

CANEVAS DE PRESENTATION D'UN DOSSIER POUR
L'HABILITATION D'UNE OFFRE DE FORMATION
DANS LE CADRE DU DIPLOME DE LICENCE "LMD"

GENERALE/ACADEMIQUE

TYPE DE LICENCE

PROFESSIONNELLE/APPLIQUEE

ETABLISSEMENT: Université de Guelma (Faculté des Sciences Economiques et Sciences de Gestion)

INTITULE DU DIPLOME	Licence en sciences commerciales
DOMAINE DE FORMATION	Sciences économiques, sciences de gestion et sciences commerciales
MENTION/FILIERE	Sciences commerciales
SPECIALITE/OPTION	Marketing et Stratégie Commerciale
COMPOSANTE PILOTE	Faculté des Sciences Economiques et Sciences de Gestion
AUTRE(S) COMPOSANTES ASSOCIEES	Néant
AUTRE(S) ETABLISSEMENT(S) ASSOCIE5S)/CO-HABILITE(S)	Néant
PARTENARIAT AVEC LES SECTEURS SOCIO-ECONOMIQUES	Néant
RESPONSABLE DU PROJET DE DIPLOME	A. BOUCEID (Vice Doyen Chargé P.G, R. Sc et Relex) Equipe pédagogique : djeribi sebti, namoune ouahab, linda

Website: www.univ-guelma.dz

Objectifs de la formation
(Compétences visées, Connaissances acquises à l'issue de la formation)

- Opportunité de la formation proposée

La formation permet de connaître les techniques d'élaboration de la stratégie commerciale à travers :

- la fixation des objectifs de la politique commerciale 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)
 - * la formation est aussi une passerelle vers d'autres formations post graduées (le PGS, le Master).

Domaines d'activités visés

- Les entreprises économiques de production et de service.
- Secteur PME et PMI.
- Les autres secteurs

Passerelles et poursuite des études

-Accès au Master académique ou professionnel dans les filières des sciences économiques, sciences de gestion et sciences commerciales.

Description et organisation générale du diplôme

S1 + S2:

-Acquisition de connaissances de bases en sciences économiques, sciences de gestion et sciences commerciales.

-Adaptation de l'étudiant aux techniques quantitatives nécessaire à la formation (Mathématique, Statistiques, Informatique etc...)

-Mise à niveau en méthodologie et culture générale

S3 + S4:

-Approfondissement des connaissances en économie, management, commerce et sciences financière et comptabilité.

-Spécialisation dans le parcours des sciences commerciales.

S5 + S6:

-Spécialisation en: Management stratégique et marketing. : option choisie.

**Effectif des enseignants intervenants
dans l'encadrement de la formation L.M.D.
Taux de participation : 100%**

Nom et prénom	Grade	Etablissement de rattachement
HADDADI Salim	Professeur	Université de Guelma
MAATALLAH Kheiredine	Professeur	Université de Guelma
HAMDAOUI Wassila	Maître de conférence	Université de Guelma
BOUMAHRA Noureddine	Maître de conférence	Université de Guelma
BOUCEID Ahcene	M.A. Chargé de Cours	Université de Guelma
NAMOUNE Ouahab	M.A. Chargé de Cours	Université de Guelma
GHERASSE Med Tahar	M.A. Chargé de Cours	Université de Guelma
MEDDOUR Abdelghani	M.A. Chargé de Cours	Université de Guelma
DIB Nora	M.A. Chargé de Cours	Université de Guelma
BELKARMI Widad	M.A. Chargé de Cours	Université de Guelma
GHIAT Cherif	M.A. Chargé de Cours	Université de Guelma
CHIHEB Tarek	M.A. Chargé de Cours	Université de Guelma
FERNANE Kheireddine	M.A. Chargé de Cours	Université de Guelma
LAAFIFI Yacine	M.A. Chargé de Cours	Université de Guelma
ELLAGGOUNE Abdelhak	M.A. Chargé de Cours	Université de Guelma
LATRACHE Ali	M.A. Chargé de Cours	Université de Guelma
CHERARIRIA Mohamed	M.A. Chargé de Cours	Université de Guelma
BOULEKSIBAT Mahfoud	Maître Assistant	Université de Guelma
BENSAADA Leïla	Maître Assistant	Université de Guelma
ZERAOULA Rafik	Maître Assistant	Université de Guelma
BOURDIMA Saïda	Maître Assistant	Université de Guelma
REDJEL Fayrouz	Maître Assistant	Université de Guelma
OMAR ABDA Samia	Maître Assistant	Université de Guelma
MERIMET Adila	Maître Assistant	Université de Guelma
SAADOU Adel	Maître Assistant	Université de Guelma
ZADOURI Asma	Maître Assistant	Université de Guelma
BENYOUB Fatima	Maître Assistant	Université de Guelma
SELAIMIA Darifa	Maître Assistant	Université de Guelma
BRAHMIA Amel	Maître Assistant	Université de Guelma
MAIZI Djazira	Maître Assistant	Université de Guelma
KOUAHLA Yamina	Maître Assistant	Université de Guelma
BOUKEMOUM Mohamed	Maître Assistant	Université de Guelma
DJEDDI Abdelhalim	Maître Assistant	Université de Guelma
ZERFA abdelraouf	Maître Assistant	Université de Guelma
LINDA FRIHA	Maître Assistant	Université de Guelma
KHEROF modir	Maître Assistant	Université de Guelma
GHARDA abdelwahed	Maître Assistant	Université de Guelma

