

Modalités de Contrôle des Connaissances

A compter de septembre 2021

FMA

Master 2 Marketing, Vente, Parcours Marketing Etudes et Innovation Produit | MEIP

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

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
UE MEIP 4.1	UE Mission professionnelle Rapport écrit Soutenance orale	Note attribuée par le lecteur du rapport (universitaire) Note attribuée par le jury de soutenance		1	30		
				1			
				1			
TOTAL				1	30		

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)