



Royaume du Maroc
Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche Scientifique
et de la Formation des Cadres

N° d'ordre CNaCES	Date d'arrivée
/...../2014

DESCRIPTIF DE DEMANDE D'ACCREDITATION

☐ LICENCE d'ETUDES FONDAMENTALES

☒ LICENCE PROFESSIONNELLE

☒ Nouvelle
demande

☐ Demande de renouvellement de
l'accréditation, selon le nouveau CNPN

Université	HASSAN II-CASABLANCA
Etablissement dont relève la filière	ECOLE SUPERIEURE DE TECHNOLOGIE
Département d'attache de la filière	TECHNIQUES DE MANAGEMENT
Intitulé de la filière (<u>intitulés dans la langue d'enseignement de la filière et en langue Arabe</u>)	MARKETING - VENTE التسويق والمبيعات
Parcours de formation, le cas échéant (<u>intitulé dans la langue d'enseignement de la filière et en langue Arabe</u>)	

Session 2014 _ date limite de dépôt des demandes d'accréditation : 31 mars 2014

Important

1. Le présent descriptif comprend 44 pages. Il doit être dûment rempli et adressé au secrétariat de la CNCES (Direction de l'Enseignement Supérieur et du Développement Pédagogique) **avant le 31 mars 2014**. La demande d'accréditation doit comporter les avis et visa du :
 - ✓ Coordonnateur pédagogique de la filière ;
 - ✓ Chef du département d'attache de la filière ;
 - ✓ Président du conseil de l'établissement dont relève la filière;
 - ✓ Président du conseil de l'université.
2. La demande d'accréditation doit être remise en **2 exemplaires sur support papier et une copie sur support électronique (format Word et format PDF, comportant les avis et visas requis ainsi que tous documents annexes)**.
3. Le descriptif dûment renseigné, doit se conformer aux :
 - **Cahier des Normes Pédagogiques Nationales ;**
 - **Modules et contenus du tronc commun national harmonisés pour le cas des Licences d'études Fondamentales, comme le prévoit le CNPN.**
4. L'offre de formation de l'université doit être cohérente et se baser sur des critères, d'opportunité, de qualité, de faisabilité et d'optimisation des ressources humaines et matérielles, à l'échelle du département, de l'établissement et de l'université. La demande d'accréditation doit satisfaire aux moyens humains et matérielles nécessaires à la bonne mise en œuvre de la filière considérée.
5. Lors de l'élaboration des filières, des tronc communs sont à prévoir entre les filières du même champ disciplinaire afin de permettre les passerelles entre filières au sein de l'établissement ou avec d'autres établissements. Aussi, **il faut éviter la multiplicité des filières dans une même discipline**. Le projet de la filière est élaboré par une équipe pédagogique qui relève d'un ou de plusieurs départements, selon le présent descriptif. Les projets de filières doivent être soumis au préalable à une évaluation au niveau de l'établissement et de l'université. Le projet de la filière comportant les avis et visa du département d'attache de la filière, est soumis par le département au conseil de l'établissement pour approbation, puis au Conseil de l'Université pour adoption tout en veillant au respect des normes pédagogiques nationales. Les demandes d'accréditation, une fois adoptées par les conseils de l'établissement et de l'université, sont transmises au Ministère pour accréditation. Les demandes d'accréditation de l'université sont accompagnées d'une note de présentation de l'offre globale de formation de l'université (opportunités, articulation entre les filières, les parcours de formation et les passerelles entre les filières,...)
6. Il est demandé de joindre à la demande d'accréditation :
 - Un CV succinct du coordonnateur pédagogique de la filière;
 - Les engagements des intervenants externes à l'université ;
 - Les engagements des partenaires socio-professionnels.
7. Si l'espace réservé à une rubrique est insuffisant, utiliser des feuilles supplémentaires.

AVIS ET VISAS

Le coordonnateur pédagogique de la filière *

** Le coordonnateur de la filière appartient au département d'attache de la filière*

** Joindre un CV succinct du coordonnateur de la filière*

Etablissement : ESTC

Département : Techniques de management

Prénom et Nom : Youssef MRABET

Grade : PESA

Spécialité : GESTION

Tél. : 0663472672

Fax : 0522252245

E. Mail : youssef.mrabet@estc.ma

Date et signature :

Le Chef de département d'attache de la filière

L'avis du département, exprimé par le chef de département, devrait se baser sur des critères précis de qualité, d'opportunité, de faisabilité, et d'optimisation des ressources humaines et matérielles, à l'échelle du département.

- ☐ Avis Favorable
- ☐ Avis Défavorable

Motivations :

Date, signature et cachet du Chef de département :

AVIS ET VISAS

Le Chef de l'établissement dont relève la filière

L'avis du Conseil d'établissement, exprimé par son président, devrait se baser sur des critères précis de qualité, d'opportunité, de faisabilité, et d'optimisation des ressources humaines et matérielles, à l'échelle de l'établissement.

- ☐ Avis Favorable
- ☐ Avis Défavorable

Motivations :

Date, signature et cachet du Chef de l'établissement :

Le Président de l'université

L'avis du Conseil d'université, exprimé par son président, devrait se baser sur des critères précis de qualité, d'opportunité, de faisabilité, et d'optimisation des ressources humaines et matérielles, à l'échelle de l'université.

- ☐ Avis Favorable
- ☐ Avis Défavorable

Motivations :

Date, signature et cachet du Président de l'université :

SOMMAIRE DES MODULES

Descriptif du Module n° :	Intitulé du Module	N° de la page
1	Langues appliquées	13
2	Communication et négociation commerciale	16
3	Démarche marketing	19
4	Marketing appliqué	22
5	Gestion ressources humaines	25
6	Gestion de la relation commerciale	29
7	Analyse du marché	33
8	Outils de la relation commerciale	36
9	Outils financiers et fiscaux	39
10	Projet du stage	42
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		
21		
22		
23		
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		
31		
32		
33		
34		
35		
36		
37		
38		

1. IDENTIFICATION DE LA FILIERE

Intitulé :

MARKETING VENTE

Parcours de formation, le cas échéant :

Discipline (s) (Par ordre d'importance relative) :

**MARKETING
NEGOCIATION COMMERCIALE**

Spécialité(s) du diplôme :

MARKETING VENTE

Mots clés : **MARKETING ; VENTE ; NEGOCIATION COMMERCIALE**

2. OBJECTIFS DE LA FORMATION

Cette formation vise le développement des potentiels en vue d'intégrer des missions d'encadrement et de responsabilités aux fonctions commerciales des entreprises

3. COMPETENCES A ACQUERIR

Cette formation vise à former, en un an, des professionnels du marketing capables de participer au développement d'un produit ou d'une gamme de produits, depuis leur conception jusqu'à leur commercialisation, par :

- la réalisation de prestations marketing pour des produits nouveaux ou existants ;
- la conception et l'élaboration de supports de communication ;
- le développement commercial et la négociation-vente.

