

SYLLABUS

Domaine : Sciences Economiques, Commerciale et Gestion Filière : Sciences Commerciales

Spécialité : Marketing Digital

Semestre : 03

Année scolaire : 2025/2026



Identification de la matière d'enseignement

Intitulé : Etude de cas Marketing

Unité d'enseignement : Unité fondamentale

Nombre de Crédits : 04

Coefficient : 02

Volume horaire hebdomadaire total :

- Cours (nombre d'heures par semaine) : 1H30
- Travaux dirigés (nombre d'heures par semaine) : 1H30
- Travaux pratiques (nombre d'heures par semaine) :

Responsable de la matière d'enseignement

Nom, Prénom, Grade : SAIDANI Amal, Professeure

Localisation du bureau (Bloc, Bureau) :

Email : a.saidani@hec.dz

Tel (Optionnel) :

Horaire du cours et lieu du cours :

Description de la matière d'enseignement

Prérequis : *Des connaissances préalables en Marketing stratégique et opérationnelle ainsi en communication commerciale sont nécessaires*

Objectif général de la matière d'enseignement : .

- Comprendre les principes de base du marketing et leur application dans un contexte commercial réel
- Acquérir des compétences pour analyser et résoudre des problèmes de marketing complexes à travers l'étude de cas
- Apprendre à communiquer des solutions de marketing efficaces de manière claire et concise



Contenu de la matière d'enseignement



Séances 1 et 2 : Rappel de quelques notions marketing

- Définition du marketing
- Les quatre P du marketing : produit, prix, communication, distribution
- Les outils d'aide à la décision
- Évolution du marketing dans un contexte commercial réel

Séance 3 : Étude de cas en marketing –

- Rôle de l'étude de cas en marketing
- Techniques d'analyse de cas
- Analyse de l'environnement marketing : marché, concurrents, tendances - Cas ; secteur de la boisson gazeuse

Séances 4,5 : Analyse de l'étude de cas

- Identification des problèmes et des opportunités de marketing
- Évaluation des options de marketing
- Développement de plans de marketing
- Cas : entreprise BIMO/ CONDOR/

Séances 6 et 7: Communication des solutions de marketing

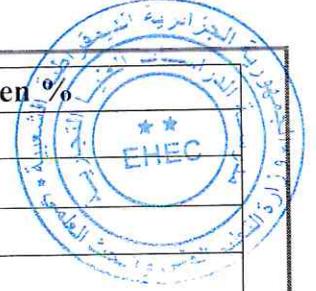
- Présentation des solutions de marketing de manière claire et concise
- Utilisation de supports visuels pour communiquer les solutions –
- Argumentation de la viabilité des solutions

Séances 8 et 9 : Éthique et responsabilité sociale en marketing

- Les enjeux éthiques et sociaux liés aux décisions de marketing –
- Les bonnes pratiques de marketing éthique et responsable
- L'impact des choix de marketing sur les parties prenantes
- CAS : Nutella

Séances 10, 11, 12, 13 et 14: Mise en place d'un plan marketing pour une entreprise

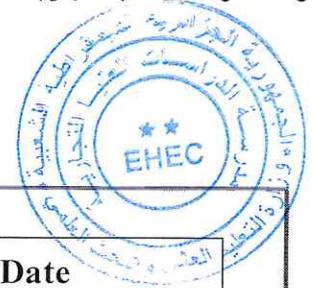
Présentations des projets



Nature du contrôle	Pondération en %
Examen	60
Micro – interrogation	
Travaux dirigés	
Travaux pratiques	
Projet personnel	20
Travaux en groupe	20
Sorties sur terrains	
Assiduité (Présence /Absence)	
Autres (à préciser)	
Total	100

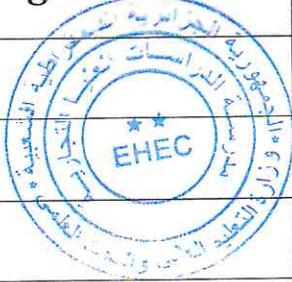
Références & Bibliographie

<i>Textbook (Main Reference) :</i>		
Title of the Book	Author	Publisher and Year of Publication
Principes de marketing (18ème édition)	<i>Kotler, P., & Armstrong, G.</i>	Pearson Education.2021
<i>Les références de soutien si elles existent :</i>		
Title of the Book (1)	Author	Publisher and Year of Publication
Stratégique: Texte et cas (12ème édition)	Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., &Regner, P.	<i>Pearson Education.2021</i>
Title of the Book (2)	Author	Publisher and Year of Publication
Gestion stratégique du marché: perspectives mondiales.	<i>Aaker, D. A., &McLoughlin, D</i>	<i>. Wiley 2020</i>



Planning du déroulement du cours

Semaine	Titre du Cours	Date
1ere Semaine	<i>Rappel de quelques notions marketing</i>	
2eme Semaine	<i>Rappel de quelques notions marketing</i>	
3eme Semaine	Étude de cas en marketing	
4eme Semaine	<i>Analyse de l'étude de cas</i>	
5eme Semaine	<i>Analyse de l'étude de cas</i>	
6eme Semaine	Communication des solutions de marketing	
7eme Semaine	<i>Communication des solutions de marketing</i>	
8eme Semaine	Éthique et responsabilité sociale en marketing	
9eme Semaine	Éthique et responsabilité sociale en marketing	
10me Semaine	<i>Mise en place d'un plan marketing pour une entreprise</i>	
11eme Semaine	Mise en place d'un plan marketing pour une entreprise	
12eme Semaine	<i>Mise en place d'un plan marketing pour une entreprise</i>	
13eme Semaine	<i>Mise en place d'un plan marketing pour une entreprise</i>	
14eme Semaine	Mise en place d'un plan marketing pour une entreprise	

N°	Nom et Prénom (etudiant)	Signature
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		