APPUI LOGISTIQUE A LA FORMATION

Type de logistique		Description
Locaux pédagogiques		<ul style="list-style-type: none"> - Douze (12) Amphis d'une capacité de trois cent (300) places et quatre (04) Amphis d'une capacité de deux cent cinquante (250) places - Quatre vingt seize (96) Salles de T.D d'une capacité de quarante (40) places.
Laboratoires	pédagogiques	
	De recherche	Dossier élaboré d'un laboratoire de recherche (le développement local et la bonne gouvernance) . Il est actuellement au niveau du M.E.S.R.S pour étude et avis
Bibliothèque		Bibliothèque de la faculté des sciences économiques et sciences de gestion avec un nombre de titre qui avoisine les mille (1000) et une bibliothèque centrale de l'université de Guelma avec un nombre de titre qui avoisine les trois cent (300)
Equipements informatiques		<ul style="list-style-type: none"> - Deux (02) centres de calcul de la faculté d'une capacité de vingt-cinq (25) postes chacun. - Deux (02) Cyber espace d'une capacité de trente (30) postes chacun.
Autres logistiques (Laboratoires et équipement industriels)		- Laboratoire Multimédia opérationnel.

Université de Guelma
Faculté des Sciences Economiques et Sciences de Gestion
Fiche organisationnelle des enseignements annuels

Domaine: Sciences économiques, Sciences de gestion et Sciences commerciales.
Mention: Sciences commerciales.
Spécialité/Options: marketing et stratégie commerciale.
Parcours type: Commerce.

Première Année L.M.D. (Tronc commun)

Semestre	Unité d'enseignement	V. Horaire	Crédits
Semestre I	<u>Unités fondamentales</u>		
	- Introduction à l'économie et au management I	20	4
	- Micro-économie I	20	4
	- Histoire des faits économiques	20	3
	<u>Unités de découvertes</u>		
	- Mathématiques I	35	4
	- Statistiques I	30	3
	- Comptabilité I	35	4
	<u>Unités de méthodologie et de cultures générales</u>		
	- Méthodologie	20	2
	- Introduction à la sociologie	20	2
	- Introduction au droit	20	2
- Langues vivantes	20	2	
	TOTAL	240	30
Semestre II	<u>Unités fondamentales</u>		
	- Macro-économie I	35	4
	- Micro-économie II	35	4
	- Introduction à l'économie et au management II	35	4
	<u>Unités de découvertes</u>		
	- Mathématiques II	20	3
	- Statistiques II	20	3
	- Comptabilité II	35	4
	<u>Unités de méthodologie et de cultures générales</u>		
	- Sociologie des organisations	20	2
- Droit commercial	20	2	
- Informatique I	20	2	
- Langues vivantes	20	2	
	Total :	260	30

Université de Guelma
Faculté des Sciences Economiques et Sciences de Gestion
Fiche organisationnelle des enseignements annuels

Domaine: Sciences économiques, Sciences de gestion et Sciences commerciales.

