

**LICENCE EN MARKETING ET PUBLICITÉ****Langue principale d'enseignement :**Français ☒ Anglais ☐ Arabe ☐**Campus où le programme est proposé :** CFDSS**OBJECTIFS**

La Licence en marketing et publicité propose aux étudiants un enseignement comprenant de solides connaissances en marketing, communication et vente, leur permettant d'acquérir une réflexion stratégique et surtout, de développer au contact d'enseignants professionnels une volonté d'entreprendre des projets de carrière réussis. Cette formation pluridimensionnelle développe les compétences des étudiants sur plusieurs niveaux : le marketing, la publicité, la vente, le management et la gestion des entreprises.

Elle développe les compétences des étudiants sur plusieurs plans :

- Le marketing : les matières dispensées couvrent, bien entendu, toute la démarche marketing, mais elles comprennent aussi des notions complémentaires telles que le marketing international, les études de marché ou encore le merchandising, une approche théorique indispensable à une réflexion marketing stratégique. Ces cours permettent aux étudiants d'être immédiatement opérationnels au sein d'entreprises de distribution, capables de développer des analyses de marché pertinentes et de mettre en place des stratégies efficaces de lancement d'un produit ou de valorisation de l'image d'une marque.
- La publicité : à ce niveau aussi, les cours visent à développer l'aspect stratégique de la communication intégrée. Celle-ci s'appuie non seulement sur les médias classiques, mais réserve aussi une part importante aux réseaux sociaux et à la communication digitale. Les étudiants sont formés aux techniques de sélection des médias et de la répartition ciblée d'un budget publicitaire. Ils sont aussi familiarisés avec des choix créatifs de messages publicitaires et des techniques d'art graphique ou d'emballage.
- La vente : les cours de vente, notamment, les techniques de vente et les techniques de négociation, visent à développer de réelles compétences commerciales et relationnelles d'accompagnement et de gestion d'une force de vente.
- Le management et la gestion des entreprises : nos étudiants acquièrent de réelles compétences au niveau de la gestion des entreprises. Dans ce domaine, plusieurs matières de base leur sont proposées telles que la comptabilité générale et analytique, le droit et le management.

**COMPÉTENCES**

Les résultats d'apprentissage du programme de Licence en marketing et publicité sont liés aux compétences ci-dessous :


- Analyser les besoins d'un marché de façon permanente et évolutive
- Élaborer le plan marketing d'un produit/marque de grande consommation et construire son « Business Plan »
- Développer une approche approfondie de l'industrie du luxe et des produits hauts de gamme
- Mettre en œuvre les actions de commercialisation et de communication développées dans le « Business Plan »
- Organiser l'interface avec les interlocuteurs internes et externes à l'entreprise
- Évaluer les résultats des ventes et l'efficacité des actions marketing
- Développer une communication efficace et exploiter les nouvelles plateformes digitales.

**EXIGENCES DU PROGRAMME**

**180 crédits : UE obligatoires (130 crédits), UE optionnelles fermées (14 crédits), UE optionnelles ouvertes (6 crédits) et UE Formation générale de l'USJ (34 crédits, peuvent appartenir à une ou plusieurs des catégories ci-dessus).**

**UE fondamentales (144 Cr.)****UE obligatoires (130 Cr.)**

Advertising Creativity (4 Cr.). Analyse de données (4 Cr.). Bureautique (4 Cr.). Business Plan (2 Cr.). Comportement du consommateur (4 Cr.). Comptabilité analytique (4 Cr.). Droit des affaires - Thèmes fondamentaux (2 Cr.).



E-Commerce (2 Cr.). Études de marché (4 Cr.). Event Management (4 Cr.). Gestion de la force de vente (2 Cr.). Guerilla Marketing (4 Cr.). Introduction to Artificial Intelligence (2 Cr.). Le plan marketing (2 Cr.). Les fondements du marketing (4 Cr.). Logiciels de retouche d'image (Photoshop) (2 Cr.). Management (4 Cr.). Management des produits de grande consommation (2 Cr.). Management du luxe (2 Cr.). Managing Advertising Agencies (2 Cr.). Marketing des services (2 Cr.). Marketing international (4 Cr.). Media Planning (2 Cr.). Merchandising (2 Cr.). Microéconomie (2 Cr.). Negotiation Skills (2 Cr.). Politique de communication intégrée (4 Cr.). Politique de distribution (2 Cr.). Politique de prix (4 Cr.). Politique de produit (4 Cr.). Prévision de ventes (2 Cr.). Projet de fin de licence I (revue de la littérature) (6 Cr.). Projet de fin de licence II (étude de marché sur le terrain) (6 Cr.). SEO/SEM (2 Cr.). Social Media for Business (4 Cr.). Stage I (6 Cr.). Stage II (8 Cr.). Storytelling (4 Cr.). Web Design (4 Cr.).

**UE optionnelles fermées (14 Cr.), à choisir de la liste suivante :**

Art et publicité (2 Cr.). Brand Activation (2 Cr.). Communication de crises (2 Cr.). Décoration de vitrines (2 Cr.). Développement durable (2 Cr.). Emotional Intelligence (2 Cr.). Film publicitaire (2 Cr.). Initiation à la musique (2 Cr.). Introduction to Drawing (2 Cr.). Lectures bibliques (2 Cr.). Logiciels de publication (InDesign, Illustrator) (2 Cr.). Médiation (2 Cr.). Mindfulness-Based Stress Reduction (2 Cr.). Musique et cinéma (2 Cr.). Packaging Techniques (2 Cr.). Performance théâtrale (2 Cr.). Expression corporelle (2 Cr.). Photographie (2 Cr.). Photos de reportage et effets spéciaux (2 Cr.). Photos publicitaires (2 Cr.). Protocol & Etiquette (2 Cr.). Rédaction de contenu (Copywriting) (2 Cr.). Sport, santé et bien-être (2 Cr.).

