



Université Libre de Tunis  
Bouebdelli Education Group



**Plan  
d'études**

**Licence en Marketing**



**Semestre – 1 – Tronc commun en Sciences de gestion**

N°	Unités d'Enseignement	Intitulé Matière	Volume des heures de formation présentes			Nombre de Crédits accordés		Coefficients		Modalité d'évaluation	
			C	TD	TP	ECU E	UE	ECU E	UE	Contrôle continu	Régime mixte
1	<p>UE : Principes de gestion</p> <p>Comp :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Présenter et définir les concepts de base ayant trait aux principes de gestion.</li> <li>-Savoir maîtriser les principes de base liés aux fonctions de l'entreprise : la fonction production, la fonction approvisionnement, la fonction Marketing, la fonction gestion financière et la fonction de la gestion des ressources humaines.</li> </ul>	Principes de gestion I	42	21	0	5	5	2,5	2,5		X
2	<p>UE : Comptabilité</p> <p>Comp :-Appréhender les objectifs et les principes de la comptabilité financière</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Maîtriser les mécanismes de base et les supports de la comptabilité financière (compte, journal, grand livre, balance)</li> <li>-Enregistrer les transactions dans les documents comptables</li> <li>-S'initier aux travaux comptables de fin d'exercice</li> <li>-Présenter l'information comptable aux utilisateurs en suivant les instructions du système comptable tunisien de 1997</li> </ul>	Comptabilité Financière I	42	21	0	5	5	2,5	2,5		X
3	<p>UE : Principes d'économie</p> <p>Comp : Analyser des comportements des agents économiques individuels (consommateur et producteur) et de leurs relations sur des marchés, de nature concurrentielle, où s'échangent des produits et des facteurs de production.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Susciter l'intérêt de l'étudiant à la microéconomie, en montrant comment celle-ci peut être utilisée pour mieux comprendre les problèmes d'actualité.</li> </ul>	Microéconomie	42	21	0	5	5	2,5	2,5		X

4	<p>Mathématiques :</p> <p>Comp : Déterminer de façon simple, les outils mathématiques utilisés par les gestionnaires et les économistes et indispensables à leur formation. -Appliquer les connaissances théoriques sur des exemples concrets liés à la gestion et à l'économie</p>	Mathématiques 1 : Analyse	42	21	0	5	5	2,5	2,5		X
5	<p>UE : Droit et calculs financiers</p> <p>Comp : Présenter l'importance du droit, le rôle des règles en tant que normes régulatrices de la société et les sanctions de son irrespect. -Connaître les sources écrites et les sources non écrites de la règle juridique -Traiter certaines problématiques juridiques -Comprendre le système judiciaire tunisien -Explorer les bases des mathématiques financières et d'effectuer des opérations financières simples.</p>	Introduction au droit	42	0	0	2	5	1	2,5		X
		Mathématiques Financières	21	21	0	3		1,5			X
6	<p>UE : Langue et informatique</p> <p>Comp : Récupérer et traiter des données; - Gérer des données; - Sauvegarder, archiver et rechercher des données; - Présenter en présentiel et à distance le résultat d'un travail; - Réussir un échange et une communication à distance; - Produire en situation de travail collaboratif; - Prendre position face aux problèmes et enjeux de l'utilisation des TIC : droits et devoirs, aspects juridiques, déontologiques et éthiques -Développer les connaissances nécessaires à la maîtrise de la langue anglaise</p>	Anglais (1)	21	0	0	2	5	1	2,5	X	
		C2i (1)	0	0	21	3		1,5		X	
<b>TOTAL</b>			<b>252</b>	<b>105</b>	<b>21</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>15</b>		