4. DEBOUCHES DE LA FORMATION

Les diplômés seront prêts à pourvoir des postes d'assistants marketing, de chefs de produit, d'assistants de communication, de chargés d'étude, de chefs de secteur, de commerciaux, de technico-commerciaux... dans des PME et grandes entreprises de l'industrie, de la distribution, de la restauration et dans des sociétés d'études et de conseil.

5. CONDITIONS D'ACCES

5.1. MODALITES D'ADMISSION (La norme RG3 du CNPN prévoit, pour la **Licence Professionnelle**, que la sélection des candidats se fait par voie de test écrit et de toute autre modalité prévue dans le descriptif de la filière)

– **Diplômes requis :**

BAC +2 universitaire (DEUG, DUT, BTS, DTS,) ou équivalent en économie et gestion

– **Pré-requis pédagogiques spécifiques :**

Notions générales sur la gestion de l'entreprise

– **Procédures de sélection :**

☐ **Etude du dossier :**

(Expliciter les critères de sélection : mentions, nombre d'années d'études, notes des matières principales, etc...)

☒ **Test écrit : LANGUES ; CULTURE GENERALE ; MARKETING**

☒ **Entretien : CULTURE GENERALE ; PROJET PERSONNEL ET PROFESSIONNEL**

☐ **Autres (spécifier) :**

5.2. ACCES PAR PASSERELLES (Diplôme(s) requis, prés-requis spécifiques, procédures, effectifs des étudiants,...) :

5.3. EFFECTIFS PREVUS :

1^{ère} promotion : Année universitaire 2014/2015 : 36

2^{ème} promotion : Année universitaire 2015/2016 : 36

3^{ème} promotion : Année universitaire 2016/2017 : 36

4^{ème} promotion : Année universitaire 2017/2018 : 36

5^{ème} promotion : Année universitaire 2019/2020 : 36

6. ARTICULATION DE LA FILIERE AVEC LES FORMATIONS DISPENSEES AU NIVEAU DE L'UNIVERSITE

(Articulation entre les quatre premiers semestres et les 5^{ème} et 6^{ème}, Passerelles entre la filière et les autres filières Licence de l'établissement et au niveau de l'université, Articulation de la filière avec des LP et les Masters....)

Possibilité d'accès aux cycles de Master proposés par le département techniques de management

7. ORGANISATION MODULAIRE DE LA FILIERE

1^{er} 2^{ème} 3^{ème} et 4^{ème} SEMESTRES

	Module					Coordonnateur du module* (* le coordonnateur du module, intervenant dans le module, appartient au département d'attache du module)				
	N°	Intitulé	Volume Horaire	Nature du module (Majeur / Complémentaire)	Département d'attache du module	Nom et prénom	Etablissement / Université	Département	Spécialité	Grade
Semestre 1	1									
	2									
	3									
	4									
	5									
	6									
	7									
	TOTAL VH SEMESTRE 1									
Semestre 2	1									
	2									
	3									
	4									
	5									
	6									
	7									
	TOTAL VH SEMESTRE 2									
Semestre 3	1									
	2									
	3									
	4									
	5									
	6									
	TOTAL VH SEMESTRE 3									
Semestre 4	1									
	2									
	3									
	4									
	5									
	6									
	TOTAL VH SEMESTRE 4									

7. ORGANISATION MODULAIRE DE LA FILIERE (SUITE)

5^{ème} et 6^{ème} SEMESTRE

	Module					Coordonnateur du module* (* le coordonnateur du module, intervenant dans le module, appartient au département d'attache du module)				
	N°	Intitulé	Volume Horaire	Nature du module (Majeur / Complémentaire)	Département d'attache du module	Nom et prénom	Etablissement / Université	Département	Spécialité	Grade
Semestre 5	1	Langues appliquées	50	COMPLEMENTAIRE	TM	MANSOURI ZOULAL	ESTC	TM	LINGUISTIQUE	PESA
	2	COMMUNICATION ET NEGOCIATION COMMERCIALE	50	MAJEUR	TM	NEGGADY TOURIA	ESTC	TM	COMMUNICATION	PH
	3	DEMARCHE MARKETING	50	MAJEUR	TM	MRABET YOUSSEF	ESTC	TM	GESTION	PESA
	4	MARKETING APPLIQUE	50	MAJEUR	TM	MRABET YOUSSEF	ESTC	TM	GESTION	PESA
	5	GESTION RESSOURCES HUMAINES	50	COMPLEMENTAIRE	TM	FAHSSIS LATIFA	ESTC	TM	GRH	PH
	6	GESTION DE LA RELATION COMMERCIALE	50	MAJEUR	TM	YASSAFI MOUSSA	ESTC	TM	COMMUNICATION	PH
	TOTAL VH SEMESTRE 5									
Semestre 6	1	ANALYSE DU MARCHE	50	MAJEUR	TM	HAMDANI LATIFA	ESTC	TM	MATH STAT	PESA
	2	OUTILS DE LA RELATION COMMERCIALE	50	MAJEUR	TM	MDARBI SAID	ESTC	TM	FINANCE	PES
	3	OUTILS FINANCIERS ET FISCAUX	50	COMPLEMENTAIRE	TM	MDARBI SAID	ESTC	TM	FINANCE	PES
	4	PROJET DU STAGE	150	MAJEUR	TM	MRABET YOUSSEF	ESTC	TM	GESTION	PESA
	5									
	6									
	TOTAL VH SEMESTRE 6									