**UE optionnelles ouvertes (6 Cr.)**

**Formation générale USJ (34 Cr.)**

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
	<b>ANGLAIS OU AUTRE LANGUE</b>	<b>4</b>
06ANGAL5	Business English	4
	<b>ARABE</b>	<b>4</b>
	<i>Langue et culture arabes</i>	<b>2</b>
435LAJPL1	اللغة العربية في الصحافة والإعلان	2
	<i>Autre UE enseignée en arabe</i>	<b>2</b>
063DRTSL3	قانون العمل والضمان الاجتماعي	2
	<b>SCIENCES HUMAINES</b>	<b>8</b>
064VALEL1	Les valeurs de l'USJ à l'épreuve du quotidien	2
	<i>Éthique</i>	<b>2</b>
063ETHIL2	Éthique professionnelle	2
	<i>Engagement civique et citoyen</i>	<b>2</b>
015ABC2L3	Action bénévole et citoyenne	2
	<i>Autre UE</i>	<b>2</b>
063PSYCL4	Psychologie	2
	<b>SCIENCES SOCIALES</b>	<b>8</b>
	<i>Insertion professionnelle et entrepreneuriat</i>	<b>4</b>
063WRNEL5	Work Ready Now	4
	<i>Autre UE</i>	<b>4</b>
063CPTGL1	Comptabilité générale	4
	<b>TECHNIQUES DE COMMUNICATION</b>	<b>4</b>
063SCSKL2	Communication and Selling Skills	4

	<b>TECHNIQUES QUANTITATIVES</b>	<b>6</b>
063STA1L1	Statistiques I   Statistics I	4
063MATFL3	Mathématiques financières	2

## PLAN D'ÉTUDES PROPOSÉ

### Semestre 1

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
063CREPL2	Advertising Creativity	4
063SCSKL2	Communication and Selling Skills	4
063CPTGL1	Comptabilité générale	4
063ECOML3	E-Commerce	2
063MKT1L1	Les fondements du marketing	4
063MGT1L1	Management	4
063RSSCL4	Social Media for Business	4
063ETHIL2	Éthique professionnelle	2
435LAJPL1	اللغة العربيّة في الصحافة والإعلان	2
	<b>Total</b>	<b>30</b>

### Semestre 2

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
063MKT2L2	Comportement du consommateur	4
063DRASL2	Droit des affaires - Thèmes fondamentaux	2
063LGPHL1	Logiciels de retouche d'image (Photoshop)	2
063MKSVL3	Marketing des services	2
063TNEGM2	Negotiation Skills	2
063POLDL3	Politique de distribution	2
063STA1L1	Statistiques	4
063WRNEL5	Work Ready Now	4
063PSYCL4	Psychologie	2
	<b>Total</b>	<b>24</b>

### Trimestre d'été

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
063SLP1L2	Stage I	6
	<b>Total</b>	<b>6</b>

### Semestre 3

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
063CPTAL4	Comptabilité analytique	4
063DRTSL3	قانون العمل والضمان الاجتماعي	2
063MKTRL3	Études de marché	4

063MPGCL4	Management des produits de grande consommation	2
063GAPBL4	Managing Advertising Agencies	2
063MATFL3	Mathématiques financières	2
063POLCL3	Politique de communication intégrée	4
063POLPL3	Politique de produit	4
015ABC2L3	Action bénévole et citoyenne	2
	UE optionnelle ouverte	2
	<b>Total</b>	<b>28</b>

#### Semestre 4

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
063LOGBL1	Bureautique	4
063MKGUL6	Guerilla Marketing	4
063MDPLL4	Media Planning	2
063MRCHL4	Merchandising	2
063MEPXL4	Politique de prix	4
063STLL6	Storytelling	4
063WDESL6	Web Design	4
064VALEL1	Les valeurs de l'USJ à l'épreuve du quotidien	2
	<b>Total</b>	<b>26</b>

#### Trimestre d'été

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
063SLP2L4	Stage II	8
	<b>Total</b>	<b>8</b>

#### Semestre 5

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
063ANGAL5	Business English	4
063BSPLL6	Business Plan	2
063MGECL5	Event Management	4
063MGLXL6	Management du luxe	2
063MIECL1	Microéconomie	2
063PREVL5	Prévision de ventes	2
063PJP1L5	Projet de fin de licence I (revue de la littérature)	6
063SEOML6	SEO/SEM	2
	UE optionnelles fermées	6
	<b>Total</b>	<b>30</b>

## Semestre 6

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
o63SPSSL6	Analyse de données	4
o63SFMGL6	Gestion de la force de vente	2
o63MKTPL6	Le plan marketing	2
o63INIAL6	Introduction to Artificial Intelligence	2
o63MKTIL5	Marketing international	4
o63PJP2L6	Projet de fin de licence II (étude de marché sur le terrain)	6
	UE optionnelles fermées	8
	<b>Total</b>	<b>28</b>

## DESCRIPTIFS DES UE

### **o63CREPL2      Advertising Creativity      4 Cr.**

This course introduces students to the techniques and strategies used by creative professionals to develop ads. They will develop corporate designs and learn copywriting skills. This course also explores visual strategies, while refining creative thinking skills. It examines the creative process from beginning to end, starting with techniques for creating and developing the “big idea” and finishing with the creation of a professional ad campaign.

### **o63SPSSL6      Analyse de données      4 Cr.**

L'objectif de cette UE est d'initier les étudiants aux techniques univariées et bivariées d'analyse de données, de façon à leur permettre d'extraire d'une masse de données brutes (provenant d'études de marché, de base de données clients, de suivis de ventes, etc.) les informations les plus utiles aux décideurs marketing.

### **o63HISAL1      Art et publicité      2 Cr.**

Cette unité d'enseignement propose une compréhension globale de la corrélation entre l'art et la publicité. Elle aborde l'influence de l'art pictural dans le monde de la communication en général et de la publicité spécifiquement. Cette forme, dite « détournement publicitaire », s'invite dans la communication à travers des œuvres d'art culte passant par différentes époques et mouvements picturaux, devenant ainsi elles-mêmes des icônes visuelles de référence populaire. Dans ce cours, les thèmes principaux seront l'étude des différentes formes de publicité à référent artistique, l'analyse de la stratégie marketing des entreprises ayant adopté cette technique de communication, la présentation des œuvres culte de l'histoire de l'art et de leur détournement ainsi que l'introduction des mouvements et des figures de proue de l'art pictural.

### **o63BRACL5      Brand Activation      2 Cr.**

This course explores the evolving dynamics of marketing and communication over the past 10-15 years. It emphasizes the shift from a linear approach to one that prioritizes emotional and relatable connections with audiences, allowing brands to foster support. Students will gain an understanding of brand activation, learn how to generate ideas for activation programs, and explore how to integrate these concepts within an omnichannel strategy.

### **o63LOGBL1      Bureautique      4 Cr.**

Cette UE a pour objectif d'apprendre aux étudiants les fonctionnalités les plus importantes des outils informatiques, visant à leur faire découvrir la facilité de travailler et l'économie de temps et de ressources qu'elle permet à ceux qui les maîtrisent.

### **o63ANGAL5      Business English      4 Cr.**

The objective of this course is to familiarize the student with general business language as well as the technical terminology specific to the training program.

<b>063BSPLL6</b>	<b>Business Plan</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	----------------------	--------------

This course equips students with an understanding of the basic structure of a business plan and how it addresses market and organizational needs. Students will work in groups of 4 to create and present a well-developed and well-structured business plan covering all vital elements.

<b>063SCSKL2</b>	<b>Communication and Selling Skills</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	---	--------------

This course focuses on the essential skills of effective communication and sales with coworkers and business associates. Through interactive, hands-on activities, students will explore crucial concepts in both verbal and non-verbal communication.

