

Semestre 1 – Cours à Université de Séville – Grado en Marketing y Investigación de Mercados

Code UE	Type UE	ECTS	Intitulé précis de l'UE Matières	CM	TD	TP	Objectifs de l'UE (connaissances / compétences)	Responsable
UE 1		6	UE Economie I					
			Introducción a la Economía	60				
UE 2		6	UE Gestion I					
			Fundamentos de Contabilidad	60				
UE 3		6	UE Marketing I					
			Introducción al derecho	60				
UE 4		6	UE Organisation I					
			Introducción a la economía de la empresa	60				
UE 5		6	UE Méthode et langues I					
			Historia de la Economía	60				
Total		30		300				

Semestre 2 – Cours à l'Université de Séville – Grado en Marketing y Investigación de Mercados

Code UE	Type UE	ECTS	Intitulé précis de l'UE Matières	CM	TD	TP	Objectifs de l'UE (connaissances / compétences)	Responsable
UE 1		6	UE Economie II					
			Matematicas	60				
UE 2		6	UE Gestion II					
			Finanzas	60				
UE 3		6	UE Marketing II					
			Introducción al Marketing	60				
UE 4		6	UE Organisation II					
			Approche des marchés internationaux*	30	30			
UE 5		6	UE Méthode et langues II					
			Estadística	60				
Total		30		270	30			

* : enseignement pris en charge par l'UHA

Semestre 3 – Cours à l'Université de Haute Alsace – Licence 2 Gestion Parcours CADRE²

Code UE	Type UE	ECTS	Intitulé précis de l'UE Matières	CM	TD	Objectifs de l'UE (connaissances / compétences)	Responsable
UE 1		6	UE Economie III			<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre le fonctionnement des marchés imparfaits et être capable de définir une stratégie prix en fonction des situations de marché. - Maîtriser la collecte et l'analyse de données (savoir définir un plan de sondage, le mettre en œuvre et traiter les données recueillies). 	L. Grimal
			Structures de marché et formation des prix	20	10		
			Analyse de données marketing I	20	10		
UE 2		6	UE Gestion III			<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 	J-C. Boissarie
			Gestion des flux et logistique	20	10		
			Analyse de coûts et contrôle budgétaire	20	10		
UE 3		6	UE Marketing III			<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. - Être capable de définir et mettre en œuvre une politique de communication commerciale 	M. Scordel
			Démarche marketing stratégique	20	10		
			Stratégie de communication commerciale	20	10		
UE 4		6	UE Organisation III			<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les fonctions d'une organisation et acquérir les fondements de la pensée et de l'action stratégique (maîtriser les modèles d'analyse stratégiques) - Maîtriser les outils d'optimisation et de programmation linéaire au service de problèmes économiques 	S. Bennaghmouch-Maire
			Management des organisations	20	10		
			Tecnicas cuantitativas*	20	10		
UE 5		6	UE Méthode et langues III			<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. - Se servir aisément de la compréhension et de l'expression écrites et orales en anglais des affaires 	H. Dahmane
			Anglais		24		
			Méthodologie de la recherche / recherche documentaire	10	10		
Total		30		170	114		

* enseignement pris en charge par l'Université de Séville / En bleu : enseignement mutualisé

Semestre 4 - Cours à l'Université de Haute Alsace – Licence 2 Gestion Parcours CADRE²

Cod e UE	Type UE	ECTS	Intitulé précis de l'UE Matières	CM	TD	Objectifs de l'UE (connaissances / compétences)	Responsable
UE 1		6	UE Economie IV			- Acquérir les outils d'analyse macroéconomique pour comprendre les évolutions de l'économie et l'environnement des entreprises (monnaie, marché du travail...) - Savoir évaluer les opportunités de développement à l'international et prendre en compte les particularités culturelles pour s'adapter aux spécificités des marchés.	S. Rivot
			Macro-économie	20	10		
			Stratégie de développement à l'international	20			
UE 2		6	UE Gestion IV			- Connaître et utiliser les outils d'analyse stratégique - 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 ».	L. Grimal
			Simulation marketing (Markstrat)		20		
			Dirección estratégica*	20	10		
UE 3		6	UE Marketing IV			- Assurer la conception puis gérer et traiter des études marketing et des études de marché simples off line et on line - Maîtriser les tests d'hypothèses statistiques	Ph. Guerlain
			Etudes de marché	20	10		
			Analyse de données marketing II	20	10		
UE 4		6	UE Organisation IV			- 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
			Stage – rapport écrit				
			Stage – soutenance orale				
UE 5		6	UE Méthode et langue IV			- Se servir aisément de la compréhension et de l'expression écrites et orales en anglais des affaires - Approfondir la maîtrise de l'entretien de négociation et découvrir les spécificités des négociations commerciales	H. Dahmane
			Anglais		24		
			Négociations commerciales à l'international	10	20		
Total		30		110	104		

* enseignement pris en charge par l'Université de Séville / En bleu : enseignement mutualisé

Semestre 5 – Cours à Université de Séville – Grado en Marketing y Investigación de Mercados

Code UE	Type UE	ECTS	Intitulé précis de l'UE Matières	CM	TD	TP	Objectifs de l'UE (connaissances / compétences)	Responsable
UE 1		6	UE Economie V					
			Distribución comercial I	60				
UE 2		6	UE Gestion V					
			Dirección de ventas I	60				
UE 3		6	UE Marketing V					
			Dirección comercial	60				
UE 4		6	UE Organisation V					
			Comunicación Comercial I	60				
UE 5		6	UE Méthode et langues V					
			Investigación de mercados II	60				
Total		30		300				

Semestre 6 – Cours à l'Université de Séville – Grado en Marketing y Investigación de Mercados

Code UE	Type UE	ECTS	Intitulé précis de l'UE Matières	CM	TD	TP	Objectifs de l'UE (connaissances / compétences)	Responsable
UE 1		6	UE Economie VI					
			Economie internationale*	20	10			
			Yield management*	20	10			
UE 2		6	UE Gestion VI					
			Dirección de ventas II	60				
UE 3		6	UE Marketing VI					
			Comunicación Comercial II	60				
UE 4		6	UE Organisation VI					
			Gestión informatizada del subsistema comercial	60				
UE 5		6	UE Méthode et langues VI					
			Investigación de mercados III	60				
Total		30		280	20			

* enseignement pris en charge par l'UHA