8. EQUIPE PEDAGOGIQUE DE LA FILIERE

Nom et Prénom	Département	Spécialité	Grade	INTERVENTION	
				Module(s) d'intervention	Nature (Cours, TD, TP, encadrement de projets, etc.)
1. Intervenants de l'établissement d'attache :					
MRABET YOUSSEF	TM	GESTION	PESA	Mo7 (1) Mo9 (1) M10	Cours, TD, TP, encadrement de projets
MDARBI SAID	TM	FINANCE	PES	Mo8 (2) Mo9 (2)	Cours, TD, encadrement de projets
MANSOURI ZOULAL	TM	LINGUISTIQUE	PESA	Mo1 (1)	Cours, TD, encadrement de projets
FARTAKH ADIL	TM	LINGUISTIQUE	PH	Mo1 (2)	Cours, TD, encadrement de projets
YASSAFI MOUSSA	TM	COMMUNICATION	PH	Mo4 (2)	Cours, TD, encadrement de projets
FAHSSIS LATIFA	TM	GRH	PH	Mo5	Cours, TD, encadrement de projets
BENNAGHMOUCH NABILA	TM	MARKETING	SD CYC	Mo3 Mo4(1)	Cours, TD, encadrement de projets
BEKKARI WASSIMA	TM	MARKETING	SD CYC	Mo2 (2)	Cours, TD, encadrement de projets
OUBAOUZINE HOUSSSINE	TM	INFO GESTION	PESA	Mo6 (2) Mo8 (1)	Cours, TD, TP, encadrement de projets
HAMDANI LATIFA	TM	MATH STAT	PESA	Mo7 (2)	Cours, TD, encadrement de projets
NEGGADY TOURIA	TM	PSYCHO COM	PH	Mo2 (1)	Cours, TD, encadrement de projets
2. Intervenants d'autres établissements de l'université (Préciser) :					
LAMI MAATI	FSJES CASA	DROIT	PES	Mo6 (1)	Cours, TD

8. EQUIPE PEDAGOGIQUE DE LA FILIERE (SUITE)

Nom et Prénom	Département	Spécialité	Grade	INTERVENTION	
				Module(s) d'intervention	Nature Cours, TD, TP, encadrement de projets, etc.
3. Intervenants externes à l'université* d'autres établissements de formation (Préciser l'établissement de formation / Joindre les documents d'engagement des intéressés)					
4. Intervenants socioéconomiques * (Préciser l'organisme / Joindre les documents d'engagement des intéressés)					

9. MOYENS MATERIELS ET LOGISTIQUE SPECIFIQUES, NECESSAIRES A LA MISE EN ŒUVRE DE LA LICENCE PROFESSIONNELLE

Disponibles	Prévus
3 salles d'informatique Un atelier équipé de matériel de tournage et d'enregistrement	

10. PARTENARIATS ET COOPERATION (PRECISER LA NATURE ET LES MODALITES)

10.1 Partenariat universitaire (*Joindre les documents d'engagement, pour les partenaires autre que l'université d'appartenance de l'établissement dont relève la filière*)

Institution	Nature et modalités du partenariat

10.2 Partenariat socio -professionnel (*Joindre documents d'engagement*)

Institution	Domaine d'activité	Nature et modalités

10.3 Autres partenariats (*préciser /Joindre documents d'engagement*)

Institution	Domaine d'activité	Nature et modalités d'intervention

11. AUTRES RENSEIGNEMENTS JUGES PERTINENTS

--

DESCRIPTIF DU MODULE

N° d'ordre du module	M01
Intitulé du module	LANGUES APPLIQUEES
Nature du module (Majeur / Complémentaire)	COMPLEMENTAIRE
Semestre d'appartenance du module	S5
Département d'attache	TM
Etablissement dont relève le module	ESTC

1. SYLLABUS DU MODULE

1.1. OBJECTIFS DU MODULE

-Initiation à la langue espagnole
-Perfectionnement de l'anglais commercial

1.2. PRE-REQUIS PEDAGOGIQUES

(Indiquer le ou les module(s) requis pour suivre ce module et le semestre correspondant)

Modules de langues assurés durant les deux premières années d'études

1.3. VOLUME HORAIRE (Les travaux dirigés sont obligatoires dans les modules majeurs. Les travaux pratiques, hors projet tutoré ou stage, constituent 20% au minimum du volume horaire global du module nécessitant des travaux pratiques).

Composante(s) du module	Volume horaire (VH)						
	Cours	TD	TP	Activités Pratiques (Travaux de terrain, Projets, Stages, ...), Autres/préciser)	Travail personnel	Evaluation des connaissances	VH global
Anglais commercial		23				2	25
Espagnol		23				2	25
VH global du module		46				4	50
% VH							100%

1.4. DESCRIPTION DU CONTENU DU MODULE

- Fournir une description détaillée des enseignements et/ou activités pour le module (Cours, TD, TP, Activités Pratiques, ...).
- Pour le cas des Licences d'Etudes Fondamentales, se conformer au contenu du tronc commun national.

1. Anglais commercial

- Companies: types of companies, interviews with managers, preparing an investment plan.
- Marketing: selling dreams, word partnerships, exchanging information, relaunch a product, sales leaflet.
- Managing people: the international manager, interview with a management consultant, socialising.
- Entertaining, the way to improve ways of working together.
- New business: Conditions for starting new businesses and public and private sector companies, developing.
- New industry, interview with a consultant to new business, time clauses, dealing with numbers.

2. Espagnol initiation

- Area tematica : Identificacion personal.
- Area tematica : Ubricacion
- Area tematica : Descripcion
- Area temetico : Expresion del tiempo
- Area tematica: Gustos y preferencias
- Area tematica : Comida y restaurantes : Turismo

1.5. MODALITES D'ORGANISATION DES ACTIVITES PRATIQUES

--

1.6. DESCRIPTION DU TRAVAIL PERSONNEL, LE CAS ECHEANT

--

2. EVALUATION

2.1. Modes d'évaluation

- Examen de fin de semestre : 70%
- Contrôles continus : Test écrit, épreuves orales, exposés : 30%

2.2. Note du module

(Préciser les coefficients de pondération attribués aux différentes évaluations pour obtenir la note du module.)

Anglais : 50%
Espagnol : 50%

2.3. Modalités de Validation du module

Un module est acquis soit par validation soit par compensation. Un module est validé si sa note est supérieure ou égale à 10 sur 20 et si aucune note de l'un des éléments le composant n'est inférieure à une note de 5 sur 20 Un module est acquis par compensation, si l'étudiant valide le semestre dont fait partie ce module
--

3. COORDONNATEUR ET EQUIPE PEDAGOGIQUE DU MODULE (Le coordonnateur du module appartient au département d'attache du module)

	Grade	Spécialité	Département	Etablissement	Nature d'intervention (Enseignements ou activités : Cours, TD, TP, encadrement de stage, de projets, ...)
Coordonnateur : Nom et Prénom MANSOURI ZOULAL	PESA	LINGUISTIQUE	TM	ESTC	COURS, TD
Intervenants : Nom et Prénom					
FARTAH ADIL	PH	LINGUISTIQUE	TM	ESTC	COURS, TD

4. AUTRES ELEMENTS PERTINENTS

--

DESCRIPTIF DU MODULE

N° d'ordre du module	Mo2
Intitulé du module	COMMUNICATION ET NEGOCIATION COMMERCIALE
Nature du module (Majeur / Complémentaire)	MAJEUR
Semestre d'appartenance du module	S5
Département d'attache	TM
Etablissement dont relève le module	ESTC

1. SYLLABUS DU MODULE

1.1. OBJECTIFS DU MODULE

-Initiation aux concepts de base de la communication
-Développement des différents outils de la négociation commerciale

1.2. PRE-REQUIS PEDAGOGIQUES

(Indiquer le ou les module(s) requis pour suivre ce module et le semestre correspondant)

Notions de base du marketing et de la communication

1.3. VOLUME HORAIRE (Les travaux dirigés sont obligatoires dans les modules majeurs. Les travaux pratiques, hors projet tutoré ou stage, constituent 20% au minimum du volume horaire global du module nécessitant des travaux pratiques).