Students will learn how body language and non-verbal cues such as eye contact and perception, can impact communication challenges. This course will also highlight the importance of active listening skills in enhancing interactions.

By adopting new perspectives, students will discover ways to improve their communication and selling techniques, fostering stronger relationships. This open approach will enhance their writing, speaking, presentations, and even the research and development of work products while transforming how they perceive themselves and their interactions with others.

<b>063CMCRL5</b>	<b>Communication de crises</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	--------------------------------	--------------

Ce cours vise à fournir aux étudiants en marketing et en communication une compréhension approfondie de la communication et de son rôle important en temps de crise. Il aide également les étudiants à développer leurs compétences dans la gestion des différentes phases d'une crise et dans l'élaboration de stratégies de communication, de restauration de la réputation et de rétablissement de la confiance des parties prenantes dans l'après-crise.

<b>063MKT2L2</b>	<b>Comportement du consommateur</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	-------------------------------------	--------------

Ce cours permet aux étudiants de se familiariser avec toutes les activités impliquées dans l'obtention, la consommation et l'élimination des produits ou services, y compris les processus de décision qui précèdent et suivent ces activités. Le marketing vise à influencer le consommateur (ou le client) dans son comportement afin de faire d'une marque une tendance.

Au niveau pratique, il s'agit d'initier les étudiants à analyser le processus de décisions d'achat et à établir un plan d'influence comme réponse stratégique au modèle d'influence de la perception du consommateur, déterminant une bonne satisfaction après achat dans le but d'attirer les consommateurs à acheter et de les fidéliser.

<b>063CPTAL4</b>	<b>Comptabilité analytique</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	--------------------------------	--------------

Ce cours a pour principal objectif de montrer comment utiliser l'information provenant de la comptabilité générale pour accroître l'efficacité de la gestion des entreprises, en ayant parfois recours à des outils statistiques.

Cette matière concerne en particulier toute entreprise industrielle ayant besoin de déterminer ses différents coûts, et notamment son coût de revient, en passant par toutes les notions particulières qui en découlent, afin de pouvoir fixer son prix de vente. Elle vise notamment à ventiler les charges d'une société entre charges fixes et variables et à en déterminer, par conséquent, le seuil de rentabilité.

**Prérequis :** Comptabilité générale (063CPTGL1)

<b>063CPTGL1</b>	<b>Comptabilité générale</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	------------------------------	--------------

Ce cours vise à initier les étudiants aux principes comptables, à l'apprentissage des écritures comptables, à la lecture et la compréhension des comptes sociaux, et à la connaissance des obligations des entreprises.

Contribution du cours aux objectifs d'apprentissage du programme :

Ce cours répond à l'objectif suivant : « Comprendre les bases et les techniques de gestion comptable » et constitue un prérequis à la comptabilité analytique. Il s'agit d'assimiler dans un premier temps un ensemble de concepts et mécanismes comptables afin de construire les comptes sociaux en fin d'exercice. L'objectif est d'acquérir le vocabulaire et les mécanismes comptables et de comprendre les concepts de la partie double, la notion de patrimoine, le compte de résultat, le bilan et l'annexe.

La comptabilité est également un outil de gestion pour l'entreprise, elle permet d'établir des documents de gestion comme la comptabilité analytique. Grâce à la normalisation comptable, la comptabilité permet de comparer des entreprises similaires. La comparaison des bilans et comptes de résultat des entreprises permet de situer une entreprise parmi ses concurrents.

<b>063DCV2L3</b>	<b>Décoration de vitrines</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	-------------------------------	--------------

Cette unité d'enseignement montre l'importance de la vitrine du point de vente, son rôle stratégique dans la construction de l'image et son influence chez le consommateur du fait qu'elle constitue le premier point de contact avec le magasin.

Cette unité d'enseignement définit, par des plans et documents écrits, l'implantation des vitrines, leur composition, leur organisation et les expressions de leur volume ainsi que le choix des matériaux et des couleurs.

<b>063DVDRL2</b>	<b>Développement durable</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	------------------------------	--------------

La notion de développement durable est née de préoccupations sociales et écologiques relatives à certaines conséquences négatives de la croissance. Le développement durable vise à concilier l'objectif de croissance avec la satisfaction des besoins des générations futures. Ce concept qui a été largement médiatisé au cours des dernières années occupe à la fois, la scène politique, économique, mercatique et industrielle, puisque l'opinion publique y est de plus en plus sensible.

<b>063DRASL2</b>	<b>Droit des affaires - Thèmes fondamentaux</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	---	--------------

Cette UE permettra aux étudiants de connaître les principales sociétés commerciales, les différents moyens de paiement (chèques, cartes de crédit et de paiement, compte courant) ainsi que les moyens modernes de résolution des conflits (conciliation, arbitrage).

<b>063DRTSL3</b>	<b>قانون العمل والضمان الاجتماعي</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	--------------------------------------	--------------

الغاية من هذه الوحدة التعليمية هي تعزيز الوعي لدى الطلاب بمبادئ قانون العمل، وفهم حقوقهم والتزاماتهم تجاه أرباب عملهم المستقبليين، وكذلك فهم الحقوق والالتزامات التي يتحملونها تجاه هؤلاء الأرباب : المبادئ العامة في عقد العمل؛ علاقات العمل الفردية؛ علاقات العمل الجماعية؛ الضمان الاجتماعي في لبنان.

<b>063ECOML3</b>	<b>E-Commerce</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	-------------------	--------------

This course explores the differences between traditional commerce and e-commerce, which has drastically changed business practices. Students will gain insights into consumer behavior related to online shopping, including what attracts customers, their preferences, and how to navigate the absence of tactile product experiences. This course also identifies the key elements that contribute to a successful e-commerce website through a detailed case study on Amazon. Additionally, it examines specific marketing tools for e-commerce designed to enhance website visibility and increase traffic, sales and revenues. Finally, this course assesses the impact of technology on businesses and discusses strategies for addressing e-commerce problems, both proactively and during the operational phase of a website.

<b>063INTEL5</b>	<b>Emotional Intelligence</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	-------------------------------	--------------

This course emphasizes the necessity for organizations to adapt swiftly to maintain their competitive edge. It explores how rapid change requires leaders and employees who are flexible, effective, and committed to continuous improvement while sharing a focus on profitability. The course covers the principles of Emotional Intelligence, which is essential for achieving better results for individuals, teams, and organizations, ultimately enhancing overall performance. Participants will learn to manage their time, people, and performance more effectively, enabling them to deliver exceptional quality and facilitate cultural change.