## Semestre – 2 – Tronc commun en Sciences de gestion

N°	Unités d'Enseignement	Intitulé Matière	Volume des heures de formation présentielle			Nombre de Crédits accordés		Coefficients		Modalité d'évaluation	
			C	TD	TP	ECU E	UE	ECU E	UE	Contrôle continu	Régime mixte
1	<p>UE Principes de Gestion II</p> <p>Comp :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Gérer une entreprise en se basant sur le processus de gestion et les théories mobilisées dans le cours.</li> <li>-Appliquer judicieusement et rigoureusement le processus de gestion dans différents domaines, contextes, situations, secteurs d'activités et tailles d'entreprises.</li> <li>-Se positionner par rapport aux théories présentées et mobilisées dans le cours.</li> </ul>	Principes de gestion II	42	21	0	5	5	2,5	2,5		X
2	<p>UE Principes de Gestion II</p> <p>Comp :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Gérer une entreprise en se basant sur le processus de gestion et les théories mobilisées dans le cours.</li> <li>-Appliquer judicieusement et rigoureusement le processus de gestion dans différents domaines, contextes, situations, secteurs d'activités et tailles d'entreprises.</li> <li>-Se positionner par rapport aux théories présentées et mobilisées dans le cours.</li> </ul>	Comptabilité Financière II	42	21	0	5	5	2,5	2,5		X
3	<p>UE : Mathématiques</p> <p>Comp : Fournir aux étudiants, des outils et des techniques de mathématiques en calcul matriciel par les économistes et indispensables à leur formation..</p>	Mathématiques II : Algèbre	42	21	0	5	5	2,5	2,5		X

4	<p>UE : Statistiques Comp : De maîtriser les concepts de base de la statistique descriptive et des calculs de probabilités</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dresser des tableaux et faire les représentations graphiques appropriées pour chaque type de série statistique ;</li> <li>- De calculer et interpréter Les paramètres de tendance centrale, de dispersion et de forme d'une variable quelconque (discrète ou continue, déterministe ou aléatoire, à une dimension ou à plusieurs ; les modèles probabilistes (discrets et continus)</li> <li>- D'identifier les lois usuelles discrètes et continues</li> <li>- De maîtriser le calcul des probabilités et la lecture des tables statistiques</li> </ul>	Statistiques descriptives et probabilité	42	21	0	5	5	2,5	2,5		X
5	<p>UE : Macroéconomie et Droit Fournir de véritables outils de travail et de formation permettant aux étudiants la compréhension des phénomènes économiques tels que la croissance économique, l'inflation, l'emploi, le chômage et les anticipations et d'étudier le rôle de l'Etat dans la relance de l'activité économique.</p> <p>Familiariser les étudiants avec les grands thématiques du droit des sociétés commerciales à savoir leurs natures juridiques , les règles régissant les différents modes de leur constitution, leur fonctionnement et leur disparition</p>	Macroéconomie	42	0	0	3	5	1,5	2,5		X
		Droit des sociétés commerciales	42	0	0	2		1			X
6	<p>UE : Langue et informatique Comp : Développer les compétences linguistiques.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Être capable de lire et comprendre un texte en anglais en rapport directe avec les sciences de gestion.</li> </ul> <p>Maîtriser des notions de grammaires et de conjugaison</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maîtriser les notions nécessaires à la certification C2i</li> </ul>	Anglais (2)	21	0	0	2	5	1	2,5	X	
		C2i (2)	0	0	21	3		1,5		X	
<b>TOTAL</b>			<b>273</b>	<b>84</b>	<b>21</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>15</b>		

### Semestre – 3 – Tronc commun en Sciences de gestion

N°	Unités d'Enseignement	Intitulé Matière	Volume des heures de formation présentielle			Nombre de Crédits accordés		Coefficients		Modalité d'évaluation	
			C	TD	TP	ECU E	UE	ECU E	UE	Contrôle continu	Régime mixte
1	UE : Management Comp Présenter et définir les concepts de base ayant trait au Management et au leadership. -Savoir établir une stratégie managériale réussie. -Savoir choisir le style de management approprié aux caractéristiques de l'entreprise, du marché et de l'environnement. -Savoir choisir le style de leadership approprié aux caractéristiques de l'entreprise, du marché et de l'environnement. -Savoir choisir le style de prise de décision approprié aux caractéristiques de l'entreprise, du marché et de l'environnement	Fondamentaux du Management	42	21	0	5	5	2,5	2,5		X
2	UE : Comptabilité de gestion Comp : Développer l'aptitude d'enregistrer les opérations comptables se rapportant à : <ul style="list-style-type: none"> <li>• La création de sociétés</li> <li>• L'affectation du résultat comptable</li> <li>• L'augmentation du capital</li> <li>• La réduction du capital</li> </ul>	Comptabilité de gestion	42	21	0	5	5	2,5	2,5		X
3	UE : Marketing Comp : Familiariser les étudiants aux outils marketing dont disposent aujourd'hui les managers pour installer leurs offres sur les marchés <ul style="list-style-type: none"> <li>- Intégrer les savoirs acquis sur les différentes stratégies marketing appliquées par les entreprises</li> <li>- Découvrir et comprendre la mise en application du mix-marketing et actions marketing</li> </ul>	Fondamentaux du Marketing	42	21	0	5	5	2,5	2,5		X