Composante(s) du module	Volume horaire (VH)						
	Cours	TD	TP	Activités Pratiques (Travaux de terrain, Projets, Stages, ...), Autres /préciser)	Travail personnel	Evaluation des connaissances	VH global
Communication interpersonnel		23				2	25
Négociation commerciale		23				2	25
VH global du module		46				4	50
% VH							100%

1.4. DESCRIPTION DU CONTENU DU MODULE

- Fournir une description détaillée des enseignements et/ou activités pour le module (Cours, TD, TP, Activités Pratiques, ...).
- Pour le cas des Licences d'Etudes Fondamentales, se conformer au contenu du tronc commun national.

1.Communication

> Les concepts de base de la communication
> Méthodologie et conduite de réunion
> Les techniques de l'A.T. et de la P.N.L.
> Prise de parole en public et outils de présentation
> Les techniques d'entretien, de recrutement, d'évaluation, de recadrage

2.Négociation commerciale

Stratégie commerciale et plan d'action commerciale

La conception du plan d'action commerciale

Communication directe et vente directe

Les nouvelles formes de distribution (franchise, téléachat, ..)

Le rôle des technologies de l'information, l'apport de l'intelligence économique, évolutions et perspectives.

Internet et E. Commerce

1.5. MODALITES D'ORGANISATION DES ACTIVITES PRATIQUES

1.6. DESCRIPTION DU TRAVAIL PERSONNEL, LE CAS ECHEANT

2. EVALUATION

2.1. Modes d'évaluation

- Examen de fin de semestre : 70%
- Contrôles continus : Test écrit, épreuves orales, exposés : 30%

2.2. Note du module

(Préciser les coefficients de pondération attribués aux différentes évaluations pour obtenir la note du module.)

Communication interpersonnel : 50%
Négociation commerciale : 50%

2.3. Modalités de Validation du module

Un module est acquis soit par validation soit par compensation.
Un module est validé si sa note est supérieure ou égale à 10 sur 20 et si aucune note de l'un des éléments le composant n'est inférieure à une note de 5 sur 20
Un module est acquis par compensation, si l'étudiant valide le semestre dont fait partie ce module

3. COORDONNATEUR ET EQUIPE PEDAGOGIQUE DU MODULE (Le coordonnateur du module appartient au département d'attache du module)

	Grade	Spécialité	Département	Etablissement	Nature d'intervention (Enseignements ou activités : Cours, TD, TP, encadrement de stage, de projets, ...)
Coordonnateur : Nom et Prénom NEGGADY TOURIA	PH	PSYCHO COM	TM	ESTC	Cours, TD
Intervenants : Nom et Prénom					
BEKKARI WASSIMA	SD CYC	MARKETING	TM	ESTC	Cours, TD

4. AUTRES ELEMENTS PERTINENTS

DESCRIPTIF DU MODULE

N° d'ordre du module	Mo3
Intitulé du module	DEMARCHE MARKETING
Nature du module (Majeur / Complémentaire)	MAJEUR
Semestre d'appartenance du module	S5
Département d'attache	TM
Etablissement dont relève le module	ESTC

1. SYLLABUS DU MODULE

1.1. OBJECTIFS DU MODULE

- Rappel des notions de base du marketing
- Approfondissement des concepts du marketing opérationnel et stratégique

1.2. PRE-REQUIS PEDAGOGIQUES

(Indiquer le ou les module(s) requis pour suivre ce module et le semestre correspondant)

Notions de base du marketing

1.3. VOLUME HORAIRE (Les travaux dirigés sont obligatoires dans les modules majeurs. Les travaux pratiques, hors projet tutoré ou stage, constituent 20% au minimum du volume horaire global du module nécessitant des travaux pratiques).

Composante(s) du module	Volume horaire (VH)						
	Cours	TD	TP	Activités Pratiques (Travaux de terrain, Projets, Stages, ...), Autres /préciser)	Travail personnel	Evaluation des connaissances	VH global
Marketing stratégique	10	13				2	25
Marketing opérationnel	10	13				2	25
VH global du module	20	26				4	50
% VH							100%

1.4. DESCRIPTION DU CONTENU DU MODULE

- Fournir une description détaillée des enseignements et/ou activités pour le module (Cours, TD, TP, Activités Pratiques, ...).
- Pour le cas des Licences d'Etudes Fondamentales, se conformer au contenu du tronc commun national.

1. marketing stratégique

Introduction

L'analyse du marché comme préalable

Les principales stratégies marketing

2. marketing opérationnel

> La notion de marché

> La politique de produit

> Les variables du comportement du consommateur

> Les décisions d'achat

> La politique de prix

> Les choix de circuits de distribution

> La politique de communication de l'entreprise

1.5. MODALITES D'ORGANISATION DES ACTIVITES PRATIQUES

1.6. DESCRIPTION DU TRAVAIL PERSONNEL, LE CAS ECHEANT

2. EVALUATION

2.1. Modes d'évaluation

- Examen de fin de semestre : 70%
- Contrôles continus : Test écrit, épreuves orales, exposés : 30%

2.2. Note du module

(Préciser les coefficients de pondération attribués aux différentes évaluations pour obtenir la note du module.)