<b>063ETHIL2</b>	<b>Éthique professionnelle</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	--------------------------------	--------------

L'éthique, la déontologie, la morale et la responsabilité sociétale des entreprises sont devenues, en très peu de temps, une préoccupation majeure de la vie des affaires. Il est devenu inévitable dans le monde des affaires d'aujourd'hui, d'exiger le respect par toutes les parties prenantes impliquées, à savoir les employeurs, les employés ainsi que les administrations, d'un certain nombre de principes relevant de l'éthique. La philosophie de cette UE est de servir d'outil permettant de mettre en exergue les conséquences positives d'un comportement éthique



ainsi que les conséquences négatives d'un comportement non éthique. Cette UE a pour objectif de créer une prise de conscience ou une sensibilisation aux problèmes éthiques qui peuvent surgir de la pratique des affaires, ainsi que de montrer de quelle manière notre conduite éthique est le fruit de notre société et de notre culture. Comme l'a clairement dit Theodore Roosevelt : « The biggest corporation, like the humblest citizen, must be held to strict compliance with the will of the people ».

<b>063MKTRL3</b>	<b>Études de marché</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	-------------------------	--------------

Ce cours est proposé aux étudiants inscrits en Licence de marketing et publicité et est dispensé au semestre 3. Il permet d'approfondir le chapitre « Études de marché » du cours intitulé « Les Fondements du marketing ». Il précède le cours « Analyse de données » et est un prérequis pour les cours intitulés « Projet de fin de Licence I et II ». Ce cours a pour principal objectif d'offrir aux étudiants un bagage méthodologique solide en matière d'études de marché. Il se situe plus à un niveau conceptuel et pratique que mathématique et vise à former des professionnels du domaine et non pas des chercheurs en marketing.

<b>063MGECL5</b>	<b>Event Management</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	-------------------------	--------------

This course introduces students to the research, planning, coordination, marketing and management of special events that cater to customers' needs.

<b>063FILML6</b>	<b>Film publicitaire</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	--------------------------	--------------

L'objet de cette UE est d'offrir aux étudiants de Licence en marketing et publicité, les outils et les compétences de base nécessaires à la production et à la réalisation d'un film publicitaire.

Au cours du semestre, l'étudiant est guidé dans les différentes étapes de la réalisation publicitaire, débutant par un pitch, passant par la préproduction, touchant à une budgétisation précise jusqu'à la formation de l'équipe, le casting, la direction artistique et les costumes, et aboutissant à un tournage et une post-production.

<b>063SFMGL6</b>	<b>Gestion de la force de vente</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	-------------------------------------	--------------

Cette unité d'enseignement propose une approche complète des outils et techniques nécessaires à une gestion efficace de la force commerciale d'une entreprise. Cette UE concerne, d'une part, l'organisation de la force de vente, l'optimisation de sa répartition géographique, la gestion du portefeuille de la clientèle et des activités de prospection, et d'autre part, l'amélioration des performances de cette équipe qui passe par sa formation et sa rémunération.

<b>063MKGUL6</b>	<b>Guerilla Marketing</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	---------------------------	--------------

This course introduces Guerilla Marketing as a contemporary and unconventional approach used to enable entrepreneurs to effectively compete against larger rivals using minimal resources. Developed by Dr. Jay Conrad Levinson, often regarded as the father of modern marketing, this approach has gained traction in prestigious universities such as Berkeley and Stanford. The course emphasizes implementing creative tactics and schemes to achieve significant results with the most efficient tools, relying on quick, innovative actions to establish a solid process.

<b>063MSQPL3</b>	<b>Initiation à la musique</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	--------------------------------	--------------

Cette UE a pour objectif de familiariser les étudiants avec la musique publicitaire et son influence sur le consommateur.

Les étudiants apprendront comment la musique s'est attribuée des nouvelles fonctions : son accompagnement quotidien à une image mouvante, son aide à la création d'un univers imaginaire, du choix particulier et spécifique d'une musique pour un annonceur, etc.

Aujourd'hui, la musique est utilisée d'une manière différente que celle de l'époque du romantisme et de l'esthétique artistique du XIX<sup>e</sup> siècle.

L'union entre la musique et la publicité date depuis déjà très longtemps. Elle commence avec les vendeurs qui criaient dans les rues pour vendre leurs produits.

L'esthétique artistique du XIX<sup>e</sup> siècle.

Avec la naissance de l'audiovisuel, la musique s'invitera pour accompagner l'image publicitaire.

Les étudiants pourront connaître le rôle de la musique dans la publicité, c'est-à-dire comment la musique publicitaire a pu s'imposer dans les mass médias actuels et quels sont ses différents aspects.



<b>063INIAL6</b>	<b>Introduction to Artificial Intelligence</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	--	--------------

This course introduces artificial intelligence (AI). It equips students with the knowledge and tools to effectively use AI technologies, enhancing their ability to innovate and solve real-world problems in their respective fields. Students will explore the definition of AI, its history, various technologies and techniques, the structure and functionality of AI systems, and the emerging field of generative AI.

<b>063DESSL6</b>	<b>Introduction to Drawing</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	--------------------------------	--------------

This course introduces students to drawing and sketching objects from various perspectives.

<b>063BBL1L4</b>	<b>Lectures bibliques</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	---------------------------	--------------

Cette unité d'enseignement fait partie de la Formation générale USJ, axe « Sciences religieuses ». Elle a pour but d'initier les étudiants à la Bible et à l'exégèse biblique par l'étude de douze textes, trois dans chaque évangile.

<b>063MKTPL6</b>	<b>Le plan marketing</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	--------------------------	--------------

Cette unité d'enseignement vise à permettre aux étudiants d'établir un plan marketing stratégique pour leurs marques.

Ils seront ainsi en mesure de synthétiser leurs acquis théoriques sous forme de tableaux Excel et de matrices Powerpoint.

**Prérequis :** Les fondements du marketing (063MKT1L1)

<b>063MKT1L1</b>	<b>Les fondements du marketing</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	------------------------------------	--------------

Le cours « Marketing I » est proposé aux étudiants inscrits en Licence de marketing et publicité et est dispensé au semestre 1 et n'a aucun prérequis. En revanche, ce cours est lui-même un prérequis à divers autres cours de licence tels que « Études de marché », « Politique de produit », « Politique de prix », « Politique de distribution », « Politique de communication intégrée », etc.

Il vise à sensibiliser les étudiants à l'importance du marketing dans les entreprises commerciales, mais aussi dans les institutions publiques, les organisations à but non lucratif, etc. Il leur permettra également de s'initier aux concepts de base du marketing ainsi qu'à la démarche marketing.

<b>063LGPBL4</b>	<b>Logiciels de publication (InDesign, Illustrator)</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	---	--------------

Cette UE donne l'opportunité aux étudiants de connaître les fonctions de base des logiciels Adobe InDesign et Illustrator, plateformes essentielles pour la création de tous genres de fichiers de publications, imprimés ou diffusés en ligne.

