

NOTE DESCRIPTIVE DU DIPLÔME DE LICENCE EN MARKETING & COMMUNICATION

Intitulé du Diplôme : Licence en Marketing & Communication

Niveau : Baccalauréat

Durée de la Formation : 3 ans (6 semestres)

1. JUSTIFICATION ET PERTINENCE STRATÉGIQUE

Dans un contexte national et international marqué par la transformation numérique, l'évolution des comportements des consommateurs, le développement des médias numériques et l'intensification de la concurrence entre les organisations, la maîtrise du marketing et de la communication constitue un levier stratégique majeur de développement, de compétitivité et de création de valeur.

La Licence en Marketing & Communication répond notamment :

- Aux besoins croissants des entreprises en professionnels qualifiés en marketing et communication ;
- Au développement des activités commerciales et des stratégies de conquête et de fidélisation des clients ;
- À l'évolution des pratiques de communication vers les médias numériques et les réseaux sociaux ;
- Aux besoins des organisations en matière de gestion de leur image, de leur notoriété et de leur relation avec leurs publics ;
- Au développement du commerce, de la publicité et de la communication digitale ;
- À l'adéquation entre les formations universitaires et les besoins du marché de l'emploi.

Ce programme contribue au renforcement du capital humain, au développement des entreprises et organisations et à l'amélioration de leur capacité à communiquer, commercialiser leurs produits et services et construire une relation durable avec leurs clients et partenaires.

2. FINALITÉS DE LA FORMATION

Le programme vise à former des professionnels capables de :

- Analyser les marchés, les consommateurs et leur environnement ;
- Élaborer et mettre en œuvre des stratégies marketing ;
- Concevoir des actions de communication adaptées aux différents publics ;
- Développer des campagnes publicitaires et promotionnelles ;
- Construire et valoriser l'image et la notoriété d'une organisation ;
- Utiliser les outils du marketing digital et de la communication numérique ;
- Gérer les réseaux sociaux et les contenus numériques ;
- Participer à la conception et au lancement de produits et services ;
- Développer et fidéliser la relation client ;
- Mesurer les performances des actions marketing et communication ;
- Participer à des projets commerciaux, marketing et communication ;
- Assurer une veille concurrentielle, commerciale, marketing et technologique.

3. RÉFÉRENTIELS ET STANDARDS DE RÉFÉRENCE

La formation est adossée aux principes, référentiels et bonnes pratiques du secteur du marketing, de la communication et du management commercial, notamment :

- Les principes fondamentaux du marketing ;
- Les concepts et méthodes de communication des organisations ;
- Les pratiques de communication commerciale et institutionnelle ;
- Les principes de la publicité et de la promotion ;
- Les méthodes d'étude de marché et d'analyse du comportement du consommateur ;
- Les pratiques du marketing digital et des médias sociaux ;
- Les principes de gestion de la relation client ;
- Les bonnes pratiques en stratégie commerciale et marketing ;
- Les outils d'analyse et de mesure de la performance marketing et communication.

4. ARCHITECTURE PÉDAGOGIQUE

Durée : 6 semestres

Approche : Professionnelle et orientée compétences

Axes structurants :

1. Fondements du Marketing
2. Théories et pratiques de la Communication
3. Comportement du Consommateur
4. Études de Marché
5. Stratégie Marketing
6. Communication Commerciale et Institutionnelle
7. Publicité et Promotion
8. Marketing Digital & Réseaux Sociaux
9. Gestion de la Relation Client
10. Techniques Commerciales et Négociation
11. Communication Événementielle
12. Projet tutoré & Stage académique

Méthodes pédagogiques :

- Cours théoriques et pratiques ;
- Études de cas marketing et communication ;
- Travaux pratiques ;
- Simulations de campagnes marketing ;
- Conception de plans marketing et communication ;
- Projets tutorés ;
- Travaux de groupe ;

- Présentations et soutenances ;
 - Stages en entreprise ;
 - Conférences et interventions de professionnels du marketing et de la communication.
-

5. COMPÉTENCES CERTIFIANTES DÉVELOPPÉES

À l'issue de la formation, le diplômé est capable de :

- Analyser un marché et son environnement ;
 - Identifier les besoins et comportements des consommateurs ;
 - Élaborer un diagnostic marketing ;
 - Construire un plan marketing ;
 - Concevoir une stratégie de communication ;
 - Élaborer des campagnes publicitaires ;
 - Développer une stratégie de communication digitale ;
 - Gérer des contenus et des communautés sur les réseaux sociaux ;
 - Participer à la réalisation d'études de marché ;
 - Développer une relation client efficace ;
 - Utiliser des outils de prospection et de fidélisation ;
 - Participer à des actions commerciales ;
 - Évaluer les performances d'une campagne marketing ou communication ;
 - Concevoir et présenter des projets professionnels.
-

6. ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES ET PROJETS RÉALISÉS

Au cours de la formation, les étudiants peuvent notamment réaliser :