Marketing stratégique : 50%
Marketing opérationnel : 50%

2.3. Modalités de Validation du module

Un module est acquis soit par validation soit par compensation.
Un module est validé si sa note est supérieure ou égale à 10 sur 20 et si aucune note de l'un des éléments le composant n'est inférieure à une note de 5 sur 20
Un module est acquis par compensation, si l'étudiant valide le semestre dont fait partie ce module

3. COORDONNATEUR ET EQUIPE PEDAGOGIQUE DU MODULE (Le coordonnateur du module appartient au département d'attache du module)

	Grade	Spécialité	Département	Etablissement	Nature d'intervention (Enseignements ou activités : Cours, TD, TP, encadrement de stage, de projets, ...)
Coordonnateur : Nom et Prénom MRABET YOUSSEF	PESA	GESTION	TM	ESTC	Encadrement
Intervenants : Nom et Prénom					
BENAGHMOUCH NABILA	SD CYC	MARKETING	TM	ESTC	Cours, TD

4. AUTRES ELEMENTS PERTINENTS

DESCRIPTIF DU MODULE

N° d'ordre du module	Mo4
Intitulé du module	MARKETING APPLIQUE
Nature du module (Majeur / Complémentaire)	MAJEUR
Semestre d'appartenance du module	S5
Département d'attache	TM
Etablissement dont relève le module	ESTC

1. SYLLABUS DU MODULE

1.1. OBJECTIFS DU MODULE

Maitrise des techniques du marketing direct
Maitrise des outils du marketing sectoriel

1.2. PRE-REQUIS PEDAGOGIQUES

(Indiquer le ou les module(s) requis pour suivre ce module et le semestre correspondant)

Mo3 Mo4

1.3. VOLUME HORAIRE (Les travaux dirigés sont obligatoires dans les modules majeurs. Les travaux pratiques, hors projet tutoré ou stage, constituent 20% au minimum du volume horaire global du module nécessitant des travaux pratiques).

Composante(s) du module	Volume horaire (VH)						
	Cours	TD	TP	Activités Pratiques (Travaux de terrain, Projets, Stages, ...), Autres/préciser)	Travail personnel	Evaluation des connaissances	VH global
Marketing sectoriel	23					2	25
Marketing direct	23					2	25
VH global du module	46					4	50
% VH							100%

1.4. DESCRIPTION DU CONTENU DU MODULE

- Fournir une description détaillée des enseignements et/ou activités pour le module (Cours, TD, TP, Activités Pratiques, ...).
- Pour le cas des Licences d'Etudes Fondamentales, se conformer au contenu du tronc commun national.

Marketing sectoriel

1. Comment dégager une marge positive ?
2. B to B : marketing en direction des professionnels
3. En Marketing B to B récolte l'information.
4. La matrice BCG
5. La matrice McKinsey
6. Les 5 forces de Porter
7. La Loi de Pareto

Marketing direct

- Place du MD dans la démarche marketing
- Les principaux outils du MD
- Les fichiers (l'aspect gestion informatique des fichiers sera traité en liaison avec le cours d'informatique)
- La conduite d'une opération de MD.

1.5. MODALITES D'ORGANISATION DES ACTIVITES PRATIQUES

1.6. DESCRIPTION DU TRAVAIL PERSONNEL, LE CAS ECHEANT

2. EVALUATION

2.1. Modes d'évaluation

- Examen de fin de semestre : 70%
- Contrôles continus : Test écrit, épreuves orales, exposés : 30%

2.2. Note du module

(Préciser les coefficients de pondération attribués aux différentes évaluations pour obtenir la note du module.)

Marketing sectoriel : 50%
Marketing direct : 50%

2.3. Modalités de Validation du module

Un module est acquis soit par validation soit par compensation.
Un module est validé si sa note est supérieure ou égale à 10 sur 20 et si aucune note de l'un des éléments le composant n'est inférieure à une note de 5 sur 20
Un module est acquis par compensation, si l'étudiant valide le semestre dont fait partie ce module

3. COORDONNATEUR ET EQUIPE PEDAGOGIQUE DU MODULE (Le coordonnateur du module appartient au département d'attache du module)

	Grade	Spécialité	Département	Etablissement	Nature d'intervention (Enseignements ou activités : Cours, TD, TP, encadrement de stage, de projets, ...)
Coordonnateur : Nom et Prénom MRABET YOUSSEF	PESA	GESTION	TM	ESTC	Encadrement
Intervenants : Nom et Prénom					
BENAGHMOUCH NABILA	SD CYC	MARKETING	TM	ESTC	Cours, TD
YASSAFI MOUSSA	PH	COMMUNICATION	TM	ESTC	Cours, TD

4. AUTRES ELEMENTS PERTINENTS

DESCRIPTIF DU MODULE

N° d'ordre du module	Mo5
Intitulé du module	GESTION RESSOURCES HUMAINES
Nature du module (Majeur / Complémentaire)	COMPLEMENTAIRE
Semestre d'appartenance du module	S5
Département d'attache	TM
Etablissement dont relève le module	ESTC

1. SYLLABUS DU MODULE

1.1. OBJECTIFS DU MODULE

- Maîtrise des notions de base de la gestion des ressources humaines
- Initiation aux outils juridiques

1.2. PRE-REQUIS PEDAGOGIQUES

(Indiquer le ou les module(s) requis pour suivre ce module et le semestre correspondant)

Notions de base en GRH et en droit

1.3. VOLUME HORAIRE (Les travaux dirigés sont obligatoires dans les modules majeurs. Les travaux pratiques, hors projet tutoré ou stage, constituent 20% au minimum du volume horaire global du module nécessitant des travaux pratiques).

Composante(s) du module	Volume horaire (VH)						
	Cours	TD	TP	Activités Pratiques (Travaux de terrain, Projets, Stages, ...), Autres /préciser)	Travail personnel	Evaluation des connaissances	VH global
GRH et législation de travail	23					2	25
Gestion et animation de la force de vente	10	13				2	25
VH global du module	33	13				4	50
% VH							100%

1.4. DESCRIPTION DU CONTENU DU MODULE

- Fournir une description détaillée des enseignements et/ou activités pour le module (Cours, TD, TP, Activités Pratiques, ...).
- Pour le cas des Licences d'Etudes Fondamentales, se conformer au contenu du tronc commun national.

1. Gestion des ressources humaines Législation de travail

PRESENTATION DE LA FONCTION RESSOURCES HUMAINES

RECRUTEMENT ET INTEGRATION

L'EVALUATION

LA REMUNERATION

Généralités sur le droit de travail

Le contrat du travail

La convention collective

La réglementation du travail

Conditions du travail

Les salaires

Les congés

Le repos hebdomadaire et jours fériés

Les accidents du travail

La cessation du contrat du travail

2. Gestion de la force de vente

Les objectifs assignés à la Force de vente

La stratégie de vente

La structure de la force de vente

La composition de la force de vente
Les Fonctions de la Force de Vente
Les objectifs assignés aux vendeurs
La rémunération des vendeurs
Le recrutement et la sélection des vendeurs
Les méthodes de recrutement
La Formation des vendeurs
La supervision des agents commerciaux
L'évaluation des vendeurs

1.5. MODALITES D'ORGANISATION DES ACTIVITES PRATIQUES

1.6. DESCRIPTION DU TRAVAIL PERSONNEL, LE CAS ECHEANT

2. EVALUATION

2.1. Modes d'évaluation

- Examen de fin de semestre : 70%
- Contrôles continus : Test écrit, épreuves orales, exposés : 30%

2.2. Note du module

(Préciser les coefficients de pondération attribués aux différentes évaluations pour obtenir la note du module.)

