

Semestre 5

Code UE	Type UE	ECTS	Intitulé précis de l'UE Matières	CM	TD	Objectifs de l'UE (connaissances / compétences)	Responsable
UE 1	F	9	UE Management des entreprises I			<ul style="list-style-type: none"> - Mobiliser les principaux concepts de la gestion des organisations dans le cadre des analyses en comptabilité (calcul de coûts, rentabilité), logistique, gestion des flux et qualité. - Identifier les fonctions d'une organisation et acquérir les fondements de la pensée et de l'action stratégique (maîtriser les modèles d'analyse stratégiques) - Comprendre les enjeux de gestion de la qualité et l'impact des certifications / labélisations sur les choix des consommateurs 	S. Bennaghmouch
			Analyse de coûts et contrôle budgétaire	20	10		
			Management de la qualité et relations à la clientèle		8		
			Management des organisations	20	10		
			Gestion des flux et logistique	20	10		
UE 2	F	6	UE marketing stratégique I			<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre les attentes des consommateurs et le fonctionnement des marchés, savoir réaliser une segmentation, un ciblage et un positionnement d'une offre commerciale. - Maîtriser la collecte et l'analyse de données (savoir définir un plan de sondage, le mettre en œuvre et traiter les données recueillies). - Comprendre les stratégies de prix et réaliser une politique de prix. - Être capable de définir et mettre en œuvre une politique de communication commerciale. 	L. Grimal
			Démarche marketing stratégique	20	10		
			Analyse de données en marketing I	20	10		
			Formation des prix		8		
			Communication commerciale	20	10		
UE 3	M/P	9	UE Projets I			<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en œuvre les compétences acquises dans le cadre d'un projet de création et de commercialisation d'un produit nouveau au sein d'un groupe de travail pluridisciplinaire. 	J-C Boissarie
			Consommateurs et Innovation (ALINOVA) I	12	26		
UE 4	L	3	UE Langues I			<ul style="list-style-type: none"> - Se servir aisément de la compréhension et de l'expression écrites et orales en anglais des affaires. 	M. Martin
			Anglais		24		
UE 5	M/P	3	UE Méthodologie			<ul style="list-style-type: none"> - Savoir repérer, collecter et traiter des informations économiques et marketing (bases de données, Internet,...) et connaître les règles de référencement dans un rapport. - Construire une problématique de recherche et maîtriser les techniques de la rédaction d'un rapport. - Identifier des problématiques sur les processus culturels et socio-économiques en œuvre dans les sociétés contemporaines à partir d'une réflexion visuelle et cinématographique. 	H. Dahmane
			Méthodologie de la recherche / recherche documentaire	10	10		
			Ethno marketing		16		
Total		30		142	152	Total étudiant = 294	

Semestre 6

Code UE	Type UE	ECTS	Intitulé précis de l'UE Matières	CM	TD	Objectifs de l'UE (connaissances / compétences)	Responsable	
UE 1	F	3	UE Management des entreprises II			<ul style="list-style-type: none"> - Savoir évaluer les opportunités de développement à l'international et prendre en compte les particularités culturelles pour s'adapter aux spécificités des marchés. - Comprendre et interpréter les termes des contrats commerciaux et connaître les fondements du droit de la consommation. 	S. Rivot	
			Stratégie de développement à l'international	20				
			Droit commercial	30				
UE 2	F	6	UE Marketing stratégique II			<ul style="list-style-type: none"> - Choisir les circuits de distribution, maîtriser les spécificités des différents réseaux et savoir analyser les relations producteurs-distributeurs. - Comprendre les enjeux des implantations d'un point de vente (urbanisme commercial et analyse d'une zone de chalandise) - Comprendre et maîtriser les processus de vente à distance et de vente en ligne (référencement, gestion des réseaux sociaux,...) - Maîtriser les tests d'hypothèses statistiques - Approfondir la maîtrise de l'entretien de négociation et découvrir les spécificités des négociations commerciales 	L. Grimal	
			Distribution, Réseaux de commercialisation	20				
			E-commerce / marketing digital	16				
			Analyse de données marketing II	20	10			
			Négociations commerciales	10	20			
UE 3	M/P	9	UE Projets II			<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en œuvre les compétences acquises dans le cadre d'un projet de création et de commercialisation d'un produit nouveau au sein d'un groupe de travail pluridisciplinaire. - Avoir une bonne compréhension des fondamentaux du marketing stratégique (analyse concurrentielle, analyse des préférences des consommateurs et positionnement des produits, gestion d'un portefeuille de marques) et de la déclinaison du mix-marketing à l'aide d'un « serious game ». 	J-C Boissarie	
			Consommateurs et Innovation (ALINOVA) II					32
			Simulation marketing (Markstrat)					20
UE 4	L	3	UE Langues II			<ul style="list-style-type: none"> - Se servir aisément de la compréhension et de l'expression écrites et orales en anglais des affaires 	M. Martin	
			Anglais					24
UE 5	P	6	UE Stage			<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en œuvre des savoir et savoir-faire en marketing et gestion de la relation client dans le cadre d'une résolution d'une problématique d'entreprise - Développer l'esprit d'équipe, l'adaptabilité, le sens de l'organisation, la créativité, le travail en autonomie et la polyvalence en vue d'une insertion professionnelle future. 	L. Grimal	
			Rapport de stage					
			Soutenance orale					
UE 6	Libre	3	UE Libre					
			Matière au choix dans le catalogue UHA					
Total		30		116	106	Total étudiant = 222		