4	<p>UE : Activités Pratiques</p> <p>Comp : Présenter et définir les concepts de base ayant trait à la gestion d'un projet.</p> <p>-Appliquer judicieusement et rigoureusement - par des activités pratiques, et à travers l'utilisation du logiciel de gestion des projets « MS Project » -, les étapes du processus de gestion d'un projet, jusqu'à l'aboutissement et la concrétisation de ce dernier</p>	Conduite de projet	21	0	0	5	5	2,5	2,5	X	
5	<p>UE : Langue et soft skills</p> <p>Comp : Sensibiliser l'étudiant aux principaux concepts à la base des comportements, des motivations et des actions des entrepreneurs.</p> <p>-Comprendre les notions d'entrepreneuriat, d'esprit d'entreprise et de culture entrepreneuriale ainsi que leurs implications dans la société.</p> <p>-Diffuser la culture entrepreneuriale à travers ce cours permettant ainsi de «déplacer» les jeunes diplômés de la logique de demandeurs d'emploi à celle de pourvoyeurs d'emploi.</p> <p>-Eveiller l'esprit entrepreneurial chez l'étudiant.</p>	Anglais(3)	21	0	0	3	5	1,5	2,5	X	
		Culture entrepreneuriale	21	0	0	2		1		X	
6	<p>UE : Fiscalité et Statistiques</p> <p>Comp :</p> <p>-Définir le droit fiscal</p> <p>-Classifier l'impôt</p> <p>- Calculer l'impôt</p> <p>-Effectuer les opérations d'inférence statistique (estimation et tests d'hypothèses,)</p> <p>-Savoir utiliser les méthodes des élection d'un échantillon.</p> <p>-Appliquer les opérations d'inférence statistique sur un modèle linéaire simple.</p>	Fiscalité	42	21	0	3	6	1	2,5		X
		Statistiques Inférentielles	42	21	0	3		1,5			X
<b>TOTAL</b>			<b>273</b>	<b>105</b>	<b>0</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>15</b>	<b>15</b>		



**Semestre – 4 – Tronc commun en Sciences de gestion**

N°	Unités d'Enseignement	Intitulé Matière	Volume des heures de formation présentielle			Nombre de Crédits accordés		Coefficients		Modalité d'évaluation	
			C	TD	TP	ECU E	UE	ECU E	UE	Contrôle continu	Régime mixte
1	UE : Gestion des Ressources Humaines Comp : Présenter et définir les concepts de base et les bonnes pratiques pour une gestion optimale des ressources humaines. - Savoir motiver le capital humain afin de maximiser son rendement. - Savoir effectuer une étude prévisionnelle des compétences. - Savoir sélectionner les meilleurs candidats et recruter les compétences en adéquation avec les missions qui leurs sont destinées. - Savoir choisir le programme de formation, le contenu de la formation, la période et les compétences concernées par ce programme de formation. - Savoir rémunérer équitablement les compétences humaines.	Fondamentaux de la GRH	42	21	0	5	5	2,5	2,5		X
2	UE: Finance Comp : - S'approprier les outils et la méthodologie pour mener un diagnostic financier d'entreprise - Détecter les signes de difficultés financières	Diagnostic financier	42	21	0	5	5	2,5	2,5		X
3	UE : Gestion de la production Comp : -Mettre en exergue l'importance et le rôle prépondérant de la fonction production au sein de l'entreprise. - Appréhender aussi les techniques d'analyse et de calcul inhérentes à la fonction production. - Identifier des concepts - Maîtriser les différents outils de gestion de la production.	Gestion de la production	21	21	21	5	5	2,5	2,5		X

