

DURÉE

ET DATE DE DÉMARRAGE

Douze (12) mois en alterné à raison d'une semaine par mois soit un volume horaire de 360 heures d'enseignements
Mars 2012

OBJECTIFS

- Acquérir les techniques et les outils de l'approche marketing.
- Apprendre à concevoir une stratégie marketing adaptée à chaque type d'entreprise dans un contexte concurrentiel.
- Être capable d'élaborer des plans d'actions dans les domaines de la vente, de la distribution et de la communication.
- Acquérir les capacités managériales d'animation d'équipes commerciales

CONDITIONS D'ACCES

Sur titre : les candidats titulaires d'un diplôme de niveau BAC + 4 et ayant

2 années d'expérience professionnelle et/ou BAC+5 avec 1 année d'expérience professionnelle ;
Après examen du dossier et entretien avec le comité de sélection:

- les candidats titulaires d'un diplôme (BAC+3, DEUA ou TS) et ayant au minimum 5 années d'expérience professionnelle;
- les candidats cadres justifiant d'un niveau universitaire ou équivalent et ayant occupé des postes de responsabilité durant cinq années dans le domaine lié au thème du master et faisant valoir leurs acquis professionnels, sont sélectionnés dans la proportion d'une VAE (validation d'acquis d'expérience professionnelle) pour 5 admissions sur titre.

POPULATION CONCERNÉE

- Praticiens de la fonction marketing nécessitant un renforcement de la dimension théorique et opérationnelle de leur fonction.
- Cadres des fonctions commerciales, études, communication souhaitant acquérir une vision stratégique du produit.

MASTER PROFESSIONNEL

(5^{ème} Promotion)

Marketing et Management Commercial

PROGRAMME SOMMAIRE

Module 01 : Marketing et Management :
Concepts, Outils et Interactions

Module 02 : Etudes de Marché

Module 03 : Etude de comportement du consommateur

Module 04 : Marketing Stratégique et analyse concurrentielle :
démarche et outils

Module 05 : Les veilles et l'intelligence économique

Module 06 : Les politiques Produits et Prix

Module 07 : La Distribution et le Merchandising

Module 08 : La Communication Commerciale et méthodologie de réalisation du mémoire de fin de stage.

Module 09 : L'Anglais du marketing

Module 10 : La Planification, l'Organisation et le Contrôle des Activités Commerciales

Module 11 : La Négociation commerciale et la force de vente

Module 12 : Gestion de la Relation Client

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Méthode interactive basée sur le travail de groupe et d'échange d'expérience entre les participants,
- Exposé magistral interactif,
- Exercices d'application et études de cas,
- Rédaction de rapport ou projet professionnel fondé sur l'analyse d'un problème d'entreprise incluant un diagnostic et des propositions. Son élaboration se fait pendant le cursus et le mémoire achevé est remis impérativement au département concerné la dernière semaine de la formation. Ce projet fait l'objet d'une soutenance devant un jury d'experts et l'encadrement pédagogique de l'INPED.

SANCTION DE LA FORMATION

Diplôme Master professionnel en Marketing et Management Commercial délivré par l'INPED

DÉBOUCHÉS POTENTIELS

Ce Master offre la possibilité d'évoluer vers l'un des métiers suivants :

- Manager des ventes régionales, nationales et internationales
- Directeur de réseau ou de zones
- Directeur commercial ou Directeur Marketing
- Administrateur sénior des ventes
- Conseiller en Marketing



COÛT DE LA FORMATION

Pédagogie : 252 000 DA HT
Demi pension : 302 400 DA HT
Pension complète
en chambre simple : .. 412 800 DA HT
TVA : 7 %