



**THEMES DE MEMOIRES 3° CYCLE**

**Cycle supérieur/ 3° cycle**

**Filière : Ingénierie Commerciale, Marketing et Distribution**

THEMES
Le télémarketing au Maroc"cas d' un centre d' appel particulier
Le secteur de télécommunication au Maroc : "Lancement d' un nouvel operateur-WANA"
Pratique de la PLV dans les grandes surfaces de distribution "étude de cas"
Etude de satisfaction de la clientèle Acima
Etude de satisfaction de la clientèle Méditel
Pratiques de la performance "Cas des entreprises de la haute technologie"
Pratiques du marketing relationnel dans le secteur touristique "étude de cas"
Les enjeux de la formation pour l'entreprise marocaine
Marketing des distributeurs : étude du cas "Marjane"
Lancement d'un nouveau produit "étude de cas"
Application de la stratégie marketing au niveau touristique "Cas d'un groupe particulier"
Le comportement du consommateur marocain vis-à-vis de la téléphonie mobile
Le comportement du consommateur marocain vis-à-vis du café
Application de la stratégie marketing au niveau bancaire "Cas d'une banque particulière"
Etude de satisfaction de la clientèle Maroc Telecom
Etude de l'impact de la publicité sur le comportement du consommateur marocain
Analyse comparative entre le comportement du consommateur :
marocain et malien
marocain et Ivoirien
marocain et mauritanien
marocain et benninois
marocain et comorien
La commercialisation des produits bancaires
Le financement du commerce extérieur
Le Marketing Mix et L'analyse concurrentielle
Mesure de l'efficacité publicitaire :évaluation de la campagne publicitaire d' une entreprise.
Le marketing des services publics:quelle démarche pour le développement humain au Maroc?
Le marketing politique:cas de la compagne electorale au Maroc (2007)
Le marketing infantil:les stratégies publicitaires et le marché de l' enfant.Cas d' une entreprise
Les strategies achats:émergence,importance et impact d' un nouveau levier de profitabilité au sein de l' entreprise.Etude de cas
En quoi le ,le cybermarketing permet il aux entreprisesmarchandes d' agir sur leur marchés?
La promotion est -elle un levier de fidélisation .Cas d' une entreprise de "télécoms"
Le paradigme de la relation banque-clients dans les services bancaires sur internet-Cas de la BMCE
Le marketing social:quelle stratégie pour fidéliser les cadres:Etude de cas.