Les étudiants pourront définir et appliquer les étapes techniques nécessaires pour l'exécution ou la création de documents publicitaires. Ils reconnaîtront les exigences relatives aux supports media et aux différentes techniques d'impression.

Cette UE se trouve être aussi une initiation au montage d'éléments graphiques ainsi qu'à la mise en page d'un point de vue créatif.

<b>063LGPHL1</b>	<b>Logiciels de retouche d'image (Photoshop)</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	--	--------------

Ce cours est proposé aux étudiants inscrits en Licence de marketing et publicité et en Licence en informatique appliquée aux entreprises.


Ce cours enseigne aux étudiants comment retoucher et détourner une image et les familiarise avec les outils leur permettant d'imprimer sur différents supports.

<b>063MGT1L1</b>	<b>Management</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	-------------------	--------------

This course introduces the functions of management and the importance of implementing them in the workplace.

<b>063MPGCL4</b>	<b>Management des produits de grande consommation</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	---	--------------

Cette unité d'enseignement vise à permettre aux étudiants de comprendre et de se familiariser, à travers des cas pratiques, avec les grands acteurs de la grande consommation, leur marketing mix, leur analyse SWOT, leurs



facteurs clés du succès, leurs principaux enjeux stratégiques, leurs lancements et leur analyse de la concurrence. La combinaison d'études de cas multiples permettra une meilleure vue d'ensemble pour la gestion d'un produit de grande consommation.

<b>063MGLXL6</b>	<b>Management du luxe</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	---------------------------	--------------

Cette unité d'enseignement propose d'aller au-delà du simple développement de stratégies marketing adaptées au luxe et présente tous les rouages de la gestion d'une marque de luxe dans le temps, de façon à assurer une pérennité des marques. La partie théorique est étayée par un grand nombre d'analyses de cas qui définissent l'identité d'une marque de luxe et ses codes, expliquent la légitimité de son adhésion au luxe et racontent les défis des nombreuses extensions choisies par ces marques.

<b>063GAPBL4</b>	<b>Managing Advertising Agencies</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	--------------------------------------	--------------

This course covers the tools marketers utilize to establish brand positioning in consumers' minds, fostering a desirable image, product awareness, purchase interest, and loyalty. Students will explore major advertising agencies, understanding their types and operations. As members of an advertising agency, students will gain insights into the inner workings and structure of a full-service marketing communications firm. They will learn to manage accounts for both profit and non-profit organizations, engaging in various small and large projects that offer valuable real-world experience.

<b>063MKSVL3</b>	<b>Marketing des services</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	-------------------------------	--------------

Ce cours a comme prérequis le cours des fondements du marketing. L'importance croissante des services dans les économies mondiales incite les chercheurs en marketing à développer un marketing dans ce sens, surtout que les services ont des particularités qui les différencient des produits, comme l'intangibilité, la périssabilité, l'inséparabilité du processus de production et de consommation, ainsi que la notion de « servuction ».

<b>063MKTIL5</b>	<b>Marketing international</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	--------------------------------	--------------

L'objectif de cette unité d'enseignement est d'exposer les fondements du marketing international et les stratégies marketing mises en place par les entreprises internationales pour surmonter la complexité du développement de leurs activités dans des environnements multiculturels. Cette UE complète des acquis antérieurs au niveau de la gestion et au niveau du marketing, en projetant ces connaissances dans des situations concrètes où l'entreprise fait face à des défis d'un genre différent : une concurrence multinationale, un comportement de consommateur non familier et un positionnement de produit modifié par l'environnement étranger. Toutes ces situations sont illustrées par des études de cas réalistes et réelles que les étudiants pourront s'approprier dans leur vie professionnelle.


<b>063MATFL3</b>	<b>Mathématiques financières</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	----------------------------------	--------------

Cette UE obligatoire vise à aider l'étudiant à maîtriser les calculs financiers pour la bonne négociation des contrats, en considérant les différentes contraintes financières, à faire un bon choix d'investissement et à bien analyser des graphes financiers pour une meilleure gérance.

Son contenu couvre les formules fondamentales de l'intérêt simple et composé, le calcul du taux moyen, du taux effectif et de l'échéance moyenne de plusieurs effets de commerce, la comparaison de deux capitaux à deux dates différentes ainsi que la construction d'un tableau d'amortissement des emprunts. Il s'agit de choisir l'investissement en fonction de la rentabilité économique.

<b>063MDPLL4</b>	<b>Media Planning</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	-----------------------	--------------

This course provides students with insights into developing an effective media plan. It emphasizes selecting appropriate media vehicles and evaluating various mass media options to minimize financial waste. Students will closely examine the decisions and challenges that arise throughout the planning process. Additionally, they will acquire a comprehensive understanding of different media techniques and the factors influencing media decisions. The course also covers the components of a media plan and the implementation of a media schedule.



<b>o63MEDTL4</b>	<b>Médiation</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	------------------	--------------

Ce cours permet aux étudiants de se familiariser avec les notions et les méthodes de médiation, à développer leurs compétences en résolution de conflits - écoute active, intelligence émotionnelle -, à savoir poser des questions pertinentes et à établir des liens de confiance.

À travers ces outils, les étudiants apprendront à mieux communiquer, à comprendre/gérer leurs propres émotions ainsi que celles des autres, à écouter activement, à identifier des solutions gagnant-gagnant, et de manière générale, à résoudre les conflits qu'ils traverseront dans leur vie.

Ils se familiariseront avec les thèmes suivants : apprentissage expérimental, établissement de la confiance, besoins, intérêts, positions, neutralité positive, impartialité, compromis, reformulation des problématiques, validation des sentiments et des émotions, communication verbale et non verbale et environnement sécurisé.

Ce cours sera donné de manière interactive, à travers des exercices de groupe et des jeux de rôle.

<b>o63MRCHL4</b>	<b>Merchandising</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	----------------------	--------------

Cette unité d'enseignement vient compléter le cours de politique de distribution en mettant l'accent sur l'approche horizontale de la distribution, c'est-à-dire la gestion des performances d'un point de vente en chiffre d'affaires mais aussi en rentabilité. Elle développe un ensemble de techniques et de paramètres dont la maîtrise permet aux distributeurs de maximiser l'exploitation de leur espace de vente : la zone de chalandise, le linéaire, l'assortiment, la PLV, etc., en bref, tout ce qui concourt à obtenir des résultats qui vont finalement satisfaire les trois acteurs principaux de la distribution : le producteur (en vendant davantage son produit), le distributeur (en optimisant sa marge de gain) et le consommateur (en créant l'envie et en facilitant l'achat).

