

Licence en Marketing

Domaine	Sciences de Gestion
Mention	Marketing
Parcours (ou spécialité)	Marketing
Nature de la licence	<input type="checkbox"/> Normale <input type="checkbox"/> Co-construction <input checked="" type="checkbox"/> Co-diplomation <input type="checkbox"/> Co-habilitation
Type de formation	<input checked="" type="checkbox"/> Initiale <input type="checkbox"/> Continue
Mode d'organisation de la formation	<input checked="" type="checkbox"/> Présentielle <input type="checkbox"/> A distance <input type="checkbox"/> Mixte <input type="checkbox"/> Alternance
Commission Nationale Sectorielle	Commission nationale sectorielle en sciences de gestion

Métiers visés (liste en indiquant le secteur le cas échéant) et perspectives professionnelles du parcours

Liste des métiers visés :
Code / Désignation Fiche Métier
D1407- Relation technico-commerciale
M1302- Direction de petite et moyenne entreprise
M1402-Conseil en organisation et management d'entreprise
M1503-Management des ressources humaines
D1509-Management de département en grande distribution
M1701- Administration des ventes
D1504-Direction de magasin de grande distribution
M1707-Stratégie commerciale
Responsable administration des ventes
Commercial export
Assistant export
Chef de zone export
Transitaire /commissionnaire en douane
Responsable de la logistique internationale de l'entreprise
Responsable de l'administration commerciale export
Responsable des ventes
Directeur régional des ventes export
Responsable des ventes comptes-clés
Responsable animateur des ventes
Responsable de la force de vente



Chargé d'expansion commerciale d'enseigne
Directeur des ventes internationales
Inspecteur des ventes
Chef des ventes
Directeur national des ventes
Inspecteur commercial
Inspecteur du cadre en assurances
Responsable animateur des forces de vente
Entrepreneur
Responsable marketing
Chef de produits Marketing
Chef de projet web
Webmaster
Chargé de Référencement
Responsable/directeur marketing
Digital Marketing Manager
Brand Content Manager
Chef de projet digital
Chef de projet CRM
Community Manager
Chargé de Communication Web
Responsable Web Marketing
Chef de Produit Web
Responsable e-Réputation
Traffic Manager
Social Media Manager
Content Manager
Chief Digital Officer
Consultant SEO/SEA
Responsable régional des ventes
Manager commercial des forces de vente
Manager commercial junior
Responsable administration des ventes
Commercial export
Assistant export
Chef de zone export
Transitaire /commissionnaire en douane
Responsable de la logistique internationale de l'entreprise
Responsable de l'administration commerciale export
Responsable des ventes
Directeur régional des ventes export
Responsable des ventes comptes-clés
Responsable animateur des ventes
Responsable de la force de vente
Chargé d'expansion commerciale d'enseigne
Directeur des ventes internationales
Inspecteur des ventes
Chef des ventes
Directeur national des ventes
Inspecteur commercial
Inspecteur du cadre en assurances
Responsable animateur des forces de vente



Responsable régional des ventes
Manager commercial des forces de vente
Manager commercial junior
Consultant Search Marketing ou SEO
Attaché de Presse/RP
Traffic Manager
Social Media Manager

Objectifs de la formation

Objectif général

Objectif général :

Cette formation vise à former des licenciés dans les différents volets afférents au marketing, tels que le produit, le prix, la distribution, la communication, la commercialisation, l'événementiel, la publicité et la force de vente.

Durant cette formation, l'étudiant pourra acquérir les fondamentaux relatifs au Marketing, tels que : le marketing stratégique, le marketing opérationnel, le marketing des services, la réalisation des études de marché et l'analyse de données, la communication marketing, les nouvelles technologies appliquées au marketing, les nouvelles opportunités offertes par le web, les médias sociaux et plus globalement le marketing digital... en effet, cette licence vise à former des étudiants ayant une compréhension plus poussée des enjeux, des objectifs, et de la mise en œuvre d'une stratégie marketing et de communication d'une organisation.

