

Fiche d'identité de la spécialité: MARKETING

Niveau: Licence

Domaine: S.E.G.C

Filière: Sciences Commerciales

Spécialité: Marketing

1- Localisation de la formation:

Faculté (ou Institut): Sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion.
Département: Sciences économiques.
Arrêté n° : 678 du 05/08/2015.

2- Partenaires extérieurs:

Autres établissements partenaires:

DGRSDT , Université BBA, Université Batna 1, Université Khenchela, Centre universitaire Barika, Université Sétif 2, Université de Constantine 2, Université de Bijaya , ...

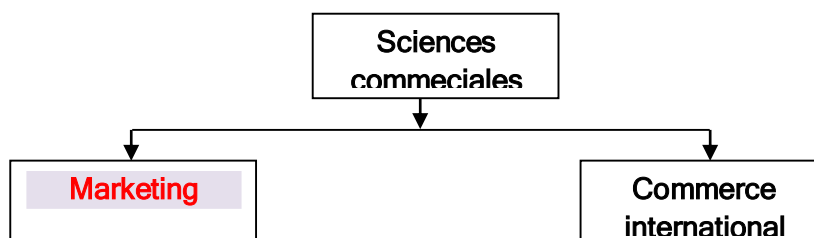
Entreprises et autres partenaires socio-économiques:

Société de Production d'Electricité (SPE) M'sila, Groupe Condor BBA, LAFARGE LC M'sila, Société de maintenance des équipements industriels (MEI) M'sila, BRIMATEC M'sila, Hodna Lait M'sila, Maghreb Pipe Msila, Société Hodna Solar M'sila, Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), Banque Essalem, CNEP, ...

Partenaires internationaux:

Université Lille 3 France, Université Gazi Ankara Turquie, Université El Manar Tunisie, Université Gafsa Tunisie, Université Ibn Zohr Agadir Maroc, Université Pécs Hongrie, ENSA Toulouse France, ...

3- Organisation générale de la formation: position du projet



4- Contexte de la formation:

La formation traite le contenu de la spécialité marketing et la performance des entreprises relative aux procédures de vente ainsi qu'à l'utilisation des quatre P (le produit, sa qualité, son prix, et la promotion des ventes) et par conséquent, la réalisation des objectifs planifiés au niveau des entreprises, l'acquisition d'une part du marché à travers l'accès à ce marché en utilisant approches modernes du marketing.

5- objectifs de la formation:

- Maitrise des techniques de Marketing et son utilisation,
- Maitrise des procédures de gestion,
- Connaissance des lois et de la législation organisant la vente des produits,
- Gestion de la production en matière de qualité des produits et l'implantation de réseaux de distributions,
- Maintien de la pérennité des entreprises.

6- Profils et compétences visés:

- Résolution des problèmes de ventes et l'implantation de réseaux de distribution,
- Prévion de l'état des concurrents surtout sur le plans des ventes,
- Développement de la transaction commerciale,
- Insertion des professionnels du marketing au niveau des entreprises,
- Acquisition des compétences en matière de vente et de marketing,
- Maitrise des nouvelles technologies utilisés en marketing.

7- Potentialités locales régionales et nationales d'employabilité:

- Entreprises privées et publiques,
- Compagnies d'assurances, douanes, banques, secteur des services, secteur de la logistique,
- ...
- Services des budgets et finances des administrations, ...