Mention: Sciences commerciales.

Spécialité/Options: marketing et stratégie commerciale.

Parcours type: Commerce.

Deuxième Année L.M.D. (Tronc commun)

Semestre	Unité d'enseignement	V. Horaire	Crédits
Semestre III	<u>Unités fondamentales</u>		
	- Gestion des entreprises	30	4
	- Macro-économie II	30	4
	- Probabilités et statistiques appliquées	30	4
	<u>Unités de découvertes et de cultures générales</u>		
	- Méthodologie	20	3
	- Informatique II	20	3
	<u>Parcours "Economie"</u>		
	- Economie monétaire et marchés des capitaux	30	4
	- Economie Algérienne et mondialisation	30	4
	- Au choix : Comptabilité analytique ou Mathématique de l'entreprise	30	4
	<u>Parcours "Gestion"</u>		
	- Comptabilité analytique		
	- Mathématique de l'entreprise	30	4
	- Au choix: Economie monétaire et marchés des capitaux ou économie Algérienne et mondialisation.	30	4
		30	4
	<u>Parcours "commerce"</u>		
	- Comptabilité analytique.		
	- Economie monétaire et marchés des capitaux.	30	4
	- Au choix: mathématique de l'entreprise ou l'économie Algérienne et mondialisation.	30	4
	30	4	
<u>Parcours "Sciences financières et comptabilité"</u>			
- Comptabilité analytique.			
- Mathématique de l'entreprise.	30	4	
- Au choix: Économies monétaires et marchés des capitaux ou l'économie Algérienne et mondialisation.	30	4	
	30	4	
Total :			30
	<u>Unités fondamentales</u>		
	- Mathématiques financières	35	5
	- Macro-économie II	35	5
	- Economie de l'entreprise	35	5
	- Finance publique	35	5
	<u>Unité de méthodologie et de culture générale</u>		
	- Informatique III	35	3

Semestre IV	- Langues vivantes	35	3
	<u>Parcours "Economie"</u>		
	- Histoire de la pensée économique.	35	4
	<u>Parcours "Gestion"</u>		
	- Marketing.	35	4
	<u>Parcours "commerce"</u>		
	- Marketing.	35	
	<u>Parcours "Sciences financières et comptabilité"</u>		4
	- Finance de l'entreprise	35	4
Total :			30

Université de Guelma
Faculté des Sciences Economiques et Sciences de Gestion
Fiche organisationnelle des enseignements annuels

Domaine: Sciences économiques, Sciences de gestion et Sciences commerciales.
Mention: Sciences commerciales.
Spécialité/Options: marketing et stratégie commerciale.
Parcours type: Commerce.

Troisième Année L.M.D. (Spécialité)

Semestre	Unité d'enseignement	V.H	Cours	TD	TP	Crédits
Semestre V	<u>Unités fondamentales</u>					
	- La stratégie de l'entreprise	35	20	15		4
	- Management de la fonction commercial.	35	20	15		4
	- Technique de la communication commerciale	35	20	10		4
	- System d'information marketing.	35	20	15		4
	<u>Unités de découvertes</u>					
	- Méthodes statistiques et analyse des donnes.	30	20	10		2
	- Marketing des services.	35	20	15		3
	- Informatique appliqué: traitement et analyse de données.	15	-	-	15	2
	- La gestion des canaux de distribution	30	20	10		3
	<u>Unités de méthodologie et de cultures générales</u>					
	- Droit des affaires.	20	20	-		2
	- Anglais.	20	-	20		2
Total :		285h	160h	110h	15h	30
Semestre VI	<u>Unités fondamentales</u>					
	- Stratégie commerciale.	35	20	15		4
	- Etude de marché	35	20	15		4
	- les techniques de la négociation commerciale.	35	20	15		4
	- E-commerce	35	20	15		4
	<u>Unités de découvertes</u>					
	- Gestion des produits et marque	30	20	10		2
	- Recherche opérationnelle.	30	20	10		2
- Informatique appliqué : technique de vente et gestion commercial.	15	-	-	15	2	
<u>Unités de méthodologie et de cultures générales</u>						

- Anglais	20	20	-		2
- Séminaire sur marketing et stratégie commercial	20	20	-		2
- Mémoire de fin d'études	-	-	-		4
Total :	255h	160h	80h	15	30

Fiche semestre

Domaine: Sciences économiques, sciences de gestion et sciences commerciales.

