



COMESM

Université Hassan II



Renseignements et inscriptions :
Service Master et Doctorat

Km 08 Route d'El Jadida - Casablanca MAROC
Téléphone : 05 22 23 04 99 - 05 22 23 04 94 - 06 61 32 83 73
06 61 32 86 35 - poste 319/320

E-mail : abdellatifsadiki@menara.ma
: darsadiki@yahoo.fr

Coordonnateur pédagogique :
Pr. ABDELLATIF SADIKI

Université Hassan II



كلية Faculté

des Sciences Juridiques Economiques et Sociales
العلوم القانونية والإقتصادية والاجتماعية

Economie et Gestion

Master spécialisé : Marketing



**une formation spécialisée de haut
niveau fondée sur une approche à la
fois conceptuelle et opérationnelle.**

**Master
Marketing**
UNIVERSITÉ HASSAN II

www.mastermarketing.uh2c.ac.ma

Pour répondre à une forte demande de l'entreprise marocaine, la Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales de Casablanca propose une formation en Marketing destinée aux futurs managers qui doivent, désormais, repenser leur métier et développer des stratégies marketing et de communication innovantes.

Objectifs

- **permettre d'abord aux étudiants de s'approprier les grands référentiels de gestion commerciales et méthodologiques, à travers des enseignements fondamentaux (outils et techniques d'analyse, gestion, stratégie de l'entreprise,...) ;**
- **offrir ensuite l'acquisition de compétences plus spécifiques en marketing) veille marketing, stratégie commerciale et marketing sectoriel,...) ;**
- **se mettre en situation professionnelle, à travers des enseignements spécialisés, des études de cas et surtout en fin du cursus, grâce au stage d'approfondissement en entreprise en dernière année.**

Débouchés et retombées de la formation

- La formation dispensée au Master Marketing vise à former des cadres capables d'intégrer une entreprise ou tout autre type d'organisations à des postes de responsabilité en marketing. Elle prépare aussi bien aux métiers qui touchent au marketing stratégique et opérationnel qu'aux études de marché et management des cabinets de conseil en marketing et communication, dans tous les cas, à mettre les diplômés en capacité d'exercer des responsabilités opérationnelles de haut niveau.

Durée de la formation :

- La durée de la formation est de trois semestres de cours et un semestre de stage

Conditions d'accès au Master

Les candidats doivent retirer un dossier d'inscription et le retourner dans les délais auprès du secrétariat de la faculté.

La formation est ouverte à des candidats titulaires d'un diplôme :

- Universitaires : Licenciés en Sciences Économiques et Gestion ;
- Diplômés des Grandes Écoles de Commerce et Gestion ;
- Diplômés des Écoles d'Ingénieurs
- Tout autre diplôme équivalent avec des années d'expérience professionnelle.

Admission sur dossier et entretien devant un jury

Première année	
Semestre 1	Semestre 2
Module 1 - Marketing et stratégie <ul style="list-style-type: none"> • Marketing fondamental • Marketing stratégique Module 2- Techniques quantitatives de marketing et de gestion <ul style="list-style-type: none"> • Statistique et mathématique du marketing • Recherche opérationnelle et gestion des projets • Informatique appliquée au marketing Module 3- Marketing et aspects humains des organisations <ul style="list-style-type: none"> • Marketing et GRH • Marketing et droit • Qualité et certification Module 4- Langues et méthodes I <ul style="list-style-type: none"> • Anglais des affaires I • Communication interpersonnelle et gestion du temps 	Module 5- Etudes et recherche en marketing <ul style="list-style-type: none"> • Système d'information marketing • Marketing quantitatif • Marketing qualitatif Module 6- Stratégies et médias <ul style="list-style-type: none"> • Etude des médias • Communication et création publicitaire • Communication événementielle Module 7- Marketing et distribution <ul style="list-style-type: none"> • Gestion des canaux de distribution • Gestion du point de vente • Marketing de distribution Module 8- Langues et méthodes II <ul style="list-style-type: none"> • Anglais des affaires II • Initiation à la recherche et actualité marketing • Projet professionnel et méthodologie de recherche de stage

Deuxième année	
Semestre 3	Semestre 4
M 9- Marketing sectoriel <ul style="list-style-type: none"> • Marketing des services • Marketing industriel • Marketing international (en anglais) M 10- Marketing et développement commercial <ul style="list-style-type: none"> • Marketing direct • Vente et négociation • Gestion des marques M 11- Marketing et achats <ul style="list-style-type: none"> • Gestion d'appel d'offre • Segmentation des fournisseurs • Marketing et logistique M 12- E-commerce et NTIC <ul style="list-style-type: none"> • Commerce électronique • Création et développement des sites web 	Modules stage <ul style="list-style-type: none"> • Modules (13-14 et 15) - Stage et recherche • Stage professionnel de longue durée Module 16- Conférences et séminaires