<b>o63MIECL1</b>	<b>Microéconomie</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	----------------------	--------------

Ce cours a pour but de donner à l'étudiant les notions essentielles en microéconomie, notamment le fonctionnement du marché en concurrence pure et parfaite, les différents types d'élasticité, le comportement du consommateur, la production et les coûts d'une entreprise. Il vise à susciter l'intérêt de l'étudiant pour les comportements des agents économiques sur un marché et leur permet, grâce à l'alternance d'exercices pratiques et d'exposés théoriques, de maîtriser l'efficacité des outils analytiques.

<b>o63MDFLM2</b>	<b>Mindfulness-Based Stress Reduction</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	---	--------------

Cette unité d'enseignement est une initiation à la discipline et aux techniques de la Mindfulness (pleine conscience). Elle vise à modifier les habitudes automatiques de l'esprit, à améliorer la vigilance de la conscience et à s'affranchir du jugement au moyen d'activités et d'exercices d'entraînement. La pleine conscience permet une meilleure gestion de nos sentiments et de nos émotions, une prise de conscience pour une meilleure hygiène de vie et un bien-être durable.

<b>o63MSQCL4</b>	<b>Musique et cinéma</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	--------------------------	--------------

Cette UE montre l'importance de la musique dans les films. L'action de toute scène, quelle que soit l'ambiance (romantique, drame, policier, sociale, guerre, horreur) est mieux appréciée, mieux acceptée et mieux favorisée avec de la musique, grand support aux émotions du public. Le choix de la musique et celui des instruments utilisés dans le morceau sont très importants pour mettre en relief l'idée et le message à transmettre. La musique doit être donc compatible avec les scènes du film. Le compositeur de musique de film doit avoir une connaissance musicale approfondie. Il doit être aussi très créatif dans le style et dans les harmonies. Le succès de plusieurs films fut et est toujours lié à la musique du film et en particulier la musique d'ouverture.

<b>o63TNEGM2</b>	<b>Negotiation Skills</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	---------------------------	--------------

Dans cette UE, des notions de communication, de négociation et de stratégie faciliteront la compréhension de certaines techniques d'approche.

Cette UE prend en considération un éventail assez vaste de conflits allant des priorités de trafic aux cas de divorce, en passant par les conflits d'entreprises et les revendications syndicales. Cette UE vise donc à sensibiliser les étudiants aux méthodes de diagnostic et d'évaluation de l'équilibre de pouvoir dans les cas envisagés et dans toute situation de conflit. Elle fait appel aux compétences personnelles requises ainsi qu'aux principes généraux

qui déterminent les motivations conflictuelles des individus et des groupes. Elle adoptera une approche pratique et sera agrémentée d'interventions et de jeux de rôle.

<b>063TEMBL2</b>	<b>Packaging Techniques</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	-----------------------------	--------------

Ce cours met en évidence l'importance de l'emballage et de l'étiquetage comme piliers fondamentaux de la conception et de la vente du produit, rappelant les objectifs stratégiques et la démarche expérience consommateur. Afin de donner forme à l'apprentissage conceptuel ci-dessus, les étudiants seront invités à tester et à manier les différents matériaux d'emballage et ce, à travers des observations sur le marché ainsi que des activités pratiques et manuelles. Ils auront l'opportunité de concevoir des emballages adaptés (esthétique et matériaux) et de proposer de nouvelles solutions en respectant les normes du design et les éléments du branding. Ils développeront des compétences techniques et créatives. Le but c'est de comprendre la finalité des choix selon chaque catégorie de produits, en considérant les aléas de la conservation, distribution et le stockage du produit.

<b>063THEAL5</b>	<b>Performance théâtrale</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	------------------------------	--------------

L'objectif de ce cours est de développer la confiance en soi et l'aisance dans l'expression verbale, en vue d'une communication interpersonnelle perfectionnée.

Cela se réalisera à travers la formation d'acteur.

L'étudiant suivra une formation corporelle et vocale au sein d'un groupe. Le jeu scénique et la dynamique du groupe servent à développer la créativité et la confiance de l'étudiant en lui-même, celles-ci seront investies éventuellement dans la structuration et la communication de discours et dans les entretiens professionnels ou personnels.

<b>063EXCPL6</b>	<b>Expression corporelle</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	------------------------------	--------------

L'expression corporelle est une activité où la créativité du mouvement s'inspire à la fois d'histoires contées, de poésie, de chants, de musique, de sons, de danse ou encore de mime.

Cette activité vise à produire et à utiliser des formes corporelles pour évoquer, symboliser et communiquer avec les autres. Le pratiquant est amené à prendre en compte l'espace, un support musical, les autres et leur regard, développant des capacités et des ressources nécessaires aux conduites motrices.

Ce cours développe la conscience et l'exploration de cet instrument d'expression que nous portons tous chaque jour et dont il est primordial de savoir sa constitution et le pouvoir de son impact sur notre performance quotidienne.

À travers des exercices de mouvement, de danse, de théâtre et de relaxation, les étudiants apprendront à libérer leur créativité, à renforcer leur confiance en leur corps et à améliorer leur communication non verbale.

<b>063PHRPL6</b>	<b>Photos de reportage et effets spéciaux</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	---	--------------

Ce cours est proposé aux étudiants inscrits en Licence de marketing et publicité.

Il a pour objectif de familiariser les étudiants avec l'approche artistique de la photographie et ses différentes applications dans les secteurs des reportages photo, et de les initier aux techniques de création d'effets spéciaux afin de mettre en valeur un produit en image.

L'intervention sur les images avec des logiciels comme la retouche d'image ou bien d'autres effets à la prise de vue pour accentuer l'impact du reportage visuel est entièrement permise.

<b>063FOPBL3</b>	<b>Photos publicitaires</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	-----------------------------	--------------

Ce cours est proposé aux étudiants inscrits en Licence de marketing et publicité.

L'objectif du cours est d'initier les étudiants au studio publicitaire, de les guider dans la photographie professionnelle afin qu'ils puissent se faire comprendre dans les milieux professionnels.

<b>063POLCL3</b>	<b>Politique de communication intégrée</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	--	--------------

Ce cours, qui est une présentation des fonctions de politique de communication intégrée, fournit aux étudiants une compréhension de l'élaboration d'un plan de communication efficace comprenant la combinaison des moyens et techniques de communication adoptés par l'entreprise, afin de transmettre un message cohérent en direction de l'ensemble des publics cibles, les clients, les fournisseurs, les sociétés, les partenaires, les actionnaires ainsi que le personnel de l'entreprise.

Même si une petite entreprise a un capital limité et n'est pas en mesure de consacrer autant de budget à la publicité qu'une grande société, elle peut toujours développer une politique de communication intégrée très efficace.

<b>063POLDL3</b>	<b>Politique de distribution</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	----------------------------------	--------------

La distribution est désormais une fonction clé de la gestion des entreprises. Elle y joue un rôle à la fois stratégique et opérationnel. Cette UE développe donc, d'une part, les structures de la distribution à mettre en place et d'autre part, les aspects pratiques notamment la logistique commerciale, la gestion des stocks et la rémunération des distributeurs.

