

Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales, Souissi- Rabat

Département des Sciences Economiques et Gestion

Intitulé de la licence : Marketing et Transformation Digitale

Discipline	Gestion
Langue d'enseignement	Français
Nature du diplôme qui sera délivré	DEUG, Diplôme des Etudes Universitaires Générales (à la fin de la deuxième année) et Licence en Gestion, parcours Marketing et Transformation Digitale (à la fin de la troisième année)
Possibilité de passerelle et réorientation vers d'autres filières de Gestion (selon certaines conditions)	A la fin de la première ou de la deuxième année, les étudiants peuvent se réorienter et choisir l'une des filières de Gestion suivantes : Gestionnaire comptable et Financier, Management et Administration des Entreprises, Management de la Chaine logistique, Management des ressources humaines et des Compétences, Business Administration, الريادة وإدارة الأعمال
Possibilité de passerelle et réorientation vers d'autres filières d'Economie (selon certaines conditions)	A la fin de la première ou de la deuxième année, les étudiants peuvent se réorienter et choisir l'une des filières d'Economie suivantes : Analyse Economiques, Econométrie Appliquée
Possibilité de Mobilité nationale et internationale	Les étudiants peuvent faire une partie de leurs étudiants dans d'autres établissements à l'échelle nationale ou internationales et ce, dans le cadre des conventions de partenariat liant l'Université Mohammed V de Rabat avec d'autres Universités
Régime des études	La formation est destinée aux étudiants (Temps Normal) et aux fonctionnaires et salariés (Temps Aménagé)
Public cible	Nouveaux Bacheliers (Toutes spécialités)
Conditions d'accès à la filière	Selon le choix de l'étudiants, Sans aucun concours

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Cette filière a pour but de fournir aux étudiants les fondements théoriques et pratiques du management et sciences de gestion leur permettant de comprendre et d'analyser le fonctionnement d'une entreprise. Délibérément généraliste mais aussi tournée vers le monde professionnel, la formation en Marketing permet d'acquérir les fondamentaux indispensables à la poursuite des études en Master Marketing comme à l'accès à des carrières dans des entreprises privées ou publiques. La formation est conçue aussi pour répondre à une forte demande des entreprises en personnel de gestion d'un niveau intermédiaire. Elle a pour objectif de former de futurs cadres de gestion généraliste et/ou spécialisé.

Grace à l'acquisition de compétences en technologies digitales, les étudiants seront capables de déployer des stratégies de communication et marketing à fort impact pour leur entreprise.

Les étudiants, déjà engagés dans des cursus spécialisés consacrés au numérique, peuvent donc ambitionner de profiter de ces nouvelles opportunités en devenant adjoints Digital Marketing. Non seulement cette spécialisation leur assure une plus grande employabilité avec des compétences figurant parmi celles les plus recherchées aujourd'hui et dans les années à venir, mais elle leur ouvre aussi la possibilité d'une carrière professionnelle ambitieuse et évolutive, tant le Webmarketing influe grandement sur toutes les fonctions supports de l'entreprise.

Cette formation permettra aussi aux étudiants de découvrir le webmarketing, le marketing de contenu, le marketing pour mobile et l'utilisation des médias sociaux. Ils apprendront à élaborer une stratégie digitale, à optimiser le positionnement dans les moteurs de recherche et à utiliser les outils d'analyse de performance.

COMPETENCES A ACQUERIR

CE CURSUS VISE LES COMPETENCES SUIVANTES :

- Marketing traditionnel : Comprendre les principes fondamentaux du marketing, les stratégies de communication, le comportement du consommateur, le mix marketing (produit, prix, distribution, promotion) et la segmentation du marché.
- Marketing numérique : Acquérir des connaissances approfondies sur les canaux numériques tels que les médias sociaux, le marketing par e-mail, le marketing de contenu, le référencement (SEO), la publicité en ligne (SEA), le marketing d'influence, etc.
- Analyse de données : Avoir une base en analyse de données et une familiarité avec les outils d'analyse et les plateformes de visualisation de données, ce qui permettra de prendre des décisions marketing basées sur des données pertinentes.
- Compétences techniques : Maîtriser les outils numériques tels que Google Analytics, les outils de gestion de campagnes publicitaires, les plateformes de marketing automation, les CMS (Content Management System), etc.
- Connaissance des plateformes de médias sociaux : Comprendre le fonctionnement des principales plateformes de médias sociaux telles que Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, etc., et être capable de créer et gérer des campagnes publicitaires sur ces plateformes.
- Transformation digitale : Avoir une compréhension approfondie des technologies émergentes et de leur impact sur le marketing, notamment l'intelligence artificielle, l'Internet des objets, la réalité virtuelle, etc.
- Compétences en gestion de projet : Être capable de gérer efficacement des projets marketing et numériques, de définir des objectifs clairs, de planifier les étapes et de suivre les progrès.
- Compétences en communication : Posséder d'excellentes compétences en communication écrite et

orale pour développer des stratégies, présenter des idées, rédiger du contenu attractif et interagir avec les clients et les collègues.