Mention: Sciences commerciales.

Spécialité/Options: Marketing et Stratégie Commerciale.

Parcours type: Commerce.

Semestre: 05.

Intitulé de l'unité d'enseignement (U.E.)	UF1	UF2	UF3	UF4	UD1	UD2	UD3	UD4	UMC 1	UMC 2
Obligatoire	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Optionnelle										
Fondamentale (Majeures)	X	X	X	X						
Découverte (Mineures)					X	X	X	X		
Méthodologie et culture générale									X	X
Travail personnel (H/Stre)	10	10	10	10	10	10	-	10	10	10
Cours (H/Stre)	20	20	20	20	20	20	-	20	20	00
Travaux dirigés (H/Stre)	15	15	15	15	10	15	-	10	00	20
Autres	-	-	-	-	-	-	15 TP	-	-	-
Crédits	4	4	4	4	2	3	2	3	2	2
Effectifs des étudiants prévus	100									
Nombre de groupes	04									

Fiche semestre

Domaine: Sciences économiques, sciences de gestion et sciences commerciales.
Mention: Sciences commerciales.
Spécialité/Options: Marketing et Stratégie Commerciale
Parcours type: Commerce.
Semestre: 06.

Intitulé de l'unité d'enseignement (U.E.)	UF1	UF2	UF3	UF4	UD1	UD2	UD3	UMC 1	UMC 2	UMC 3
Obligatoire	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Optionnelle										
Fondamentale (Majeures)	X	X	X	X						
Découverte (Mineures)					X	X	X			
Méthodologie et culture générale + mémoire de fin d'étude								X	X	X
Travail personnel (H/Stre)	10	10	10	10	10	10	10	-	10	-
Cours (H/Stre)	20	20	20	20	20	20	-	20	20	-
Travaux dirigés (H/Stre)	15	15	15	15	10	10	-	-	-	-
Autres	-	-	-	-	-	-	15(TP)	-	-	-
Crédits	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4
Effectifs des étudiants prévus	100									
Nombre de groupes	04									

Fiche Unité d'Enseignement

<u>Libellé de l'U.E.:</u>	Unités fondamentales.
<u>Mention:</u>	Sciences commerciales.
<u>Spécialité/Options:</u>	Marketing et Stratégie Commerciale.
<u>Parcours type:</u>	Commerce.
<u>Semestre:</u>	05.

	U.E	UF1	UF2	UF3	UF4	
Répartition du volume horaire de l'U.E. et de ses composantes	Cours:	80	20	20	20	20
	T.D.	60	15	15	15	15
	Travail Personnel:	40	10	10	10	10
	Autres (Stages,...):	-	-	-	-	-
Crédits affectés à l'U.E. et à ses composantes	<u>(U.F.) – Unités fondamentales:</u> 16Crédits					
	<u>(U.F.1):</u> 04					
	<u>(U.F.2):</u> 04					
	<u>(U.F.3):</u> 04					
	<u>(U.F.4):</u> 04					
Description de l'U.E. et ses composantes	<p style="text-align: center;"><u>(U.F.) – Unités fondamentales:</u></p> <p>- <u>(U.F.1) Stratégie d'entreprise :</u> Ce module permet d'apprendre les notions de base du management stratégique ainsi que les principes de prise de décision stratégique et d'identification des choix stratégiques, de maîtriser les techniques de segmentation stratégique ainsi que les outils d'analyse et de diagnostic permettant d'une part l'identification des points forts et les points faibles d'une entreprise, et d'une autre part la connaissance des opportunités et des risques qu'elle peut confronter.</p> <p>- <u>(U.F.2) Management de la fonction commerciale:</u> Ce module apporte à l'étudiant une connaissance relative aux fondements de la fonction commerciale a savoir l'organisation, planification et le contrôle.</p> <p>- <u>(U.F.3): Techniques de la communication commerciale</u></p>					

