**Ecole Supérieure de Gestion**

**et d’Administration des Entreprises**

## (E.S.G.A.E)

# Arrêté d’Agrément N° 948 du 28 Septembre 1999

🖂 : 2339

**e-mail :** **esgae@yahoo.fr**

**PRESENTATION BROCHURE**

**SPECIALITE : MANAGEMENT COMMERCIAL (MAE MC)**

1. **PRESENTATION GENERALE DU PROGRAMME**

Nombre de crédits : 120

Enseignement : 108 crédits

Stage et mémoire : 12 crédits

Durée : 4 semestres

La formation est structurée en Unités d’Enseignements représentatives du domaine de compétences. L’inscription est subordonnée par la présentation d’une licence en administration des entreprises ou programmes connexes.

1. **CONDITION D’ADMISSION**

Licence professionnelle, Licence générale, Equivalence ECTS 180 crédits, diplôme Bac+3 ou diplôme équivalent.

1. **ORIENTATION DE LA FORMATION**

Le programme de Master en Administration des Entreprises (spécialité Management Commercial) s’adresse à des personnes ayant un projet professionnel fort dans la fonction commerciale. Le programme a été conçu pour doter les étudiants de tous les savoirs, savoir-faire et savoir-être nécessaires à la maîtrise de fonctions commerciales à forte valeur ajoutée et au management commercial.

**Formation initiale : Master en Administration des Entreprises**

**MASTER 1**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **Semestre 1 (300 h, 30 crédits)** | | | | | |
| Code | Unité d’Enseignement | | Matières | Volume horaire | | Coeff. | Crédits |
| Cours | TD/TP |
| **UE 1** | **Management des RH et techniques administratives** | | Management des ressources humaines | 30 h | 30 h | 4 | 12 |
| Techniques administratives | 30 h | 30 h | 4 |
| **UE 2** | **Marketing stratégique** | | Etudes de marché | 10 h | 5 h | 1 | 6 |
| Politique marketing | 25 h | 20 h | 3 |
| **UE 3** | **Management des projets** | | Gestion des projets | 15 h | 15 h | 2 | 6 |
| Outils de résolution des problèmes | 15 h | 15 h | 2 |
| **UE 4** | **Politique économique** | | Politique économique | 20h | 10h | 2 | 3 |
| **UE 5** | **Fondements de prospective stratégique** | | Fondements de prospective stratégique | 20h | 10h | 2 | 3 |
|  | | **Semestre 2 (300 h, 30 crédits)** | | | | | |
| Code | Unité d’Enseignement | | Matières | Volume horaire | | Coeff. | Crédits |
| Cours | TD/TP |
| **UE 6** | **Aide à la décision** | | Logiciel Sphinx |  | 15 h | 1 | 6 |
| Analyse statistique des données | 15h | 30 h | 3 |
| **UE 7** | **Management stratégique** | | Management stratégique | 30 h | 30 h | 4 | 6 |
| **UE 8** | **Economie et Finance de l’entreprise** | | Fondements de la microéconomie | 30 h | 15 h | 3 | 11 |
| Finance d’entreprise | 20 h | 40 h | 4 |
| **UE 9** | **Outils juridiques** | | Droit des sociétés | 10 h | 5h | 1 | 3 |
| Droit des contrats | 10 h | 5h | 1 |
| **UE 10** | **Communication et**  **Initiation à la méthodologie de la recherche** | | Anglais des affaires | 1o h | 2o h | 2 | 4 |
| Initiation à la méthodologie de la recherche | 15 h | - | 1 |

**Master 2**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **Semestre 3 (300 h, 30 crédits)** | | | | | |
| Code | Unité d’Enseignement | | Matières | Volume horaire | | Coeff. | Crédits |
| Cours | TD/TP |
| **UE 1** | **Stratégie commerciale** | | Stratégie de distribution | 15 h | 15 h | 2 | 9 |
| Stratégie d’achat | 15 h | 15 h | 2 |
| Stratégie logistique | 15 h | 15 h | 2 |
| **UE 2** | **Etudes de marché et Outils d’aide à la décision** | | Etudes de marché | 10h | 5h | 1 | 8 |
| Analyse de données quantitatives | 5h | 10h | 1 |
| Analyse de données qualitatives | 5h | 10h | 1 |
| Logiciel Sphinx | - | 30h | 2 |
| **UE 3** | **Techniques de Communication** | | Anglais commercial | 15 h | 15 h | 2 | 6 |
| Négociation | 15 h | 15 h | 2 |
| **UE 4** | **Audit marketing et Elaboration de budget de ventes** | | Audit marketing | 10h | 5h | 1 | 4 |
| Elaboration de budget de ventes | 15 h | 15 h | 2 |
| **UE 5** | **Méthodologie de la recherche** | | Méthodologie de la recherche | 10 h | 20h | 2 | 3 |
|  | | **Semestre 4 (300 h, 30 crédits)** | | | | | |
| Code | Unité d’Enseignement | | Matières | Volume horaire | | Coeff. | Crédits |
| Cours | TD/TP |
| **UE 6** | **Développement Marketing** | | Marketing opérationnel | 15 h | 15h | 2 | 8 |
| Marketing international | 15 h | 15 h | 2 |
| Marketing des services | 10 h | 5h | 1 |
| **UE 7** | **Communication marketing** | | Outils de la communication marketing | 10h | 5h | 1 | 4 |
| Gestion de la relation client et E-marketing | 10h | 5h | 1 |
| Marketing événementiel | 10h | 5h | 1 |
| **UE 8** | **Droit du marketing et Management de la force de vente** | | Droit du marketing | 10 h | 5 h | 1 | 4 |
| Management de la force de vente | 15 h | 15 h | 2 |
| **UE 9** | **Séminaires spécifiques** | | Géomarketing, Marketing sensoriel, pharmaceutique, agroalimentaire, sportif, … | - | 15h | 1 | 2 |
| **UE 10** | **Mémoire professionnel** | | Mémoire professionnel | - | 120 h | 8 | 12 |

**Débouchés professionnels :** Directeur commercial. Directeur marketing. Responsable du marketing opérationnel (promotion, plaquette de représentation des produits, élaboration de l’offre commerciale d’un produit ou service, etc.). Responsable de la commercialisation (chef de marché, chef de secteur ou commercial grands comptes). Chargé de communication. Responsable d’études marketing.