

Modalités de Contrôle des Connaissances

A compter de septembre 2021

FMA

Master 2 Marketing, Vente, Parcours Marketing & Relation Client | MRC | Apprentissage
Domaine Droit Economie Gestion – Champ Gestion

Les étudiants dispensés de contrôle continu, dans le cadre de l'application de l'article 5.1 du chapitre 5 du règlement des examens de l'UHA, sont évalués par oral [O], un écrit [E] ou un dossier individuel [DI] en session 1 d'examen

Semestre 3

Code UE	Intitulé précis de l'UE	Type de contrôle Session 1	Type de contrôle Session 2	Note plancher (semestre 3)	Coeff.	ECTS/UE	COURS	TD	ATELIER	
UE MRC A 3.1	UE Marketing relationnel		Pas de session 2	7	3	9				
	Marketing de la relation client	<i>Contrôle continu</i>			2		24		20	
	Marketing et négociations B to B	<i>Contrôle continu</i>			1		12	8	10	
	Marketing des services sectoriels	<i>Contrôle continu</i>			1		12			
	Logiciels et solutions CRM	<i>Séminaires</i>			-			9		
	Communication interpersonnelle et interculturelle	<i>Contrôle continu</i>			1			16		
UE MRC A 3.2	UE Communication online et offline				7	3	9			
	Communication des organisations	<i>Contrôle continu</i>			2		20	6		
	Webmarketing	<i>Contrôle continu</i>			2		20	4	10	
	Management de la e-réputation / Community management	<i>Contrôle continu</i>			1		4	12	20	
	Création graphique et introduction à la création de sites Web	<i>Séminaires</i>			-			24		
	Anglais des affaires	<i>Contrôle continu</i>			1			20		
UE MRC A 3.3	UE Etudes et recherches en marketing				7	1	6			
	Méthodologie du mémoire de recherche	<i>Séminaire</i>			-		4			
	Conception et gestion des études marketing	<i>Contrôle continu</i>			1		14		20	
	Analyse de données marketing	<i>Contrôle continu</i>			1		8	12		
UE MRC A 3.4	UE Culture managériale					2	6			
	Création d'entreprise	<i>Contrôle continu</i>			1		16			
	Management de l'expérience	<i>Contrôle continu</i>		1		16				
	Politiques de la qualité des produits et des services	<i>Contrôle continu</i>		1		20				
						30	170	111	80	

Approuvées par le Conseil de composante du 25/03/2021
 et par la CFVU du 17/06/2021

Département : marketing

Modalités de Contrôle des Connaissances

A compter de septembre 2021

FMA

Master 2 Marketing, Vente, Parcours Marketing & Relation Client | MRC| Apprentissage Domaine Droit Economie Gestion – Champ Gestion

Les étudiants dispensés de contrôle continu, dans le cadre de l'application de l'article 5.1 du chapitre 5 du règlement des examens de l'UHA, sont évalués par oral [O], un écrit [E] ou un dossier individuel [DI] en session 1 d'examen

Semestre 4

Code UE	Intitulé précis de l'UE Matières	Type de contrôle Session 1	Type de contrôle Session 2	Note plancher	Coef.	ECTS	CM	TD
UE MRC A 4.1	UE Mission professionnelle		Pas de session 2		1	30		
	Rapport écrit	Note attribuée par le lecteur du rapport (universitaire)		1				
	Soutenance orale	Note attribuée par le jury de soutenance		1				
	Réalisation de la mission	Note donnée par le maître d'apprentissage		1				
	Retour d'apprentissage	Pas d'évaluation					50	
TOTAL					1	30		50

Approuvées par le Conseil de composante du 25/03/2021
et par la CFVU du 17/06/2021

Département : marketing