

# LICENCE EN MARKETING



## I. Philosophie de l'École :

L'UIK École de Management Digital s'appuie sur la pédagogie de la classe inversée plaçant ainsi l'étudiant au cœur de l'enseignement. Les cours sont dispensés sous forme de séminaires basés sur la discussion active et la forte implication des étudiants. Parce qu'il paraît essentiel, aujourd'hui, que les parcours soient davantage orientés vers la pratique, nous avons intégré dès le début du cursus des classes de projets intégrés, des classes hybrides enseignées conjointement par des académiciens et des professionnels ainsi que des préparations aux certifications professionnelles.

L'amélioration continue et l'innovation pédagogique sont au centre de nos préoccupations. Dans cette optique, nous avons procédé à certains changements au sein de nos parcours. Plusieurs axes ont été entrepris.

### **Le premier axe : la méthodologie et la communication**

Un module de méthodologie sera dispensé à l'ensemble des étudiants, et ce, à partir de la première année. L'objectif est d'exercer ces derniers à la rédaction, et développer leur esprit critique à travers l'analyse et la synthèse.

L'apprentissage par argumentation développe les compétences du raisonnement scientifique des étudiants pour les conduire à tenir un raisonnement logique, à travailler en groupe et à valider – ou réfuter – une affirmation.

Dans le même sens, la communication sera une de nos priorités et fera l'objet d'une matière semestrielle à compter de la première année.

### **Le second axe : la professionnalisation**

Ce n'est pas vainement que nous prônons l'employabilité comme objectif ultime dans notre formation. Notre enseignement, contenu et forme, œuvrent pour que l'étudiant soit « opérationnel », c'est-à-dire qu'il puisse aussi bien répondre aux exigences croissantes du milieu professionnel et impacter de sa créativité son environnement et ce, dès l'obtention de son diplôme.

Il paraît essentiel, aujourd'hui, que les parcours soient davantage orientés vers la pratique et en accord avec les exigences du milieu professionnel. Pour ce faire, un projet intégré sera associé au cursus de l'étudiant dès la première année et regroupera l'ensemble des matières

enseignées durant le semestre. En second lieu, des préparations aux certifications ainsi que des séminaires métiers, selon les spécialités seront assurées chaque semestre.

### **Le troisième axe : les modes d'évaluation**

Les méthodes d'évaluation, compte tenu de tous ces paramètres, sont également vouées à évoluer. L'idée est que l'étudiant devienne acteur au sein de la classe par l'adoption de la pédagogie par argumentation en début de séance. Ce type de pédagogie pousse les étudiants à énoncer des concepts du cours (idéalement annonçant la thématique du jour) en fournissant la preuve de leur véracité par des auteurs clés de la discipline ; et ; invitent leurs camarades à discuter de cette preuve. La responsabilisation de l'étudiant, par le biais de la méthode de « la classe inversée » et du système prédominant du contrôle continu, rendent la présence de l'étudiant indispensable car il sera acteur au sein de la classe et mesurera l'importance de chaque séance. L'enseignement est dynamique et la synergie de groupe est la condition *sine qua non* pour la garantie de l'apprentissage.

Loin d'être la personne directive et qui assiste pas à pas, de manière rapprochée, l'étudiant, l'enseignant campe plutôt le rôle de « coach » qui stimule, accompagne, encourage et suit ses étudiants en faisant appel, au besoin, pourquoi pas, au tutorat entre eux.

Le rôle de l'enseignant est de susciter une discussion constructive en poussant les uns et les autres à poser des questions, reformuler de manière argumentée... Lorsque ces derniers débattent de façon scientifique, ils apprennent à attendre leur tour, à écouter activement et à répondre de façon constructive

## **II. Présentation du programme :**

Cette formation est, après deux années de tronc commun, dédiée au marketing et défend une approche différente de l'enseignement, tournée vers une pédagogie pragmatique.

Elle vise à doter les étudiants de connaissances théoriques et pratiques en marketing. Il s'agit, plus précisément, de développer l'esprit marketing depuis la phase d'étude de marché jusqu'à la commercialisation des biens ou des services. Dans ce sens, cette licence vise à ce que les étudiants maîtrisent la démarche stratégique et opérationnelle que défend l'approche marketing ainsi que l'acquisition d'une vision globale du fonctionnement commercial de l'entreprise.

## **III. Perspectives professionnelles du parcours**

La licence en Sciences de Gestion, Mention Marketing, est susceptible d'offrir des débouchés professionnels renvoyant sur plusieurs métiers. Parmi ces métiers, on peut citer :

- Chargé(e) de communication internet et/ou externe
- Consultant / Consultante marketing
- Média planner
- Chargé(e) des relations presses/relations publiques
- Chef de produit

## IV. Conditions d'accès à la formation :

Les étudiants titulaires du baccalauréat de l'enseignement secondaire ou d'un diplôme admis en équivalence.

## V. Descriptif des activités pratiques (stages et mini-mémoire)

- 1- L'obligation de réaliser un stage de deux mois au cours de l'été (entre le S4 et le S5) pour les étudiants ayant réussi la 2ème année d'études. Ce stage sera précédé par une activité pratique au niveau du S4 (préparation du stage) et d'une soutenance au niveau du S5. Cette soutenance sera sanctionnée par une note qui comptera dans la moyenne générale du S5 comme indiqué dans le programme d'études.
- 2- L'obligation de réaliser un mini-mémoire ou un projet (étude de cas, enquête, étude de marché diagnostic, business plan, etc.) au niveau du S6 sur une thématique en lien avec la mention choisie dans le cadre d'un séminaire assuré par un enseignant universitaire

## VI. Matières par semestre :

### SEMESTRE 1 :

- Principes de gestion I
- Comptabilité financière I
- Micro-économie
- Mathématiques I : Analyse
- Introduction au droit
- Mathématiques financières
- Anglais des affaires I
- Aptitude en TIC I : Préparation à la certification
- Séminaire métiers I
- Méthodologie et communication I
- Projet 360° I

## SEMESTRE 2 :

- Principe de gestion II
- Comptabilité financière II
- Mathématiques II : Algèbre
- Statistiques descriptives et calculs de probabilité
- Macro-économie
- Droit des sociétés commerciales
- Anglais des affaires II
- Aptitude en TIC II : Préparation à la certification
- Séminaire métiers II
- Méthodologie et communication II
- Projet 360° II

## SEMESTRE 3 :

- Fondamentaux du management
- Comptabilité de gestion
- Fondamentaux du marketing
- Communication digitale
- Anglais III
- Scrum master : Préparation à la certification
- Statistiques inferentielles
- Projet 360° III
- Séminaire métiers III

## SEMESTRE 4 :

- Fondamentaux de la GRH
- Diagnostic financier
- Gestion de la production
- Methodologie et communication III
- Anglais IV
- Event marketing

- Introduction au Big Data et Cloud
- Projet 360° IV
- Séminaire métiers IV

## SEMESTRE 5 :

- Stratégie Marketing
- Gestion des prix et des produits
- Recherche marketing
- Analyse du comportement du consommateur
- Étude de cas en marketing
- Anglais V
- Projet 360° V
- Management de la qualité : Préparation à la certification
- Séminaire Métiers V
- Project Management I : Préparation à la certification
- Digital marketing

## SEMESTRE 6 :

- Stratégies de Distribution
- Communication marketing
- Analyse des données Marketing
- Séminaire de méthodologie/PFE
- Anglais VI
- Project Management II, Préparation à la certification
- Référencement des sites web préparation à la certification
- SCRUM master : Préparation à la certification
- Projet 360° VI
- Séminaire métiers VI