**Prérequis :** Les fondements du marketing (063MKT1L1)

<b>063MEPXL4</b>	<b>Politique de prix</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	--------------------------	--------------

Ayant pour objectif de susciter la réflexion sur l'élément prix du « marketing mix », ce cours vise à sensibiliser les étudiants au pouvoir stratégique du prix. Il adoptera une approche marketing plutôt qu'économique basée sur la compréhension du marché consommateur, des contraintes de l'entreprise et des facteurs intervenants dans la prise de décision.

<b>063POLPL3</b>	<b>Politique de produit</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	-----------------------------	--------------

Cette unité d'enseignement est fondamentale ; elle s'inscrit au cœur du marketing opérationnel et prépare l'étudiant à assumer la mission d'un chef de produit, fonction incontournable au sein de la vie d'une entreprise. Cette UE présente trois parties théoriques principales : la première concerne la conception d'un produit, son organisation éventuelle en gamme et définit les stratégies marketing principales qui doivent accompagner le produit dans son cycle de vie. La deuxième partie aborde l'innovation, les risques qui y sont inhérents et la démarche à suivre pour transformer l'innovation en succès commercial. Enfin, la troisième partie concerne la marque, élément d'identification important du produit. Cette unité d'enseignement intègre, en outre, un grand nombre d'applications, d'exercices et d'études de cas qui viennent étayer la théorie.

<b>063PREVL5</b>	<b>Prévision de ventes</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	----------------------------	--------------

Cette UE obligatoire vise à aider l'étudiant à structurer sa démarche lors de la construction des modèles prévisionnels des ventes.

L'étudiant doit comprendre les buts de ces modèles et les démarches utilisées, et doit être capable de lire, d'utiliser et d'analyser les résultats des modèles prévisionnels.

Son objectif est d'acquérir les connaissances nécessaires pour :

- Bien choisir les caractéristiques et les situations de prévisions des ventes
- Bien définir le secteur d'activité, l'utilisation opérationnelle et l'horizon d'une prévision des ventes
- Aboutir à une bonne décision pour optimiser les ventes
- Expliciter les méthodes de prévision les plus utilisées en pratique dans les différents secteurs
- Traiter l'information et les données quantitatives.

<b>063PJP2L6</b>	<b>Projet de fin de licence II (étude de marché sur le terrain)</b>	<b>6 Cr.</b>
------------------	---	--------------

Ce travail de groupe (2 à 3 étudiants) s'inscrit dans la stricte continuité du cours « Projet de fin de Licence I », dont il représente le volet pratique. Il consiste à réaliser une étude empirique (le plus souvent de type quantitatif) sur le thème marketing choisi et approfondi d'un point de vue théorique dans le cadre du « Projet de fin de Licence I ». Il débouche sur la rédaction d'un mémoire d'une trentaine de pages (hors annexes), présenté lors d'une soutenance orale.

<b>063PJP1L5</b>	<b>Projet de fin de licence I (revue de la littérature)</b>	<b>6 Cr.</b>
------------------	---	--------------

Ce travail de groupe (2 à 3 étudiants) consiste à réaliser une étude exploratoire, autrement dit une recherche documentaire complétée éventuellement d'interviews d'experts, sur un thème marketing pour lequel le groupe éprouve un intérêt particulier et ce, sous l'encadrement d'un directeur de projet. Il débouche sur la rédaction d'un mémoire d'une trentaine de pages (hors annexes), présenté lors d'une soutenance orale.

<b>o63PRETL1</b>	<b>Protocol and Etiquette</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	-------------------------------	--------------

This course is designed for Bachelor in Hospitality Management students. It focuses on fundamental principles of etiquette, enabling students to face any social and professional situation with self-confidence and integrity.

This adaptable behavioral code fosters respectful interactions, honoring diverse beliefs and traditions. Etiquette refers to the rules and codes governing individual behavior within a society, and plays a crucial role in facilitating the human and career development of future professionals.

Protocol is the set of rules and shared codes that ease communication, without being part of the communication itself.

The course covers various applications of etiquette, including:

- Social: Rules that govern etiquette and precedence in official ceremonies
- Diplomatic: Rule of diplomatic etiquette and precedence

This course equips students with comprehensive knowledge of proper manners and behavior, allowing them to master interaction and communication across private, public and professional settings.

<b>o63PSYCL4</b>	<b>Psychologie</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	--------------------	--------------

Ce cours permet aux étudiants d'effectuer un tour d'horizon de divers thèmes qu'ils pourront mettre en pratique aussi bien dans leur vie personnelle que professionnelle, et surtout d'être éclairés sur les dernières théories psychologiques relatives à ces thèmes. Il est animé de façon à laisser une grande part de réflexion personnelle dans une ambiance interactive. À noter que chaque cours traite d'un thème différent, avec dans certains cas, des tests effectués afin d'apprendre à mieux se connaître, ainsi que des jeux de rôle où l'accent est mis, cette fois, sur la dynamique de groupe.

<b>o63RDPBL2</b>	<b>Rédaction de contenu (Copywriting)</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	---	--------------

À l'ère du digital, de la forte concurrence et de l'éveil du consommateur, ce sont désormais les idées qui créent de la valeur. Le copywriter s'apparente alors à un éditeur de contenu qui agit sur les différents supports numériques pour émettre ce que les gens espèrent recevoir.

Quand tout se concentre sur un slogan, un post, un message ou un titre, il est urgent de cibler ses propos pour livrer un contenu que la marque a envie de transmettre et qui puisse répondre et même anticiper les besoins des clients.

Connaître son audience, interagir avec elle sur les médias sociaux, lui raconter une histoire, chercher l'émotion, susciter une réaction (d'achat ou autre), tout ceci nécessite de maîtriser la rédaction des messages, base de toute communication.

<b>o63SEOML6</b>	<b>SEO/SEM</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	----------------	--------------

L'objectif de ce cours est d'initier les étudiants au SEO et SEM. Dans un premier temps, une introduction sera faite sur les tendances des sites web et des comportements des internautes en situation de recherche sur le Web. Savoir mettre en place une campagne avec un brief et un suivi. Google Analytics permet de récolter et d'analyser des informations sur l'audience du site.

<b>o63RSSCL4</b>	<b>Social Media for Business</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	----------------------------------	--------------

Social networks now occupy a significant part of our daily lives and have set new standards in the way people behave. Consumer behavior and the use of smartphones are increasingly intertwining in a more visual and interactive environment. Phones are no longer used to call someone, but to message, chat and check one's different social media accounts. The last thing we do before going to sleep and the first thing we do when we wake up, is to check our WhatsApp, Facebook and Instagram accounts to see what we missed overnight.