- Pensée créative : Cultiver un esprit créatif pour concevoir des campagnes marketing originales et innovantes qui captivent et engagent le public.
- Adaptabilité : Être prêt à s'adapter aux changements rapides dans le domaine du marketing et de la transformation digitale, ainsi qu'à continuer à se former pour rester à jour avec les dernières tendances et technologies.
- Capacité d'analyse et de compréhension du fonctionnement des entreprises et la maîtrise des outils liés à la fonction marketing, commerce, digitalisation.
- Maîtrise des langues étrangères et des soft-skills.
- Acquisition des méthodes de recherche, de développement des capacités de synthèse, d'analyse et de critique.
- Apprendre à créer du contenu sur les réseaux sociaux
- Compétences de base en design.

PRINCIPAUX DEBOUCHES

A l'issue de cette formation, les lauréats seront aptes à exercer dans différentes organisations publiques et privées et occuper des postes tels que :

- Responsable commercial
- Responsable marketing
- Responsable des ventes
- Chargé de missions-
- Chargé de projets
- Chargé d'affaires
- Technico-commercial
- Manager commercial
- Business developer
- Consultant avant-vente,
- Assistant Marketing
- Webmarketeur
- Chargé Webmarketing
- Chargé de communication digitale
- Rédacteur Web
- Rédactrice Web
- Community Manager
- SEO Manager
- Référencier SEO
- Responsable de projet marketing digital
- Responsable de produit marketing digital
- Responsable de produit marketing
- Responsable de Projet Marketing
- Responsable de projet web/mobile
- Responsable de produit digital
- Responsable de projet digital
- Responsable de projet web

- Digital Officer
- Consultant web
- Consultant en communication
- Consultant en transformation digitale

Les lauréats de cette filière peuvent aussi poursuivre leurs études en master dans d'autres universités à l'échelle nationale ou internationale.

CONTENU PEDAGOGIQUE DE LA FORMATION

PREMIER SEMESTRE
INTRODUCTION AUX SCIENCES DE GESTION
COMPTABILITE GENERALE 1
INTRODUCTION A L'ETUDE DU DROIT
MICROECONOMIE
MATHEMATIQUES
LANGUES ETRANGERES I
METHODOLOGIE DE TRAVAIL UNIVERSITAIRE
DEUXIEME SEMESTRE
MANAGEMENT FONDAMENTAL
COMPTABILITE GENERALE 2
STATISTIQUE DESCRIPTIVE
MACROECONOMIE
MATHEMATIQUES FINANCIERES
LANGUES ETRANGERES II
CULTURE DIGITALE
TROISIEME SEMESTRE
COMPTABILITE ANALYTIQUE DE GESTION
ECONOMIE DU MAROC
MANAGEMENT DES ORGANISATIONS
PROBABILITES
DROIT DE L'ENTREPRISE
LANGUES ETRANGERES III
CULTURE & ART SKILLS
QUATRIEME SEMESTRE
ANALYSE FINANCIERE
MARKETING DE BASE
COMPTABILITE DES SOCIETES
INTRODUCTION A LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES
INFORMATIQUE DE GESTION
LANGUES ETRANGERES IV
DEVELOPPEMENT PERSONNEL
CINQUIEME SEMESTRE
MANAGEMENT STRATEGIQUE
MARKETING DIGITAL ET DES E SERVICES
FISCALITE ET FINANCE DIGITALES

ETUDE DE MARCHE EN LIGNE ET COMPORTEMENT DIGITAL DU CONSOMMATEUR
CULTURE ENTREPRENEURIALE ET DROIT DIGITAL DES AFFAIRES
LANGUES ETRANGERES V
SYSTEMES DE GESTION DE CONTENU (CMS)

SIXIEME SEMESTRE

COMMUNITY MANAGEMENT ET STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITALE
MARKETING STRATEGIQUE
MARKETING INTERNATIONAL
METHODOLOGIE DE RECHERCHE ET ANALYSE DIGITALE DE DONNESS MARKETING
BUSINESS INTELLIGENCE ET BIG DATA
LANGUES ETRANGERES VI
DROIT, CIVISME ET CITOYENNETE

Lien de préinscription :

<http://preinscription.um5.ac.ma/article/pr%C3%A9inscription-en-ligne>