

**Domaine**  
**Filière**  
**Spécialité**  
**Diplôme**

**Sciences Economiques, de Gestion et Commerciale**  
**Sciences commerciales**

**Marketing: Techniques de vente et relation client**  
**Master Académique**

**Objectifs de la formation**

Former des cadres capables de maîtriser l'ensemble des fonctions relatives aux domaines du positionnement stratégique et de la gestion marketing d'un produit, d'un service ou d'un secteur économique.

**Profils et compétences visés**

- L'aptitude à resituer l'action marketing dans la politique générale de l'entreprise,
- L'aptitude à élaborer une stratégie de marketing en s'appuyant sur des études qualitatives et quantitatives de marché,
- L'aptitude à élaborer un plan marketing opérationnel dans un environnement dynamique et concurrentiel,
- L'étudiant peut aussi intégrer le secteur professionnel, à condition de faire un stage en entreprise et prépare un projet de fin d'étude dès le 3<sup>ème</sup> semestre soutenu en 4<sup>ème</sup> semestre.

**Potentialités régionales et nationales d'employabilité**

Permettre aux futurs étudiants d'avoir de grandes possibilités d'emplois dans:

- Les universités (Annaba, Guelma, Constantine, Skikda, Tebessa, Batna),
- Les centres universitaires (Souk-Ahras, El-Tarf, Khenchela, Oum el-Bouaghi),
- Les entreprises privées et publiques: secteur d'enseignement supérieur, secteur bancaire, compagnes d'assurances, entreprises économiques.

**Programme**

Semestre 1	Crédits	Semestre 2	Crédits
<b>U.E. Fondamental: 15 crédits</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing management</li> <li>• Etude de marché</li> <li>• Gestion financière</li> </ul>	5 5 5	<b>U.E. Fondamental: 15 crédits</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing Stratigique</li> <li>• Marketing opérationnel</li> <li>• Marketing des services</li> </ul>	5 5 5
<b>U.E. de Découverte: 9 crédits</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Econométrie</li> <li>• Stratigie d'entreprise</li> </ul>	4 5	<b>U.E. de Découverte: 11 crédits</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Droit de la concurrence et de la consommation</li> <li>• Gestion de la production</li> <li>• Contrôle et audit marketing</li> </ul>	2 4 5
<b>U.E. de Méthodologie: 6 crédits</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Management des nouvelles technologies d'information et de communication</li> <li>• Anglais des affaires 1</li> </ul>	3 3	<b>U.E. de Méthodologie: 4 crédits</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informatique et traitement de l'information</li> <li>• Anglais des affaires 2</li> </ul>	2 2
Semestre 3	Crédits	Semestre 4	Crédits
<b>U.E. Fondamental: 10 crédits</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion de la relation clients et marketing relationnel</li> <li>• Veille concurrentielle</li> </ul>	5 5	<b>U.E. Mémoire: 30 crédits</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sujet de recherche sanctionné par un mémoire et une soutenance</li> </ul>	30
<b>U.E. Fondamental: 10 crédits</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Négociation commerciale</li> <li>• Marketing direct et merchandising</li> </ul>	5 5		
<b>U.E. Fondamental: 10 crédits</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion et développement de la force de vente</li> <li>• Prévision et promotion des ventes</li> </ul>	5 5		