

Modalités de Contrôle des Connaissances

A compter de septembre 2021

FMA

Master 2 Marketing, Vente, Parcours Marketing Etudes et Innovation Produit | MEIP | Apprentissage
Options : Grande Consommation, Agroalimentaire, Offres connectées (*)
Domaine Droit Economie Gestion – Champ Gestion

Semestre 3

Code UE	Intitulé précis de l'UE Matières	Type de contrôle Session 1	Type de contrôle Session 2	Note plancher	Coef.	ECTS	CM	TD	ATELIER	
UE MEIP A 3.1	UE Branding et marketing management		Pas de session 2	7	3	9				
	Branding et communication des marques	Dossier individuel avec soutenance orale [DI]			3		24			
	International Brand Marketing Strategy (cours en anglais)	Dossier collectif avec soutenance orale			1		14			
	Trade and Manufacturer-Retailer Relationship Marketing (cours en anglais)	Evaluation collective			1		12			
	Négociation commerciale	Evaluation individuelle			1		14			
UE MEIP A 3.2	UE Etudes marketing			7	3	9				
	Conception et gestion des études marketing [MUT MRC]	Projet collectif			1		14			
	Méthodologie de la recherche marketing	Projet collectif de recherche			3		8			
	Analyse des données quantitatives, lexicales et digitales	Idem			2		18	12		
	Evaluation sensorielle ou User analytics*	1 test individuel de 2h (70%) + 1 dossier (30%) ou 1 <i>certificat</i> *			2(0)*		12(15)*	16		
UE MEIP A 3.3	UE Management des innovations marketing			7	2	6				
	Economie circulaire	Séminaire			0		3			
	Marketing de l'offre	Projet collectif			1		22			
	Marketing du luxe	Dossier collectif avec soutenance orale			1		12			
	Marketing des produits alimentaires ou Modèles du Design* (Option Agro-alimentaire : Marketing alimentaire approfondi)	1 dossier individuel [DI] ou 1 <i>certificat</i> *			1(0)		12(22)*			
	(Idem)	(Idem)			1		10			
UE MEIP A 3.4	UE Communication numérique				2	3				
	Webmarketing appliqué	Projet collectif			1		24	8		
	Création graphique	Atelier						21**		
UE MEIP A 3.5	UE Langues			1	3					
	Anglais des affaires	1 épreuve écrite (50%) et 1 épreuve orale (50%) [E]		1			24			
TOTAL					11	30	199	81		

* : cours en ligne affectés à l'option « Offres connectées » et donnant lieu à un certificat

** 21 HETD en atelier (hors enveloppe heures enseignement)

Modalités de Contrôle des Connaissances

A compter de septembre 2021

FMA

Master 2 Marketing, Vente, Parcours Marketing Etudes et Innovation Produit | MEIP | Apprentissage
Options : Grande Consommation, Agroalimentaire, Offres connectées (*)
Domaine Droit Economie Gestion – Champ Gestion

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	ATELIER
UE MEIPA 4.1	UE Mission professionnelle		Pas de session 2		1	30			122
	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							
TOTAL					1	30			122

Equivalence Matières/ Cours en ligne

Modèles du Design (22 h) => Culture Web (6 h) + Lean prototyping (8 h) + Psychologie du design (8 h)

User analytics (15 h) => Audit expérience utilisateur (15 h)