

Objectifs de la formation

La formation permet de connaître les techniques d'élaboration de la stratégie commerciale à travers la fixation des objectifs de la politique commercial et la maîtrise des techniques quantitatives utilisées dans l'étude de marché, la familiarisation aux techniques de la communication commerciale et la négociation. La formation est adaptée à l'environnement socio professionnels à savoir :

- l'intégration dans les PME/PMI qui se développent en Algérie d'une manière considérable.
- l'opportunité de s'intégrer dans le secteur financier (banques, assurances,...) et dans le secteur de l'enseignement (enseigner la spécialité aux niveaux du centre et instituts spécialisés)

Mise à niveau de l'enseignement supérieur en Algérie avec le niveau atteint dans les pays développés.

Adapter la réforme envisagée par le secteur de l'enseignement supérieur à l'économie du marché (à travers les différentes offres de formation suggérées)

Diversification des parcours de formation ainsi que les options désirées en rapport avec les besoins du marché du travail

Connaissance des concepts de base et des techniques utilisées dans le marketing et dans le commerce international (étude de marché, comportement du consommateur, techniques de la négociation nationale et internationale, les techniques de la communication commerciale et les appliquer à l'environnement socio-économique)

Former des mercaticiens de terrain aptes à :

Satisfaire les besoins de l'entreprise (rentabilité, développement).

Satisfaire les besoins des consommateurs cibles (fidélisation).

Satisfaire les objectifs de la formation (motivation, enrichissement etc..)

Préparer les jeunes cadres à conquérir les parts de marché à l'international en développant des produits nouveaux dans le cadre de la mondialisation.

Domaines d'activités visés

- Les entreprises économiques de production et de service, le secteur PME et PMI, les autres secteurs, les entreprises économiques de production, le secteur PME et PMI, les autres secteurs de service (tourisme; transports etc..), le secteur Import/ Export et les institutions financières (banques et assurances).

Programme

Semestre 1	Crédits	Semestre 2	Crédits
U.E. Fondamental: 11 crédits <ul style="list-style-type: none"> Introduction à l'économie et au management 1 Micro-économie 1 Histoire des faits économiques 	4 4 3	U.E. Fondamental: 12 crédits <ul style="list-style-type: none"> Macro-économie 1 Macro-économie 2 Introduction à l'économie et au management 2 	4 4 4
U.E. de Découverte: 11 crédits <ul style="list-style-type: none"> Mathématiques 1 Statistiques 1 Comptabilité 1 	4 3 4	U.E. de Découverte: 10 crédits <ul style="list-style-type: none"> Mathématiques 2 Statistiques 2 Comptabilité 2 	3 3 4
U.E. de Méthodologie et de Culture Générale: 8 crédits <ul style="list-style-type: none"> Méthodologie Introduction à la sociologie Introduction au droit Langues vivantes 1 	2 2 2 2	U.E. de Méthodologie et de Culture Générale: 8 crédits <ul style="list-style-type: none"> Sociologie des organisations Droit commercial Informatique 1 Langues vivantes 2 	2 2 2 2
U.E. Fondamental: 12 crédits <ul style="list-style-type: none"> Gestion des entreprises Macro-économie 2 Probabilités et statistiques appliquées 	4 4 4	U.E. Fondamental: 20 crédits <ul style="list-style-type: none"> Mathématiques financières Macro-économie 3 Economie de l'entreprise Finance publique 	5 5 5 5
U.E. de Découverte et de Culture Générale: 6 crédits <ul style="list-style-type: none"> Informatique 2 Méthodologie 	3 3	U.E. de Découverte et de Culture Générale: 6 crédits <ul style="list-style-type: none"> Langues vivantes Informatique 3 	3 3
U.E. Parcours "Commerce": 12 crédits <ul style="list-style-type: none"> Comptabilité analytique Economie monétaire et marchés des capitaux L'économie Algérienne et mondialisation 	4 4 4	U.E. Parcours "Commerce": 4 crédits <ul style="list-style-type: none"> Marketing 	4
U.E. Fondamental: 16 crédits <ul style="list-style-type: none"> Etude de marché Marketing international Comportement du consommateur Marketing de services 	4 4 4 4	U.E. Fondamental: 16 crédits <ul style="list-style-type: none"> Marketing stratégique E-marketing Finance et commerce international Techniques de la communication commerciale 	4 4 4 4
U.E. de découverte: 10 crédits <ul style="list-style-type: none"> Recherche opérationnelle Modèles statistique et analyse des graphes Informatique appliquée I Droit des affaires 	4 2 2 2	U.E. de découverte: 6 crédits <ul style="list-style-type: none"> Réseau de distribution Informatique appliquée II Gestion des nouveaux produits 	2 2 2
U.E. de Méthodologie et de Culture Générale: 4 crédits <ul style="list-style-type: none"> Langue vivante 1: Anglais Géographie économique 	2 2	U.E. de Méthodologie et de Culture Générale: 8 crédits <ul style="list-style-type: none"> Séminaire sur les organisations internationales Séminaire de méthodologie de recherche en marketing et commerce international Mémoire de fin d'études Langue vivante 2: Anglais 	1 1 4 2