4	<p>UE : Activités Pratiques</p> <p>Comp :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- S'engager activement et être responsable dans la mise en œuvre d'un projet pour atteindre les objectifs fixés.</li> <li>- Démontrer une capacité à travailler à la fois individuellement et en équipe.</li> </ul>	MERS	21	0	0	5	5	2,5	2,5	X	
5	<p>UE : Langue et soft skills</p> <p>Comp :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bien communiquer oralement et par écrit en anglais, notamment dans le domaine des affaires,</li> <li>- Elaborer un business plan</li> </ul>	Anglais des affaires	21	0	0	3	5	1,5	2,5	X	
		Business plan	21	0	0	2		1		X	
6	<p>UE : Comptabilité &amp; Economie des affaires</p> <p>Comp :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Analyser les états financiers d'une entreprise qui lui permet de prendre des décisions d'affaires et d'investissement éclairées.</li> <li>- Connaître les différentes structures de marchés (CPP, Monopole, Oligopole...)</li> <li>-Connaître le fonctionnement des différents marchés et calculer l'équilibre</li> <li>-Estimer l'impact des différentes configurations sur le surplus des agents économiques.</li> <li>-Estimer l'impact des politiques publiques (taxation/subvention) sur l'équilibre et le surplus collectif</li> </ul>	Elaboration des états financiers	42	21	0	2	5	1	2,5		X
		Economie des affaires	42	21	0	3		1,5			X
<b>TOTAL</b>			<b>252</b>	<b>105</b>	<b>21</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>15</b>		



## Semestre – 5 – Licence en Sciences de gestion - Mention : Marketing

N°	Unités d'Enseignement	Intitulé Matière	Volume des heures de formation présentielle			Nombre de Crédits accordés		Coefficients		Modalité d'évaluation	
			C	TD	TP	ECU E	UE	ECU E	UE	Contrôle continu	Régime mixte
1	UE : Marketing stratégique et opérationnel Comp : - Comprendre et appliquer le processus décisionnel menant à la planification d'une stratégie marketing - Planifier et élaborer une stratégie marketing - Analyser la notion de produit en marketing - Etudier le concept d'innovation permettant le développement de nouveaux produits - Analyser le processus de lancement d'un nouveau produit - Identifier et comprendre les différentes politiques de prix	Stratégie marketing	21	21	0	3	5	1,5	2,5		X
		Gestion des prix et des produit	21	21		2		1			X
2	UE : Recherche marketing Comp : .Savoir identifier le marché potentiel pour les produits d'une entreprise - Comprendre la perception et la satisfaction des clients par rapport aux produits vendus par une entreprise - Elaborer un guide d'entretien et un guide d'animation - Elaborer un questionnaire - Analyser les résultats d'une étude	Recherche marketing	42	21	0	4	4	2	2		X
3	UE : Analyse du comportement du consommateur Comp : Connaître les principaux concepts et les principales théories du comportement du consommateur - Identifier et distinguer les facteurs personnels qui influencent le comportement du consommateur - Connaître les influences extérieures auxquelles est soumis le consommateur - Identifier les différentes étapes du processus d'achat - Evaluer l'importance de l'expérience d'achat vécue	Analyse du comportement du consommateur	42	21	0	4	4	2	2		X

