

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.

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