

# Modalités de Contrôle des Connaissances

A compter de septembre 2021

FMA

## Master 1 Marketing, Vente / Tous parcours MIFER – MRC - MEIP 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 1									
Code UE	Intitulé précis de l'UE Matières	Type de contrôle Session 1	Type de contrôle Session 2	Note plancher	Coef.	ECTS	CM	TD	
<b>UE MV 1.1</b>	<b>UE Marketing et comportement du consommateur</b>		Pas de session 2	7	<b>5</b>	12			
	Marketing stratégique	Contrôle continu [DI]			1		20	10	
	Comportement du consommateur	Contrôle continu [DI]			2		20	2	
	Management de l'innovation	Contrôle continu [E 2h]			1		20		
	Marketing international	Contrôle continu [E 3h]			1		20		
<b>UE MV 1.2</b>	<b>UE Management des entreprises I</b>			7	3	9			
	Analyse de coût et contrôle budgétaire	Contrôle continu [E 3h]					1	20	10
	Recherche opérationnelle	Contrôle continu [E 3h]					1	10	10
<b>UE MV 1.3</b>	<b>UE Méthodes d'aide à la décision</b>			7	2	6			
	Théorie des jeux	Contrôle continu [E 3h]					1	20	10
	Big data	Contrôle continu [E 3h]	1				20	10	
	Gestion de projet	Contrôle continu [E 3h]	1				10	14	
<b>UE MV 1.4</b>	<b>UE Langues et projet professionnel</b>			1	3				
	Anglais des affaires	Contrôle continu [E 2h]				1		24	
	Projet professionnel I	Pas d'évaluation au semestre 1				-	6	8	
<b>TOTAL</b>						<b>30</b>	<b>166</b>	<b>98</b>	

Approuvées par le Conseil de composante du 10 septembre 2021  
et par la CFVU du 23 septembre 2021

Département : marketing

# Modalités de Contrôle des Connaissances

A compter de septembre 2021

FMA

Semestre 2									
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 MV 2.1	<b>UE Marketing et comportement du consommateur II</b>		Pas de session 2	7	<b>2</b>	6			
	Etudes marketing qualitatives	Contrôle continu [DI]			1		14		
	Etudes marketing quantitatives et géomarketing	Contrôle continu [E 2h]			3		12	20	
UE MV 2.2	<b>UE Stratégie marketing</b>			7	<b>2</b>	6			
	Marketing durable	Contrôle continu [E 3h]			2		20		
	Simulation marketing (BOSS)	Contrôle continu [DI]			1			20	
	Marketing digital	Contrôle continu [DI]			1		14		
UE MV 2.3	<b>UE Ingénierie de distribution</b>			7	<b>2</b>	6			
	Modes de développement en réseaux	Projet [DI]			1		12	8	
	Stratégie de distribution omnicanal	Contrôle continu [E 2h]			3		20		
UE MV 2.4	<b>UE Management des entreprises II</b>			7	<b>2</b>	6			
	Management des Ressources Humaines	Contrôle continu [DI]			1		20		
	Business plan	Contrôle continu [E 3h]			1		20		
	Option de spécialisation	Contrôle continu [DI]			1			10	
UE MV 2.5	<b>UE Projet</b>		7	<b>2</b>	3				
	Projet professionnel	Projet		1		6	16		
UE MV 2.6	<b>UE Langues</b>			<b>1</b>	3				
	Anglais des affaires	Contrôle continu [E 2h]		1			24		
<b>TOTAL</b>						<b>30</b>	<b>138</b>	<b>98</b>	

Approuvées par le Conseil de composante du 10 septembre 2021  
et par la CFVU du 23 septembre 2021

Département : marketing