4	<p>UE : Activités Pratiques</p> <p>Comp :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Avoir une assurance et confiance en soi</li> <li>-Avoir une ouverture d'esprit</li> <li>-Avoir la capacité de prendre la parole en public</li> <li>-Avoir l'esprit critique</li> <li>-Savoir gérer son stress</li> <li>-Etre capable de s'exprimer de façon claire et fluide.</li> </ul>	Analyse du comportement du consommateur	0	0	0	5	5	2,5	2,5	X	
5	<p>UE : Langue et soft skills</p> <p>Comp :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Bien communiquer oralement et par écrit en anglais, notamment dans le domaine des affaires,</li> <li>-Etre prêt au passage de la certification ToEIC.</li> <li>-Préparer son entretien d'embauche</li> <li>-Maîtriser les outils nécessaires pour une bonne communication</li> <li>-Développer la confiance en soi</li> </ul>	TOEIC	21	0	0	2	5	1	2,5	X	
		Coaching et préparation à la vie professionnelle	21	0	0	3		1,5		X	
6	<p>UE : Marketing d'influence et créativité</p> <p>Com :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Comprendre le marketing d'influence et l'intégrer dans sa stratégie marketing</li> <li>- Connaître les motivations et les attentes des influenceurs</li> <li>- Identifier les influenceurs pertinents en fonction de ses objectifs</li> <li>- Concevoir une campagne efficace et mesurer ses résultats</li> <li>- Découvrir les plateformes et outils liés au marketing d'influence</li> </ul> <p>Comprendre et maîtriser les concepts d'innovation, de détection d'opportunité et leurs conditions d'émergence et d'application.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Reconnaître l'importance de la créativité et la distinguer de l'innovation</li> <li>- Identifier le profil créatif d'une personne et d'une organisation;</li> <li>-Explorer des techniques pour créer et développer un climat créatif dans une entreprise ou dans un groupe de travail.</li> </ul>	Marketing d'influence	42	21	0	4	7	2	3,5		X
		Créativité et innovation	42	21	0	3		1,5			X
<b>TOTAL</b>			<b>252</b>	<b>126</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>15</b>		

## Semestre – 6 – Licence en Sciences de gestion - Mention : Marketing

N°	Unités d'Enseignement	Intitulé Matière	Volume des heures de formation présentielles			Nombre de Crédits accordés		Coefficients		Modalité d'évaluation	
			C	TD	TP	ECU E	UE	ECU E	UE	Contrôle continu	Régime mixte
1	UE : Distribution Com : - Mettre en oeuvre de manière opérationnelle une approche expérientielle permettant d'organiser visuellement un magasin - Présenter et expliquer les différents schémas d'organisation des circuits de distribution	Stratégies de distribution	42	21	0	3	5	1,5	2,5		X
2	UE: Communication marketing Com : - Analyser les différents modes de communication - Elaborer un plan de communication marketing cohérent	Communication marketing	42	21	0	4	4	2	2		X
3	UE: Analyses des données marketing Com : - Savoir manipuler un logiciel de statistique - Savoir interpréter les résultats de l'application des méthodes d'analyse des données - Savoir étudier les implications en marketing des résultats obtenus suite aux applications des méthodes	Analyse des données marketing	42	21	0	4	4	2	2		X
4	UE : Activités Pratiques Comp : - S'engager activement et être responsable dans la mise en oeuvre 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 - Développer un esprit critique.	Projet Tutoré	21	0	0	5	5	2,5	2,5	X	

5	<p>UE : Langue et informatique</p> <p>Com :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Bien communiquer oralement et par écrit en anglais, notamment dans le domaine des affaires,</li> <li>-Avoir la certification Toeic</li> <li>-Acquérir les fondamentaux du SEO</li> <li>- Acquérir une méthodologie de conduite d'un projet SEO</li> <li>- Acquérir les techniques pour améliorer la visibilité et le trafic du site Web</li> <li>- Maitriser les techniques avancées de référencement naturel</li> <li>- Développer les activités en provenance des moteurs de recherche</li> </ul>	TOEIC	21	0	0	2	5	1	2,5	X	
		Référencement naturel SEO	0	0	21	3		1,5		X	
6	<p>UE : Stratégie et communication digitale</p> <p>Comp :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présenter et définir les concepts de base ayant trait à la stratégie digitale d'une entreprise</li> <li>- Elaborer une stratégie digitale</li> <li>- Savoir gérer des informations explorer/exploiter des informations - Créer du contenu à relayer sur la toile et gérer une e-réputation</li> <li>- Elaborer une stratégie de communication digitale et la décliner en plan opérationnel</li> <li>- Mettre en oeuvre le mix des actions de communication spécifiques au Web</li> <li>- Piloter et évaluer ses actions de communication Web</li> </ul>	Digital business strategy	42	21	0	3	7	1,5	3,5		X
		Communication digitale	42	21	0	4		2			X
<b>TOTAL</b>			<b>252</b>	<b>105</b>	<b>21</b>	<b>28</b>	<b>30</b>	<b>14</b>	<b>15</b>		