GRH et législation de travail : 50%
Gestion et animation de la force de vente : 50%

2.3. Modalités de Validation du module

Un module est acquis soit par validation soit par compensation.
Un module est validé si sa note est supérieure ou égale à 10 sur 20 et si aucune note de l'un des éléments le composant n'est inférieure à une note de 5 sur 20
Un module est acquis par compensation, si l'étudiant valide le semestre dont fait partie ce module

3. COORDONNATEUR ET EQUIPE PEDAGOGIQUE DU MODULE (Le coordonnateur du module appartient au département d'attache du module)

	Grade	Spécialité	Département	Etablissement	Nature d'intervention (Enseignements ou activités : Cours, TD, TP, encadrement de stage, de projets, ...)
Coordonnateur : Nom et Prénom LATIFA FAHSSIS	PH	GRH	TM	ESTC	Cours, TD
Intervenants : Nom et Prénom					

4. AUTRES ELEMENTS PERTINENTS

--

DESCRIPTIF DU MODULE

N° d'ordre du module	Mo6
Intitulé du module	GESTION DE LA RELATION COMMERCIALE
Nature du module (Majeur / Complémentaire)	MAJEUR
Semestre d'appartenance du module	S5
Département d'attache	TM
Etablissement dont relève le module	ESTC

1. SYLLABUS DU MODULE

1.1. OBJECTIFS DU MODULE

Initiation aux à la législation en matière de défense du consommateur
Maîtrise des outils de gestion commerciale

1.2. PRE-REQUIS PEDAGOGIQUES

(Indiquer le ou les module(s) requis pour suivre ce module et le semestre correspondant)

Notions de droit et de marketing

1.3. VOLUME HORAIRE (Les travaux dirigés sont obligatoires dans les modules majeurs. Les travaux pratiques, hors projet tutoré ou stage, constituent 20% au minimum du volume horaire global du module nécessitant des travaux pratiques).

Composante(s) du module	Volume horaire (VH)						
	Cours	TD	TP	Activités Pratiques (Travaux de terrain, Projets, Stages, ...), Autres/préciser)	Travail personnel	Evaluation des connaissances	VH global
Consumérisme et droit de la consommation	23					2	25
Gestion commerciale et CRM	10	13				2	25
VH global du module	23	23				4	50
% VH							100%

1.4. DESCRIPTION DU CONTENU DU MODULE

- Fournir une description détaillée des enseignements et/ou activités pour le module (Cours, TD, TP, Activités Pratiques, ...).
- Pour le cas des Licences d'Etudes Fondamentales, se conformer au contenu du tronc commun national.

Consumérisme et droit de la consommation

Introduction générale

Les intervenants en matière de consommation

La distribution des produits et des services

Contrats pré rédigés

Produits et services

Le crédit à la consommation

Logement

Règlement des litiges de consommation

Gestion commerciale et CRM

Enjeux et place du marketing relationnel au sein du marketing.

CRM et connaissance du client.

Utilité du datawarehouse (DWH) dans la stratégie générale de l'entreprise.

Utilisations analytiques du datawarehouse : datamining, scorings.

Les outils du CRM, typologie des solutions et logiciels actuels.

Les techniques traditionnelles de fidélisation et leurs limites.

Utilisation opérationnelle du marketing relationnel dans la fidélisation des clients : le datamining,

les techniques de ciblage, l'utilisation des canaux de communication architecture et contenu du DWH.
Les nouveaux profils de clients et leur fidélisation : la connaissance du client et l'évaluation de ses réactions.
Utilisation opérationnelle du marketing relationnel dans la conquête de clients.
Utilisation des bases de données extérieures, le géomarketing.
Marketing de la permission, respect de la vie privée, réglementation
Le CRM - Réflexion prospectives.

1.5. MODALITES D'ORGANISATION DES ACTIVITES PRATIQUES

1.6. DESCRIPTION DU TRAVAIL PERSONNEL, LE CAS ECHEANT

2. EVALUATION

2.1. Modes d'évaluation

- Examen de fin de semestre : 70%
- Contrôles continus : Test écrit, épreuves orales, exposés : 30%

2.2. Note du module

(Préciser les coefficients de pondération attribués aux différentes évaluations pour obtenir la note du module.)

Consommérisme et droit de la consommation : 50%
Gestion commerciale et CRM : 50%

2.3. Modalités de Validation du module

Un module est acquis soit par validation soit par compensation.
Un module est validé si sa note est supérieure ou égale à 10 sur 20 et si aucune note de l'un des éléments le composant n'est inférieure à une note de 5 sur 20
Un module est acquis par compensation, si l'étudiant valide le semestre dont fait partie ce module

3. COORDONNATEUR ET EQUIPE PEDAGOGIQUE DU MODULE (Le coordonnateur du module appartient au département d'attache du module)

	Grade	Spécialité	Département	Etablissement	Nature d'intervention (Enseignements ou activités : Cours, TD, TP, encadrement de stage, de projets, ...)
Coordonnateur : Nom et Prénom YASSAFI MOUSSA	PH	COMMUNICATION	TM	ESTC	Encadrement
Intervenants : Nom et Prénom					
OUBAOUZZINE HOUSSINE	PESA	INFO GESTION	TM	ESTC	Cours, TD, TP
LAMI MAATI	PES	DROIT		FSJES CASA	Cours, TD

4. AUTRES ELEMENTS PERTINENTS

--

DESCRIPTIF DU MODULE

N° d'ordre du module	Mo7
Intitulé du module	ANALYSE DU MARCHÉ
Nature du module (Majeur / Complémentaire)	MAJEUR
Semestre d'appartenance du module	S6
Département d'attache	TM
Etablissement dont relève le module	ESTC

1. SYLLABUS DU MODULE

1.1. OBJECTIFS DU MODULE

Initiation aux techniques d'enquêtes
Perfectionnement des connaissances statistiques

1.2. PRE-REQUIS PEDAGOGIQUES

(Indiquer le ou les module(s) requis pour suivre ce module et le semestre correspondant)

Notions de base en marketing, statistique et informatique

1.3. VOLUME HORAIRE (Les travaux dirigés sont obligatoires dans les modules majeurs. Les travaux pratiques, hors projet tutoré ou stage, constituent 20% au minimum du volume horaire global du module nécessitant des travaux pratiques).