	<p>Le but de ce module est d'apprendre à l'étudiant les variables de la communication-mix.</p> <p>- (U.F4) Systems d'information marketing : Ce module montre le rôle que joue l'information dans le développement de la stratégie commerciale de l'entreprise.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fiche Unité d'Enseignement

<u>Libellé de l'U.E.:</u>	Unités de découvertes.
<u>Mention:</u>	Sciences commerciales.
<u>Spécialité/Options:</u>	Marketing et Stratégie Commerciale..
<u>Parcours type:</u>	Commerce.
<u>Semestre:</u>	05.

		U.E	UD1	UD2	UD3	UD4
Répartition du volume horaire de l'U.E. et de ses composantes	Cours:	60	20	20	-	20
	T.D :	35	10	15	-	10
	Travail Personnel:	30	10	10	-	10
	Autres (Stages,TP):	-	-	-	15	-
Crédits affectés à l'U.E. et à ses composantes	<p><u>(U.D.) – Unités de découvertes:</u> 10 Crédits</p> <p><u>(U.D.1):</u> 02</p> <p><u>(U.D.2):</u> 03</p> <p><u>(U.D.3):</u> 02</p> <p><u>(U.D.4):</u> 03</p>					
Description de l'U.E. et ses composantes	<p style="text-align: center;"><u>(U.D.) – Unités de découvertes:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>(U.D.1) - Méthodes statistiques et analyse des données.</u> Ce module permet à l'étudiant d'apprendre les techniques statistiques et quantitatives dans les différentes variables du marketing. - <u>(U.D.2) – Marketing des services :</u> adapter les différentes stratégie du marketing classique au marketing des secteurs tels que les banques, les assurances les secteurs du tourisme... - <u>(U.D.3) – Informatique appliquée: traitement et analyse des données</u> adapter l'étudiant à d'autre logiciels plus performants afin de 					

Website: www.univ-guelma.dz

	<p>pouvoir les utiliser notamment dans les techniques de traitement et analyse de données</p> <p>- (U.D.4) Gestion des canaux de distribution inculque à l'étudiant les techniques de choix des circuit de distribution dans le sens de bien poser le problème, sur les deux plans commercial et matériel) et de bien déterminer les objectifs (amener les produits appropriés aux bons endroits et au bons moments et à des moindres frais).</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fiche Unité d'Enseignement

Libellé de l'U.E.: Unités de méthodologie et de culture générale.

Mention: Sciences commerciales.

Spécialité/Options: Marketing et Stratégie Commerciale

Parcours type: Commerce.

Semestre: 05.

		U.E	UMC1	UMC2
Répartition du volume horaire de l'U.E. et de ses composantes	Cours:	20	20	00
	T.D.	20	00	20
	Travail Personnel:	20	10	10
	Autres (Stages,...):	-	-	-
Crédits affectés à l'U.E. et à ses composantes	<p><u>(U.M.C) – Unités de méthodologie et de culture générale</u> : 04 Crédits.</p> <p>- <u>(U.M.C.1)</u>: 02</p> <p>- <u>(U.M.C.2)</u>: 02</p>			
Description de l'U.E. et ses composantes	<p style="text-align: center;"><u>(U.M.C.) – Unités de méthodologie et de culture générale</u></p> <p><u>(U.M.C.1) Droit des affaires:</u> Permet à l'étudiant de comprendre la réglementation en vigueur régissant le monde des affaires.</p> <p><u>(U.M.C.2 – Anglais:</u> Ce module permet l'enrichissement des connaissances terminologiques de l'étudiant.</p>			

Fiche Unité d'Enseignement

Libellé de l'U.E.: Unités de fondamentales.
Mention: Sciences commerciales.
Spécialité/Options: Marketing et Stratégie Commerciale.
Parcours type: Commerce.
Semestre: 06