- Études de marché ;
 - Analyses de comportements consommateurs ;
 - Élaboration de plans marketing ;
 - Élaboration de plans de communication ;
 - Conception de campagnes publicitaires ;
 - Création de campagnes de communication digitale ;
 - Gestion de pages et communautés sur les réseaux sociaux ;
 - Création de contenus marketing et communication ;
 - Élaboration de stratégies de promotion ;
 - Simulations de négociation commerciale ;
 - Projets de lancement de produits ou services ;
 - Organisation d'événements et actions promotionnelles ;
 - Analyse de campagnes marketing ;
 - Projets pratiques en communication et marketing ;
 - Stage académique de fin de cycle.
-

7. INSERTION PROFESSIONNELLE

Débouchés :

- Assistant Marketing ;
- Assistant Communication ;
- Chargé de Communication ;
- Chargé de Marketing ;
- Assistant Commercial ;
- Chargé de Marketing Digital ;
- Community Manager ;
- Assistant Chef de Produit ;
- Assistant Chef de Projet Communication ;
- Chargé de Relation Client ;
- Assistant Publicité ;
- Assistant Commercial et Marketing ;
- Chargé de Promotion ;
- Conseiller Commercial.

Secteurs :

- Entreprises privées et PME ;
 - Grandes entreprises ;
 - Administrations publiques ;
 - Agences de communication ;
 - Agences de publicité ;
 - Agences marketing et digitales ;
 - Médias ;
 - Banques et institutions financières ;
 - Télécommunications ;
 - Commerce et distribution ;
 - Hôtellerie et tourisme ;
 - ONG et organisations internationales ;
 - Associations et institutions ;
 - Startups et entreprises numériques.
-

8. GOUVERNANCE ACADÉMIQUE & CORPS PROFESSORAL

8.1 Gouvernance du Programme

Le programme est placé sous l'autorité :

- Du Directeur Général ;
- Du Directeur des Études ;
- D'un Coordinateur Pédagogique.

Un Comité Scientifique et Pédagogique assure :

- L'actualisation des contenus ;
- L'adéquation de la formation avec l'évolution des métiers du marketing et de la communication ;
- L'évaluation annuelle du programme ;
- La mise en œuvre d'améliorations continues ;
- Le développement de partenariats avec les entreprises, agences et organisations professionnelles.

8.2 Corps Professoral

Le corps enseignant comprend :

- Enseignants permanents titulaires de Masters et Doctorats en Marketing, Communication, Management ou disciplines connexes ;
- Professionnels du marketing et de la communication ;
- Responsables commerciaux et marketing ;
- Professionnels de la communication digitale et des médias ;

- Consultants et experts issus du secteur professionnel.

Cette articulation garantit la rigueur académique, la maîtrise des concepts fondamentaux et leur application aux réalités professionnelles.

9. MATRICE COMPÉTENCES ↔ UNITÉS D'ENSEIGNEMENT

Compétences	Unités d'Enseignement
• Analyser un marché • Analyser le comportement du consommateur	• Études de Marché • Comportement du Consommateur
Élaborer une stratégie marketing	• Stratégie Marketing
Concevoir un plan marketing	• Fondements du Marketing / Stratégie Marketing
Élaborer une stratégie de communication	• Communication
Concevoir une campagne publicitaire	• Publicité & Promotion
Développer une stratégie digitale	• Marketing Digital
Gérer une communauté numérique	• Réseaux Sociaux & Community Management
Développer la relation client	• Gestion de la Relation Client
Réaliser une action commerciale	• Techniques Commerciales
Organiser une action événementielle	• Communication Événementielle
Réaliser un projet professionnel	• Projet Tutoré

10. DISPOSITIF D'ASSURANCE QUALITÉ & INDICATEURS DE PERFORMANCE

10.1 Politique Qualité

Le programme repose sur une logique d'amélioration continue :

Planifier – Mettre en œuvre – Évaluer – Améliorer.

L'évolution des métiers du marketing, de la communication et du numérique fait l'objet d'une veille régulière afin d'assurer l'actualisation des contenus pédagogiques et leur adéquation avec les besoins des entreprises.

10.2 Suivi des Diplômés

Un dispositif Alumni permet :

- Le suivi des trajectoires professionnelles ;
- L'identification des besoins du marché de l'emploi ;
- L'adaptation continue du programme ;

- Le développement du réseau professionnel ;
 - Le renforcement des relations entre l'école, les diplômés et les entreprises.
-

11. CONCLUSION

La **Licence en Marketing & Communication** constitue un programme professionnalisant répondant aux besoins croissants des entreprises et organisations en compétences marketing, commerciales et communicationnelles.

Elle permet aux étudiants d'acquérir des compétences solides en analyse de marché, stratégie marketing, communication, publicité, relation client et marketing digital, tout en développant leur capacité à concevoir et mettre en œuvre des projets professionnels.

À travers une approche orientée compétences, les études de cas, les projets pratiques, les interventions de professionnels et les stages en entreprise, la formation favorise l'acquisition de compétences directement mobilisables dans le monde professionnel.

Elle contribue ainsi au renforcement du capital humain, au développement des entreprises et à la professionnalisation des métiers du marketing et de la communication au Mali et dans la sous-région.

LE DIRECTEUR DES ÉTUDES & DE LA FORMATION