Composante(s) du module	Volume horaire (VH)						
	Cours	TD	TP	Activités Pratiques (Travaux de terrain, Projets, Stages, ...), Autres /préciser)	Travail personnel	Evaluation des connaissances	VH global
Recherche commerciale	13	10				2	25
Analyse statistique des données	13	10				2	25
VH global du module	26	20				4	50
% VH							100%

1.4. DESCRIPTION DU CONTENU DU MODULE

- Fournir une description détaillée des enseignements et/ou activités pour le module (Cours, TD, TP, Activités Pratiques, ...).
- Pour le cas des Licences d'Etudes Fondamentales, se conformer au contenu du tronc commun national.

1. Recherche commerciale

Informations commerciales et processus décision
Les préalables à l'étude de marché
Les approches qualitatives
L'enquête quantitative

2. Analyse statistique des données

Notions mathématiques et statistiques indispensables
La corrélation ou régression multiple
L'étude des tableaux croisés
Tableau de BURT et tableaux de contingence
L'analyse factorielle des correspondances
L'analyse en composantes principales
L'analyse discriminante
L'analyse des variances

1.5. MODALITES D'ORGANISATION DES ACTIVITES PRATIQUES

1.6. DESCRIPTION DU TRAVAIL PERSONNEL, LE CAS ECHEANT

2. EVALUATION

2.1. Modes d'évaluation

- Examen de fin de semestre : 70%
- Contrôles continus : Test écrit, épreuves orales, exposés : 30%

2.2. Note du module

(Préciser les coefficients de pondération attribués aux différentes évaluations pour obtenir la note du module.)

Recherche commerciale : 50%
Analyse statistique des données : 50%

2.3. Modalités de Validation du module

Un module est acquis soit par validation soit par compensation.
Un module est validé si sa note est supérieure ou égale à 10 sur 20 et si aucune note de l'un des éléments le composant n'est inférieure à une note de 5 sur 20
Un module est acquis par compensation, si l'étudiant valide le semestre dont fait partie ce module

3. COORDONNATEUR ET EQUIPE PEDAGOGIQUE DU MODULE (Le coordonnateur du module appartient au département d'attache du module)

	Grade	Spécialité	Département	Etablissement	Nature d'intervention (Enseignements ou activités : Cours, TD, TP, encadrement de stage, de projets, ...)
Coordonnateur : Nom et Prénom HAMDANI LATIFA	PESA	MATH STAT	TM	ESTC	Cours, TD
Intervenants : Nom et Prénom					
MRABET YOUSSEF	PESA	GESTION	TM	ESTC	Cours, TD, TP

4. AUTRES ELEMENTS PERTINENTS

DESCRIPTIF DU MODULE

N° d'ordre du module	Mo8
Intitulé du module	OUTILS DE LA RELATION COMMERCIALE
Nature du module (Majeur / Complémentaire)	MAJEUR
Semestre d'appartenance du module	S6
Département d'attache	TM
Etablissement dont relève le module	ESTC

1. SYLLABUS DU MODULE

1.1. OBJECTIFS DU MODULE

Initiation aux techniques du commerce électronique
Initiation aux calculs des coûts

1.2. PRE-REQUIS PEDAGOGIQUES

(Indiquer le ou les module(s) requis pour suivre ce module et le semestre correspondant)

Notions de marketing, de comptabilité et d'informatique

1.3. VOLUME HORAIRE (Les travaux dirigés sont obligatoires dans les modules majeurs. Les travaux pratiques, hors projet tutoré ou stage, constituent 20% au minimum du volume horaire global du module nécessitant des travaux pratiques).

Composante(s) du module	Volume horaire (VH)						
	Cours	TD	TP	Activités Pratiques (Travaux de terrain, Projets, Stages, ...), Autres /préciser)	Travail personnel	Evaluation des connaissances	VH global
NTIC et E-commerce	10	13				2	25
Calcul des coûts	10	13				2	25
VH global du module	20	26				4	50
% VH							100%

1.4. DESCRIPTION DU CONTENU DU MODULE

- Fournir une description détaillée des enseignements et/ou activités pour le module (Cours, TD, TP, Activités Pratiques, ...).
- Pour le cas des Licences d'Etudes Fondamentales, se conformer au contenu du tronc commun national.

NTIC et E-commerce

Présentation du concept de e-commerce et de e-business
Notions et pratiques sur comment vendre sur le web
La réglementation du commerce électronique
Le système informatique et le système d'information
L'architecture et les réseaux informatiques
Les outils de diffusion, comme internet
Les outils partage de l'information
Messagerie : outil de diffusion, webmail, import de fichiers

Calcul des coûts

Principes de base de la comptabilité de gestion.
Le calcul des coûts complets
Centres auxiliaires et prestations croisées
La prise en compte des stocks
Le coût variable
Le seuil de rentabilité.

1.5. MODALITES D'ORGANISATION DES ACTIVITES PRATIQUES

1.6. DESCRIPTION DU TRAVAIL PERSONNEL, LE CAS ECHEANT

2. EVALUATION

2.1. Modes d'évaluation

- Examen de fin de semestre : 70%
- Contrôles continus : Test écrit, épreuves orales, exposés : 30%

2.2. Note du module

(Préciser les coefficients de pondération attribués aux différentes évaluations pour obtenir la note du module.)

NTIC et E-commerce : 50%
Calcul des coûts : 50%

2.3. Modalités de Validation du module

Un module est acquis soit par validation soit par compensation.

Un module est validé si sa note est supérieure ou égale à 10 sur 20 et si aucune note de l'un des éléments le composant n'est inférieure à une note de 5 sur 20

Un module est acquis par compensation, si l'étudiant valide le semestre dont fait partie ce module

3. COORDONNATEUR ET EQUIPE PEDAGOGIQUE DU MODULE (Le coordonnateur du module appartient au département d'attache du module)

	Grade	Spécialité	Département	Etablissement	Nature d'intervention (Enseignements ou activités : Cours, TD, TP, encadrement de stage, de projets, ...)
Coordonnateur : Nom et Prénom MDARBI SAID	PES	FINANCE	TM	ESTC	Cours, TD
Intervenants : Nom et Prénom					
OUBAOUZZINE HOUSSINE	PESA	INFO GESTION	TM	ESTC	Cours, TD, TP

4. AUTRES ELEMENTS PERTINENTS

DESCRIPTIF DU MODULE

N° d'ordre du module	Mo9
Intitulé du module	OUTILS FINANCIERS ET FISCAUX
Nature du module (Majeur / Complémentaire)	COMPLEMENTAIRE
Semestre d'appartenance du module	S6
Département d'attache	TM
Etablissement dont relève le module	ESTC

1. SYLLABUS DU MODULE

1.1. OBJECTIFS DU MODULE

Initiation aux techniques de base de l'analyse comptable et de la fiscalité

1.2. PRE-REQUIS PEDAGOGIQUES

(Indiquer le ou les module(s) requis pour suivre ce module et le semestre correspondant)

Notions de base de comptabilité et de fiscalité

1.3. VOLUME HORAIRE (Les travaux dirigés sont obligatoires dans les modules majeurs. Les travaux pratiques, hors projet tutoré ou stage, constituent 20% au minimum du volume horaire global du module nécessitant des travaux pratiques).