		U.E	UF1	UF2	UF3	UF4
Répartition du volume horaire de l'U.E. et de ses composantes	Cours:	80	20	20	20	20
	T.D.	60	15	15	15	15
	Travail Personnel:	40	10	10	10	10
	Autres (Stages,...):	-	-	-	-	-
Crédits affectés à l'U.E. et à ses composantes	<u>(U.F.) – Unités fondamentales</u> : 16Crédits <u>(U.F.1):</u> 04 <u>(U.F.2):</u> 04 <u>(U.F.3):</u> 04 <u>(U.F.4):</u> 04					
Description de l'U.E. et ses composantes	<p style="text-align: center;"><u>(U.F.) – Unités fondamentales:</u></p> <p>- <u>(U.F.1) Stratégie commerciale:</u> Ce module permet à l'étudiant de connaître les principes du marketing stratégique ainsi que ses outils et les variables qu'il utilise à savoir les techniques de segmentation des marchés, le test du couple « marché/produit » et le choix des positionnements de l'entreprise dans les marchés.</p>					

Website: www.univ-guelma.dz

	<ul style="list-style-type: none"> - (U.F.2) Etude de marché: L'objectif de ce module est d'apporter à l'étudiant les techniques méthodologiques utilisées dans les études des marchés, ainsi que les méthodes d'étude et d'analyse des cas en marketing (les problèmes et les différentes situations critiques qu'affronte une entreprise dans le réel). - (U.F.3) les techniques de la négociation commerciale Sensibiliser l'étudiant à l'importance de négociation, à l'art de vendre, aux principes de négociation et développer les compétences d'écoute et influencer le client. ainsi donner à l'étudiant un ensemble d'outils nécessaires à la bonne négociation. - (U.F.4) E-commerce : familiariser l'étudiant avec les nouvelles technologies de la communication dans le but de pouvoir gérer les affaires à travers le web.
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fiche Unité d'Enseignement

<u>Libellé de l'U.E.:</u>	Unités de découvertes.
<u>Mention:</u>	Sciences commerciales.
<u>Spécialité/Options:</u>	Marketing et Stratégie Commerciale..
<u>Parcours type:</u>	Commerce.
<u>Semestre:</u>	06

		U.E	UD1	UD2	UD3
Répartition du volume horaire de l'U.E. et de ses composantes	Cours:	40	20	20	-
	T.D	20	10	10	-
	Travail Personnel:	20	10	10	-
	Autres (Stages,...):	15	-	-	15
Crédits affectés à l'U.E. et à ses composantes	<u>(U.D.) – Unités de découvertes :</u> 06Crédits <u>(U.D.1):</u> 02 <u>(U.D.2) :</u> 02 <u>(U.D.3) :</u> 02				

Description de l'U.E. et ses composantes	<u>(U.D.) – Unités de découvertes:</u>
	- <u>(U.D.1) – Gestion des produits et marques</u> : Permet à l'étudiant de mieux gérer les produits (gamme de produit, design et packaging ; les produit nouveaux) et les marques (politique de marque, l'image et signalétique de la marque...)
	- <u>(U.D2) Recherche opérationnelle</u> . Permet à l'étudiant de présenter des solutions concrètes aux problèmes confrontés par la fonction marketing (problème de transport, problème de la chaîne... etc)
	- <u>(U.D.3) Informatique Appliquée : techniques de vente et gestion commerciale</u> : familiariser l'étudiant avec les logiciels professionnels relatifs à la gestion commerciale.

Fiche Unité d'Enseignement

<u>Libellé de l'U.E.:</u>	Unités de méthodologie et de culture générale.
<u>Mention:</u>	Sciences commerciales.
<u>Spécialité/Options:</u>	Marketing et Stratégie Commerciale..
<u>Parcours type:</u>	Commerce.
<u>Semestre:</u>	06

	U.E	UMC1	UMC2	UMC3	
Répartition du volume horaire de l'U.E. et de ses composantes	Cours:	-	-	20	-
	T.D.	20	20	-	-
	Travail Personnel:	110	10	10	100
	Autres (Stages,...):	-	-	-	-
Crédits affectés à l'U.E. et à ses composantes	<u>(U.M.C.) – Unités de méthodologie et de culture générale:</u> 8Crédits <u>(U.M.C.1):</u> 02				

