

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 unique | Note plancher | Coef. | ECTS | CM | TD | ATELIER |
|------------------------------|---|---|------------------|-----------|-----------|---------------|-----------|---------|
| UE MEIP A 3.1 | UE Branding et marketing management | | 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> (Idem) | | 1(0) 1 | | 12(22)* 10 | | |
| | 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 unique | Note plancher | Coef. | ECTS | CM | TD | ATELIER |
|--------------------|-------------------------------------|---|------------------|----------|-----------|----|----|------------|
| UE MEIPA 4.1 | UE Mission professionnelle | | | 1 | 30 | | | |
| | Rapport écrit | Note attribuée par le lecteur du rapport (universitaire) | | 1 | | | | 122 |
| | 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)