Composante(s) du module	Volume horaire (VH)						
	Cours	TD	TP	Activités Pratiques (Travaux de terrain, Projets, Stages, ...), Autres/préciser)	Travail personnel	Evaluation des connaissances	VH global
Comptabilité financière	10	13				2	25
Fiscalité	10	13				2	25
VH global du module	20	26				4	50
% VH							100%

1.4. DESCRIPTION DU CONTENU DU MODULE

- Fournir une description détaillée des enseignements et/ou activités pour le module (Cours, TD, TP, Activités Pratiques, ...).
- Pour le cas des Licences d'Etudes Fondamentales, se conformer au contenu du tronc commun national.

1. Comptabilité financière

Généralités sur la comptabilité

Le Bilan

Le CPC

La facturation

Analyse financière du bilan

Analyse financière du CPC

Les ratios

2. Fiscalité

Taxe sur la valeur ajoutée

Impôt sur le revenu (IR sur les salaires)

1.5. MODALITES D'ORGANISATION DES ACTIVITES PRATIQUES

1.6. DESCRIPTION DU TRAVAIL PERSONNEL, LE CAS ECHEANT

2. EVALUATION

2.1. Modes d'évaluation

- Examen de fin de semestre : 70%
- Contrôles continus : Test écrit, épreuves orales, exposés : 30%

2.2. Note du module

(Préciser les coefficients de pondération attribués aux différentes évaluations pour obtenir la note du module.)

Comptabilité financière : 50%
Fiscalité : 50%

2.3. Modalités de Validation du module

Un module est acquis soit par validation soit par compensation.
Un module est validé si sa note est supérieure ou égale à 10 sur 20 et si aucune note de l'un des éléments le composant n'est inférieure à une note de 5 sur 20
Un module est acquis par compensation, si l'étudiant valide le semestre dont fait partie ce module

4. COORDONNATEUR ET EQUIPE PEDAGOGIQUE DU MODULE (Le coordonnateur du module appartient au département d'attache du module)

	GRADE	Spécialité	Département	Etablissement	Nature d'intervention (Enseignements ou activités : Cours, TD, TP, encadrement de stage, de projets, ...)
Coordonnateur : Nom et Prénom MDARBI SAID	PES	FINANCE	TM	ESTC	Cours, TD
Intervenants : Nom et Prénom					
MRABET YOUSSEF	PESA	GESTION	TM	ESTC	Cours, TD

4. AUTRES ELEMENTS PERTINENTS

DESCRIPTION DU PROJET TUTEUR OU DU STAGE

- Pour la **Licence d'Etudes Fondamentales**, un **projet tutoré** spécifique à la filière est obligatoire au cours du 6^{ème} semestre. Toutefois, les sujets du projet tutoré peuvent être attribués à partir du 5^{ème} Semestre. Le projet peut être sous forme de recherche ou d'étude, de projet pratique, de stage ou de toute autre forme appropriée ; il doit faire l'objet d'un rapport et éventuellement d'une soutenance devant un jury. Le projet peut être réalisé individuellement ou en groupe et fait l'objet d'une note. Il est équivalent à deux modules.
- Pour la **Licence Professionnelle**, un **stage** professionnel est obligatoire au cours du 6^{ème} semestre. Toutefois, les sujets du stage peuvent être attribués à partir du 5^{ème} Semestre. Le stage consiste en un contact direct de l'étudiant avec le milieu socioprofessionnel et une connaissance du mode de fonctionnement de ce milieu sur les plans technique et humain. A travers le stage, l'étudiant traite d'une problématique spécifique à une institution socioprofessionnelle. Il est co-encadré par cette institution et l'établissement universitaire dont il relève. Le stage fait l'objet d'un rapport sanctionné par une soutenance devant un jury et fait l'objet d'une note. Le jury de soutenance est composé d'au moins trois intervenants dans la filière dont l'encadrant du stage.
Le stage professionnel Il est équivalent à trois modules.

Description du Projet tutoré ou du Stage

4. OBJECTIFS

Le stage offre aux étudiants une vision de la réalité du monde du travail et de l'environnement professionnel auquel ils se destinent. Ainsi, son objectif est de :

- Découvrir le fonctionnement d'une entreprise et ses méthodes de management,
- Permettre aux étudiants de se confronter à la réalité de l'entreprise, de tester leurs acquis et expérimenter leur mise en œuvre concrète, facilitant ainsi l'adoption des bons comportements managériaux,
- Constituer un capital d'expériences favorisant un passage réussi vers le monde professionnel.
- Participer à l'activité d'un service spécifique pour découvrir une fonction d'entreprise (marketing, commerciale)
- Approfondir les connaissances techniques acquises dans la formation académique,
- Confirmer leurs projets professionnels

4. DUREE

DEUX MOIS

4. LIEU

- Petites et moyennes entreprises
- Entreprises Privées et Publiques
- Administrations publiques
- Associations
- les cabinets de conseil spécialisés dans la formation, l'organisation, le recrutement, ou encore dans les entreprises de travail temporaire.

4. ACTIVITES PREVUES

- Observation
- Identification d'une problématique
- Collecte d'information
- Diagnostic de la situation
- Recommandations

5. ENCADREMENT

Le stage est co-encadré par un professeur membre de l'équipe pédagogique de la licence et un responsable du service de l'organisme d'accueil du stagiaire.

6. MODALITES D'EVALUATION

- Une note N1 sera accordée par l'encadrant en milieu professionnel sur la base d'une grille de critère qui sera mise à sa disposition dès le début du stage. Cette grille met l'action surtout sur l'intégration, l'adaptation, le sérieux, la morale, les valeurs, la compétence, etc.
- Une seconde note N2 sera accordée par professeur encadrant sur la base d'un rapport d'activité chronologique préparé par le stagiaire.

La note final du Stage = $(N1+N2)/2$

7. MODALITES DE VALIDATION

La note finale du Module Stage et Rapport de Stage = $(\text{Note final du Stage} + \text{Note du Rapport du Stage})/2$.

Ce module ne sera validé que si sa note finale est supérieure ou égale à 10/20