Website: www.univ-guelma.dz

	<p><u>(U.M.C.2):</u> 02 <u>(U.M.C.3):</u> 04</p>	
<p>Description de l'U.E. et ses composantes</p>	<p><u>(U.M.C.) – Unités de méthodologie et de culture générale:</u></p> <p><u>(U.M.C.1) – Anglais:</u> Ce module permet l'enrichissement des connaissances terminologiques de l'étudiant</p> <p><u>(U.M.C.2) - Séminaire sur le marketing et la stratégie commerciale</u> Ce module permet l'enrichissement des connaissances de l'étudiant sur certains axes relatif marketing et la stratégie commerciale</p> <p><u>(U.M.C.3) – Mémoire de fin d'études:</u> Sujets de mémoire de fin d'études choisis par l'étudiant en collaboration avec l'enseignant encadreur.</p>	

Avis des instances pédagogiques et scientifiques habilitées

Conseil scientifique de la faculté et/ou établissement

Avis Favorable

Conférence régionale des universités de l'est

Favorable

Défavorable

Sous réserve

Conférence nationale des universités

Favorable

Défavorable

Sous réserve

Fait à Guelma, le: 12 / 02 / 2008

Visa du Chef de l'établissement

République Algérienne Démocratique & Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université du 08 Mai 1945 – Guelma

Faculté des Sciences Economiques et Sciences de Gestion

Website: www.univ-guelma.dz



Cahier des charges
Offre de formation *L.M.D.*
en Sciences Economiques, Sciences de Gestion et Sciences
Commerciales

Licence Académique

Marketing et Stratégie Commerciale..

Février 2008

B.P.: 401 Guelma 24000

Tel/Fax: 037 20 02 62

www.univ-guelma.dz

Effectif des enseignants intervenants
dans l'encadrement de la formation L.M.D.

Nom et prénom	Grade	Modules à enseigner
MAATALLAH Kheiredine	Professeur	Macro-économie
HAMDAOUI Wassila	Maître de conférence	Management stratégique
BOUCEID Ahcene	M.A. Chargé de Cours	Introduction à l'économie et au management I
NAAMOUNE Ouahab	M.A. Chargé de Cours	Comptabilité analytique et marketing bancaire

Website: www.univ-guelma.dz

GHERASSE Med Tahar	M.A. Chargé de Cours	-Comptabilité approfondie -Mathématiques financières
MEDDOUR Abdelghani	M.A. Chargé de Cours	-Economie monétaire et marchés des capitaux
DIB Nora	M.A. Chargé de Cours	Mathématiques de l'entreprise
BELKARMI Widad	M.A. Chargé de Cours	Economie de l'entreprise
GHIAT Cherif	M.A. Chargé de Cours	Statistiques
BOULEKSIBAT Mahfoud	Maître Assistant	Comptabilité des sociétés
BENSAADA Leïla	Maître Assistant	-Techniques et outils de communication
ZERAOULA Rafik	Maître Assistant	Gestion des entreprises
BOURDIMA Saïda	Maître Assistant	Analyse et diagnostic financiers
REDJEL Fayrouz	Maître Assistant	L'organisation de l'entreprise
OMAR ABDA Samia	Maître Assistant	Techniques de contrôle interne, de révision comptable et de commissariat aux comptes
MERIMET Adila	Maître Assistant	Comptabilité privée
SAADOU Adel	Maître Assistant	Techniques bancaires
Zadouri Asma	Maître Assistant	Comptabilité publique
BENYOUB Fatima	Maître Assistant	Organisation de l'entreprise
SELAIMIA Darifa	Maître Assistant	Comptabilité générale
BRAHMIA Amel	Maître Assistant	Finance publique
MAIZI Djazira	Maître Assistant	Finance de l'entreprise
KOUAHLA Yamina	Maître Assistant	Histoire des faits économiques
Boukemoum mohamed	Maître Assistant	Théorie et politique monétaire
Gharda a el ouahed	Maître Assistant	Economie bancaire et gestion des banques et des assurances
Djeddi a el halim	Maître Assistant	Gestion et stratégie financière et bourse
Zerfa raouf	Maître Assistant	Recherche opérationnelle
KHEROF modir	Maître Assistant	Contrôle de gestion
FRIHA linda	Maître Assistant	Management stratégique et marketing