

Modalités de Contrôle des Connaissances

A compter de septembre 2021

FMA

Master 2 Marketing, Vente, Parcours Marketing & Relation Client | MRC 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	
UE MRC 3.1	UE Marketing relationnel		Pas de session 2	7	3	9			
	Marketing de la relation client	<i>Contrôle continu</i>			2		24		
	Marketing et négociations B to B	<i>Contrôle continu</i>			1		12	8	
	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 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
	Management de la e-réputation / Community management	<i>Contrôle continu</i>				1		4	12
	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 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>MUT MEIP</i>)	<i>Contrôle continu</i>			1		14		
	Analyse de données marketing	<i>Contrôle continu</i>			1		8	12	
UE MRC 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	

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 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	Type de contrôle Session 1	Type de contrôle Session 2	Note plancher (semestre 4)	Coeff.	ECTS/UE	COURS	TD
UE MRC 4.1	UE Mission professionnelle		Pas de session 2		1	30		
	<i>Rapport écrit</i>	<i>Note attribuée par le lecteur du rapport (universitaire)</i>			1			
	<i>Soutenance</i>	<i>Note attribuée par le jury de soutenance</i>			1			
						30		