

# Modalités de Contrôle des Connaissances

A compter de septembre 2022

FMA

## Master 1 Marketing, Vente / Parcours CADRE<sup>2</sup>

### 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<br>Matières                 | Type de contrôle<br>Session 1  | Type de contrôle<br>Session 2 | Note<br>plancher | Coef.    | ECTS      | CM         | TD        |
|----------------------|---|--------------------------------|-------------------------------|------------------|----------|-----------|------------|-----------|
| <b>UE MV<br/>1.1</b> | <b>UE Marketing et comportement du consommateur</b> |                                | Pas de<br>session 2           | 7                | <b>5</b> | <b>12</b> |            |           |
|                      | Marketing stratégique                               | Contrôle continu [DI]          |                               |                  | 1        |           | 20         | 10        |
|                      | Comportement du consommateur                        | Contrôle continu [DI]          |                               |                  | 2        |           | 32 *       | 2         |
|                      | Management de l'innovation                          | Contrôle continu [Ecrit 2h]    |                               |                  | 1        |           | 20         |           |
|                      | Marketing international                             | Contrôle continu [Ecrit 3h]    |                               |                  | 1        |           | 20         |           |
| <b>UE MV<br/>1.2</b> | <b>UE Management des entreprises I</b>              |                                |                               | 7                | <b>2</b> | <b>9</b>  |            |           |
|                      | Analyse de coût et contrôle budgétaire              | Contrôle continu [Ecrit 3h]    |                               |                  | 1        |           | 20         | 10        |
|                      | Marketing de services (Prof. US)                    | Contrôle continu [Ecrit 3h]    |                               |                  | 1        |           | 30         |           |
| <b>UE MV<br/>1.3</b> | <b>UE Méthodes d'aide à la décision</b>             |                                |                               | 7                | <b>2</b> | <b>6</b>  |            |           |
|                      | Systèmes d'information & Big data                   | Contrôle continu [Ecrit 3h]    |                               |                  | 1        |           | 20         | 10        |
|                      | Gestion de projet                                   | Contrôle continu [Ecrit 3h]    |                               |                  | 1        |           | 10         | 14        |
| <b>UE MV<br/>1.4</b> | <b>UE Langues et projet professionnel</b>           |                                |                               |                  | <b>2</b> | <b>3</b>  |            |           |
|                      | Anglais des affaires                                | Contrôle continu [E – 2H]      |                               |                  | 1        |           |            | 24        |
|                      | Projet professionnel 1                              | Pas d'évaluation au semestre 1 |                               |                  |          |           | 6          | 8         |
| <b>TOTAL</b>         |   |                                |                               |                  |          | <b>30</b> | <b>178</b> | <b>78</b> |

\* les 12h correspondent à l'intervention de l'enseignant de l'UEK (en anglais)

# Modalités de Contrôle des Connaissances

A compter de septembre 2022

FMA

## Semestre 2

| Code UE              | Intitulé précis de l'UE<br>Matières     | Type de contrôle<br>Session 1                 | Type de contrôle<br>Session 2 | Note<br>plancher | Coef.    | ECTS      | CM         | TD        |
|----------------------|---|---|-------------------------------|------------------|----------|-----------|------------|-----------|
| <b>UE MV<br/>2.1</b> | <b>UE Stratégie marketing</b>           |   |                               |                  | <b>5</b> |           |            |           |
|                      | Etudes marketing / géomarketing         | Contrôle continu [E 3h]                       |                               | 7                | <b>3</b> | <b>12</b> | 26         | 20 *      |
|                      | Marketing durable et RSE                | Contrôle continu [Ecrit 3h]                   |                               |                  | <b>2</b> |           | 20         |           |
|                      | Simulation marketing (BOSS)             | Contrôle continu [DI]                         |                               |                  | <b>1</b> |           |            | 20        |
|                      | Marketing digital                       | Contrôle continu [DI]                         |                               |                  | <b>1</b> |           | 14         |           |
|                      |   |   |                               |                  |          |           |            |           |
| <b>UE MV<br/>2.2</b> | <b>UE Ingénierie de distribution</b>    |   |                               |                  | <b>1</b> |           |            |           |
|                      | Mode de développement en réseau         | Projet [DI]                                   |                               | 7                | <b>1</b> | <b>3</b>  | 12         | 8         |
|                      | Stratégie de distribution omnicanal     | Contrôle continu [Ecrit 2h]                   |                               |                  | <b>1</b> |           | 20         |           |
| <b>UE MV<br/>2.3</b> | <b>UE Management des entreprises II</b> |   |                               |                  | <b>1</b> |           |            |           |
|                      | Option de spécialisation                | Contrôle continu [DI]                         |                               | 7                | <b>1</b> | <b>3</b>  |            | 10        |
|                      | Business plan                           | Contrôle continu [Ecrit 3h]                   |                               |                  | <b>2</b> |           | 20         |           |
| <b>UE MV<br/>2.4</b> | <b>UE Mémoire de fin d'études (TFG)</b> |   |                               |                  | <b>3</b> | <b>9</b>  |            |           |
|                      | Mémoire   Projet professionnel 2        | Rapport écrit (50%) et soutenance orale (50%) |                               | 7                | <b>1</b> |           | 6          | 16        |
| <b>UE MV<br/>2.5</b> | <b>UE Langues</b>                       |   |                               |                  | <b>2</b> | <b>3</b>  |            |           |
|                      | Anglais des affaires                    | Contrôle continu [Ecrit 2h]                   |                               |                  | <b>1</b> |           |            | 24        |
| <b>TOTAL</b>         |   |   |                               |                  |          | <b>30</b> | <b>118</b> | <b>98</b> |

\* 4h TD pour géomarketing, en salle info. 4 à 6 groupes en fonction des effectifs / 16H TD sur la partie enquête