide students with a set of knowledge and practices necessary for marketing functions:

- Concepts and theories of marketing
- Marketing methods and tools
- Understanding of the marketing function environment
- learn how to build an effective marketing strategy and plan,
- Set up and manage an action plan based on facts and relevant information,
- Critical perception of the marketing and strategic issues of an organization, a company, etc.

## 2- Conditions of Access:

All students with a bachelor's degree in commercial sciences and students of neighboring specialties in other fields.

### 3- Contenu du programme de formation : Semestre 1

Unités d'enseignement	Intitulé des matières	Crédits	Coefficients
U E Fondamentale Code : UEF 1.1 Crédits : 18 Coefficients : 8	Analyse stratégique et concurrentielle	5	2
	Innovation et développement des produits	5	2
	Management des forces de vente	4	2
	Méthodes quantitatives en Marketing 1	4	2
U E Méthodologique Code : UEM 1.1 Crédits : 9 Coefficients: 4	Ethiques Marketing	5	2
	Communication et rédaction administrative	4	2
U E Découverte Code : UED 1.1 Crédits : 2 Coefficients: 2	Applications en Marketing Digital	2	2
U E Transversale Code : UET 1.1 Crédits : 1 Coefficients: 1	Langue étrangère spécialisée 1	1	1
<b>Total Semestre 1</b>		<b>30</b>	<b>15</b>

### Semestre 2

Unités d'enseignement	Intitulé des matières	Crédits	Coefficients
U E Fondamentale Code : UEF1.2 Crédits : 18 Coefficients : 8	Management de la Marque	5	2
	Management de la qualité	5	2
	Méthodes quantitatives en Marketing 2	4	2
	Management des Relations Clients	4	2
U E Méthodologique Code : UEM 1.2 Crédits : 9 Coefficients: 4	Marketing Islamique	5	2
	Méthodologie de préparation d'un mémoire de master	4	2
U E Découverte Code : UED 1.2 Crédits : 2 Coefficients: 2	Ingénierie et conception publicitaire	2	2
U E Transversale Code : UET 1.2 Crédits : 1 Coefficients: 1	Langue étrangère spécialisée 2	1	1
<b>Total Semestre 2</b>		<b>30</b>	<b>15</b>

### Semestre 3

Unités d'enseignement	Intitulé des matières	Crédits	Coefficients
U E Fondamentale Code : UEF 2.1 Crédits : 18 Coefficients : 9	Contrôle Marketing	6	3
	Marketing industriel	6	3
	Marketing des organisations non lucratives	6	3
U E Méthodologique Code : UEM 2.1 Crédits : 9 Coefficients: 4	Logiciels de statistiques 02	5	2
	Management de la chaîne logistique	4	2
U E Découverte Code : UED 2.1 Crédits : 2 Coefficients: 2	Droit des affaires	2	2
U E Transversale Code : UET 2.1 Crédits : 1 Coefficients: 1	Séminaire sur les tendances récentes du Marketing	1	1
<b>Total Semestre 3</b>		<b>30</b>	<b>16</b>

### Semestre 4

	VHS
Travail Personnel	30h/S
Etude pratique (Sous diverses formes, selon le sujet de mémoire)	03 h/S
Séminaires (Attestation de participation à un séminaire, une formation ou un stage en deuxième année de Master)	02h/S
Autre (déterminés selon le comité pédagogique de spécialisation)	05 h/S
<b>Total Semestre 4</b>	<b>600 h</b>

### 4- Compétences visées :

- A l'issue de cette formation, les diplômés peuvent prendre en charge différentes fonctions marketing autour des compétences suivantes :
- Capacité à analyser le marché afin de mettre en place la stratégie marketing.
  - Maîtriser les méthodes de segmentation et de ciblage.
  - Exploitation des bases de données marketing
  - Maîtrise des méthodes d'études marketing.
  - Capacité à définir un cahier des charges et une méthodologie d'études marketing et à gérer les relations avec les prestataires externes (cabinets de conseil) ;
  - Capacité à élaborer et mettre en œuvre un plan marketing.
  - Capacité à mettre en place et contrôler des actions marketing ciblées (plan de communication, plan promotionnel, marketing direct) ;
  - Assister l'équipe commerciale (préparation d'argumentaires, aide à la négociation) ;

- Capacité à mener des négociations commerciales sous diverses fonctions, y compris négociateur industriel ou acheteur.

### 5- Débouchés :

#### a- Continuité des études :

Doctorat 3<sup>ème</sup> cycle en sciences commerciales

#### b- Employabilité :

- Publicité et relations publiques (agences de publicité) ;
- Détaillants et grandes surfaces;
- Les sociétés de services financiers telles que les banques ou les assurances (BDR, BDL, BNA, SAA,...)
- Entreprises technologiques telles que les développeurs de logiciels (start-ups)
  - Les agences gouvernementales qui s'appuient sur des stratégies de communication efficaces pour résoudre efficacement les problèmes (ministères) ;
  - Les organisations non gouvernementales dans l'analyse du comportement du public cible ( sociétés de sondage).

### 6- Contacts :

Téléphone de Faculté :

**026.11.09.90**

Téléphone de Département :

**026 11 06 21**

Mail du responsable de la spécialité :

**abdellah.arab@ummto.dz**

**0663 41 22 51**