

# LICENCE PROFESSIONNELLE EN MARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE



## 1.1. Objectifs

L'objectif de la licence marketing et communication digitale est de former des étudiants qui auront une vision globale de l'entreprise, une très bonne base dans l'utilisation des outils numériques et capable de mettre en place des stratégies pour gagner des parts de marché et contribuer à l'amélioration continue des produits et des services.

## 1.2. Objectifs spécifiques

A la fin de cette formation, les étudiants seront capables de :

- **Elaborer une e-stratégie digitale ;**
- **Elaborer une stratégie de communication 360o ;**
- **Elaborer un plan marketing cohérent ;**
- **Faciliter la gestion de la relation Client à partir d'outils CRM ;**
- **Réaliser un audit digital ;**
- **Concevoir et animer un site Web institutionnel et de e-commerce ;**
- **Héberger et référencer un site web ;**
- **Analyser le trafic sur un site web ;**
- **Créer des visuels ;**
- **Gérer des contenus ;**
- **Créer du contenu multimédia ;**

## 2. DEBOUCHES

Au terme de cette formation le diplômé peut exercer les métiers comme

- **Responsable marketing et commercial**
- **Responsable marketing digital**
- **Responsable de communication**
- **Attaché de presse**
- **Chef de projet digital**
- **Webmarketer**
- **Responsable évènementiel**

- **Social Media Manager**
- **Chef de produit(s) junior**
- **Chargé de relations publiques**
- **Chef de publicité/ Chef de projet junior**
- **Business Développeur Responsable développement produit**
- **Chef de projet en marketing**
- **Chargé de clientèle**
- **Community manager ;**
- **Responsable du trafic**
- **Responsable de la stratégie digitale ;**
- **Chargé de communication digitale Responsable CRM / E-CRM ;**
- **Web designer webmaster**

### 3. Organisation des études

#### 1.1 Critère d'admission

Le programme de licence professionnelle Marketing et Communication digitale s'adresse aux étudiants titulaires du baccalauréat ou tout autre diplôme admis en équivalence.

#### 1.2 Durée

La formation dispensée est répartie sur six (6) semestres d'études pour un volume horaire total de 3600 heures. (Voir maquette de formation).

#### 1.3 Répartition des enseignements

Ce programme est subdivisé en huit (9) unités d'enseignement qui sont :  
L'offre de formation du groupe ISI en marketing et communication digital s'oriente autour de six axes stratégiques que sont

- **Marketing et ses dérivées modernes**
- **Communication**
- **Techniques numériques digital**
- **Outils de développement personnel**
- **Outils de Management**
- **Professionalisation**

Les enseignements sont organisés en cours magistraux, travaux dirigés (TD), travaux pratiques (TP), travaux personnels de l'étudiant (TPE), stage, séminaires spécialisés, visites en entreprise et projets, pour une durée de trois ans répartis, sur six semestres.



Chaque semestre est composé de 15 semaines dont :

Trois (3) semaines d'évaluation ;

Douze (12) semaines d'enseignement.

La charge de l'étudiant est mesurée en crédit et un (1) crédit est équivalent à 20 heures.

Un (1) semestre = 30 crédits = 600 heures

Cette répartition est résumée dans les maquettes ci-dessus :

## 4. EVALUATION DES ENSEIGNEMENTS

Le régime des études est celui du contrôle continu des connaissances. Le travail des étudiants est apprécié à l'occasion :

- Des devoirs surveillés appelés (DS) ;
- Des séances de TD et TP ;
- Des projets et exposés.

La fin de chaque module est consacrée à un examen de synthèse ou contrôle terminal portant sur l'enseignement dispensé.

Pour chaque module deux (2) notes apparaissent :

- La moyenne des notes en cours de module ou note de devoirs ;
- La note du contrôle terminal.

La note globale attribuée à l'issue d'un module est obtenue par addition de la moyenne des devoirs surveillés affectée du coefficient 2 et de la note du contrôle terminal affecté du coefficient 1.

Une moyenne générale est calculée pour chaque unité d'enseignement programmée en faisant la moyenne des modules programmés affectés de leurs coefficients respectifs. L'étudiant ayant une moyenne supérieure ou égale à 10/20 sur une unité d'enseignement capitalise les crédits alloués à celle-ci.

A la fin de chaque semestre les résultats obtenus sont examinés par le conseil de classe composé de l'ensemble des enseignants et l'étudiant ayant une moyenne supérieure ou égale à 10/20 sur une unité d'enseignement capitalise les crédits alloués à celle-ci.

A la fin de la première année (MCD1) l'étudiant ayant capitalisé au moins 70% des crédits de l'année (c'est-à-dire 42 crédits) est autorisé à s'inscrire en deuxième année du cycle (MCD 2). Pour passer en troisième année du cycle (MCD3), l'étudiant doit valider la première année et avoir capitalisé au minimum les 70% des crédits de la deuxième année.

A la fin du sixième semestre l'étudiant ayant capitalisé 180 crédits obtient le diplôme de licence en Marketing et Communication digitale (MCD).