Objectifs spécifiques

Objectifs spécifiques :

- S'approprier les concepts de base, les étapes et les outils du marketing ;
- Maîtriser les mécanismes de base du marketing stratégique et opérationnel;
- S'approprier les concepts de base, les étapes et les outils de communication ;
- Savoir maîtriser les stratégies, outils de base et plans d'actions du marketing des services ;
- Savoir étudier le marché, effectuer une veille concurrentielle et gérer le lancement de nouveaux produits et des innovations ;
- Maîtriser les techniques de vente et savoir mener des négociations commerciales ;
- Savoir créer une base de données clients, créer et gérer une bonne relation client et fidéliser les clients ;
- Savoir maîtriser les stratégies, outils de base et plans d'actions du marketing digital et des communautés virtuelles...
- Familiariser les étudiants à l'utilisation de l'anglais comme langue de travail
- Familiariser les étudiants à l'utilisation de l'information dans toutes les opérations liées au Marketing digital

Acquis d'apprentissages (Learning Outcomes)

Acquis d'apprentissages (Learning Outcomes) :

Savoir : les étudiants vont acquérir des connaissances en :

- Stratégie de Communication
- marketing stratégique, opérationnel, et des services
- Distribution (Stratégie, petite et grande distribution)
- Marketing Digital
- Etudes de marché
- Informatique appliqué au Marketing via l'utilisation des techniques de référencement
- En anglais des affaires

Savoir être :

- S'engager activement et être responsable dans la mise en œuvre d'un projet pour atteindre les objectifs fixés.
- Démontrer une capacité à travailler à la fois individuellement et en équipe.
- S'avoir se mettre à la place de l'autre
- Avoir l'ouverture d'esprit
- Avoir la capacité de prendre la parole en public
- Avoir l'esprit critique.
- Bien communiquer oralement et par écrit en anglais et en français, notamment dans le domaine commercial,
- Avoir une assurance et confiance en soi à travers les modules de développement personnel, de communication et d'autres Soft Skills.

Savoir Faire : les étudiants seront capables de :

- Être capable de bien s'exprimer en Anglais
- S'approprier les concepts de base, les étapes et les outils du marketing ;
- Maîtriser les mécanismes de base du marketing stratégique et opérationnel;
- S'approprier les concepts de base, les étapes et les outils de communication ;
- Savoir maîtriser les stratégies, outils de base et plans d'actions du marketing des services ;
- Savoir étudier le marché, effectuer une veille concurrentielle et gérer le lancement de nouveaux produits et des innovations ;
- Maîtriser les techniques de vente et savoir mener des négociations commerciales ;
- Savoir créer une base de données clients, créer et gérer une bonne relation client et fidéliser les clients ;
- Savoir maîtriser les stratégies, outils de base et plans d'actions du marketing digital et des communautés virtuelles...
- Elaborer un business plan

Conditions d'accès à la formation

Nature du Bac et répartition			
Bac Mathématiques	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	16%
Bac Sciences expérimentales	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	15%
Bac Economie et Gestion	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	40%
Bac Informatique	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	3%
Bac Lettres	<input type="checkbox"/> Oui	<input checked="" type="checkbox"/> Non	0%
Bac Sport	<input type="checkbox"/> Oui	<input checked="" type="checkbox"/> Non	0%
Bac Technique	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	0%
Autres (à préciser) :	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	26%

Test d'admission : Oui Non

Autre (à préciser) : Bac étranger.....

Perspectives académiques

La possibilité de poursuite des études en :

- Master professionnel en Marketing (Marketing Digital et Communication, Marketing Stratégique et communication....)
- Master professionnel en Entrepreneuriat
- Master de recherche en Marketing
- Master professionnel en Management ou en GRH

Perspectives à l'échelle internationale

Dans le cadre de partenariat international, plusieurs universités françaises proposent des programmes de Masters grandes écoles ainsi que des masters spécialisés. L'étudiant est en mesure de s'inscrire en M1 et M2 en France ou pour certains programmes il peut valider le M1 à l'université libre de Tunis et continuer le M2 seulement en France.