

Modalités de Contrôle des Connaissances

A compter de septembre 2022

FMA

Master 1 Marketing, Vente / Tous parcours MIFER – MRC - MEIP

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 Matières	Type de contrôle Session unique	Note plancher	Coef.			ECTS	CM	TD
				MIFER	MRC	MEIP			
UE MV 1.1	UE Marketing et comportement du consommateur		7	5			12		
	Marketing stratégique	Contrôle continu [DI]		1	1	1		20	10
	Comportement du consommateur	Contrôle continu [DI]		1	1	2		32*	2
	Management de l'innovation	Contrôle continu [E 2h]		1	1	1		20	
	Marketing international	Contrôle continu [E 3h]		1	1	1		20	
UE MV 1.2	UE Management des entreprises I		7	2			9		
	Analyse de coût et contrôle budgétaire	Contrôle continu [E 3h]		1	1	1		20	10
	Recherche opérationnelle	Contrôle continu [E 3h]		1	1	1		10	10
UE MV 1.3	UE Méthodes d'aide à la décision		7	2			6		
	Analyse de données** (séminaire / mise à niveau)	Pas d'évaluation au semestre 1						4	8
	Systèmes d'information & Big data	Contrôle continu [E 3h]		1	1	1		20	10
	Gestion de projet	Contrôle continu [E 3h]		1	1	1		10	14
UE MV 1.4	UE Langues et projet professionnel			2			3		
	Anglais des affaires	Contrôle continu [E 2h]		1	1	1			24
	Projet professionnel I ou stage alterné	Pas d'évaluation au semestre 1		-	-	-		6	8
TOTAL						30	162	96	

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

** Cours pour les étudiants qui n'ont pas les prérequis attendus pour les enseignements en enquêtes quantitatives

Approuvées par le Conseil de composante du 30 juin 2022
et par la CFVU du 22 septembre 2022

Département : marketing

Modalités de Contrôle des Connaissances

A compter de septembre 2022

FMA

Semestre 2									
Code UE	Intitulé précis de l'UE Matières	Type de contrôle Session unique	Note plancher	Coef.			ECTS	CM	TD
				MIFER	MRC	MEIP			
UE MV 2.1	UE Stratégie marketing		7	5			12		
	Etudes marketing / géomarketing	Contrôle continu [E 3h]		2	2	3		26	20*
	Marketing durable et RSE	Contrôle continu [E 3h]		2	2	2		20	
	Simulation marketing (BOSS)	Contrôle continu [DI]		1	1	1			20
	Marketing digital	Contrôle continu [DI]		1	1	1		14	
UE MV 2.2	UE Ingénierie de distribution		7	2			3		
	Modes de développement en réseaux	Projet [DI]		2	1	1		12	8
	Stratégie de distribution omnicanal	Contrôle continu [E 2h]		-1	1	1		20	
UE MV 2.3	UE Management des entreprises II		7	2			6		
	Management des Ressources Humaines	Contrôle continu [DI]		1	1	1		20	
	Business plan	Contrôle continu [E 3h]		1	1	1		20	
	Option de spécialisation	Contrôle continu [DI]		1	1	-			10
UE MV 2.4	UE Projet		7	3			6		
	Projet professionnel ou stage alterné	Projet		1	1	1		6	16
UE MV 2.5	UE Langues			2			3		
	Anglais des affaires	Contrôle continu [E 2h]		1	1	1			24
TOTAL							30	138	98

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

Approuvées par le Conseil de composante du 30 juin 2022
et par la CFVU du 22 septembre 2022

Département : marketing