This revolutionary shift has deeply impacted brands, which can no longer ignore these new standards and must find new and sophisticated ways to communicate and engage with their customers. Today, every brand must have a strong online presence.

Throughout this course, students will learn best practices for using each of the main social networks and identify the different goals that dictate online advertising, supported by hands-on examples of every objective. Moreover, students will understand the importance of storytelling and how to create impactful content, because this is what sets one company apart from another on social media.



<b>o63SPSTL1</b>	<b>Sport, santé et bien-être</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	----------------------------------	--------------

L'activité physique et sportive (APS) est un déterminant de santé physique et mentale à part entière. Notre société est marquée par une forte augmentation de la sédentarité, liée notamment à la tertiarisation des emplois, à l'augmentation des déplacements inactifs et à l'essor du numérique. Or, l'activité physique est un déterminant majeur de l'état de santé et du bien-être des individus et des populations à tous les âges de la vie. Par ailleurs, l'activité physique est source de plaisir et de lien social. Elle contribue à l'épanouissement de l'individu et à la préservation de ses capacités physiques et mentales tout au long de la vie. Elle est de plus en plus perçue comme un « médicament » par la médecine (thérapie non médicamenteuse). La reconnaissance officielle du sport comme « médicament » a depuis été inscrite dans le code de la Santé publique (article L. 1172-1).

<b>o63SLP1L2</b>	<b>Stage I</b>	<b>6 Cr.</b>
------------------	----------------	--------------

This internship requires Bachelor in Marketing and Advertising or in Computer Science for Business students to complete a two-month Sales Internship Program.

**Prerequisite:** Selling Techniques.

This internship aims to immerse students in the real-world working environment, enabling them to apply theoretical concepts in practice. This experience is vital for graduates, as it enhances their employability by demonstrating to potential employers that they have acquired practical skills in sales processes, including selling products and services, negotiating, prospecting, and managing various sales floors and merchandising tasks. Additionally, this professional experience allows students to build a valuable network, facilitating access to important companies in the future.

<b>o63SLP2L4</b>	<b>Stage II</b>	<b>8 Cr.</b>
------------------	-----------------	--------------

Un stage d'une durée de deux mois est exigé des étudiants inscrits en deuxième année de Licence en marketing et publicité. Il a pour objectif principal de les initier à envisager des métiers clés (product manager, account executive, media planner, events planner, etc.) auxquels leur formation académique les destine, et ce, tant au sein des entreprises de distribution qu'au sein des principales agences de publicité présentes sur le marché libanais et même à l'étranger. Ce stage leur permet aussi de tisser un réseau professionnel utile pour accéder ultérieurement à des entreprises importantes. Par ailleurs, et s'il est réussi, ce stage peut aboutir à une promesse d'embauche à long terme.

<b>o63STA1L1</b>	<b>Statistiques</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	---------------------	--------------

Cette UE vise à développer davantage les aptitudes acquises en statistiques ainsi qu'à pousser les connaissances des notions et des techniques de la statistique descriptive unidimensionnelle et bidimensionnelle. En particulier, cette UE permettra de résumer et d'analyser une population ou un ensemble de données. L'étudiant ayant suivi cette matière sera capable de maîtriser les concepts de base de la statistique descriptive, les notions essentielles sur les distributions statistiques et les indices, et de décrire les corrélations qui pourraient exister entre deux variables statistiques.

<b>o63STLL6</b>	<b>Storytelling</b>	<b>4 Cr.</b>
-----------------	---------------------	--------------

This course focuses on understanding a brand's narrative and utilizing it as a selling tool within marketing and communication strategies.

This course is divided into three parts:

- The first part introduces the concept of storytelling through both theoretical and practical approaches, including a personal storytelling exercise.
- The second part examines the role of storytelling in marketing and communication, analyzing successful brands like Coca-Cola and less effective ones like Elie Saab to understand the impact of their narratives.
- The third part teaches students how to craft a brand story from scratch and adapt communication messages across various elements, including branding, design, merchandising, packaging, and advertising

<b>o63WDESL6</b>	<b>Web Design</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	-------------------	--------------

Cette UE aborde la conception de site web d'un point de vue non technique, celui de la maîtrise d'ouvrage, c'est-à-dire la partie qui exprime les besoins relatifs à la création d'un site web (clients, chefs de projets métier,



équipes de marketing, etc.). Cette UE s'adresse à des étudiants ayant un background non technique ainsi qu'aux informaticiens. L'objectif principal est de mener les étudiants à comprendre ce qui, indépendamment de la programmation, peut faire le succès ou l'échec d'un site et, par conséquent, celui des objectifs de l'organisation qui l'a mis en place.

<b>063WRNEL5</b>	<b>Work Ready Now</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	-----------------------	--------------

This course provides students with an overview of entrepreneurship and its impact on societies, emphasizing that SMEs account for the majority of businesses worldwide, representing about 90% of businesses and more than 50% of employment. Students will gain entrepreneurial thinking by identifying the characteristics of entrepreneurs and assessing whether their skills are suited for entrepreneurship. Additionally, the course will allow them to enhance their soft skills through the Work Ready Now curriculum. They will learn how to identify business opportunities and transform these into a business model canvas.

<b>435LAJPL1</b>	<b>اللغة العربيّة في الصحافة والإعلان</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	---	--------------

تسمح هذه الوحدة التعليميّة للطالب بأن يتذوّق اللغة العربيّة وثقافتها من باب مرن وجذاب يطلّ من خلاله على استعمالات اللغة العربيّة في الصحافة المرئيّة والمسموعة والمكتوبة، وكذلك في الإعلانات المرئيّة والمسموعة والمكتوبة، فيتزوّد بمهارات لغويّة، شفهيّة وكتابيّة، تفيدته بشكل عمليّ وملموس.

<b>015ABC2L3</b>	<b>Action bénévole et citoyenne</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	-------------------------------------	--------------

Cette unité d'enseignement fait partie de la formation générale à l'USJ. Elle vise à sensibiliser tous les étudiants à l'importance de leur implication dans la vie citoyenne en leur fournissant l'occasion de s'engager dans des activités bénévoles diverses.

Cette UE est constituée de deux volets : enseignement théorique et pratique encadré.

<b>064VALEL1</b>	<b>Les valeurs de l'USJ au quotidien</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	--	--------------

Cette unité d'enseignement vise à sensibiliser les étudiants aux valeurs fondamentales de l'Université Saint-Joseph de Beyrouth (USJ) afin de les investir dans leur vie personnelle, interpersonnelle et professionnelle. Elle les engage ainsi dans une réflexion critique sur la manière dont les valeurs inscrites dans la Charte de l'USJ peuvent influencer leurs comportements, leurs actions et leurs décisions afin de relever les défis du monde contemporain. Ils seront également conscients des enjeux globaux et des responsabilités éthiques, prêts à contribuer positivement à la construction d'une société meilleure.