

Modalités de Contrôle des Connaissances

A compter de septembre 2022

FMA

Master 1 Marketing, Vente | Parcours MIFER - MEIP - MRC | APPRENTISSAGE 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	Coeff.			ECTS	CM	TD
				MIFER	MRC	MEIP			
UE MVA 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
	Marketing international	Contrôle continu [E – 3H]		1	1	1		20	
UE MVA 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 MVA 1.3	UE Méthodes d'aide à la décision		7	2			6		
	Analyse de données ** (séminaire / mise à niveau)	<i>Pas d'évaluation au semestre 1</i>		4	4	4		4	8
	Management de l'innovation	Contrôle continu [E – 3H]		1	1	1		20	
	Systèmes d'information & Big data	Contrôle continu [E – 3H]		1	1	1		20	10
UE MVA 1.4	UE Langues			2			3		
	Anglais des affaires (continue)	Contrôle continu [E – 2H]		1	1	1			24
TOTAL							30	146	74

* 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

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 MVA 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 [E – 2H]		1	1	1			20
	Marketing digital	Contrôle continu [E – 2H]		1	1	1		14	
UE MVA 2.2	UE Ingénierie de distribution		7	2			3		
	Modes de développement en réseaux	Contrôle continu [DI]		2	1	1		12	8
	Stratégie de distribution omnicanal	Contrôle continu [E – 2H]		1	1	1		20	
UE MVA 2.3	UE Management des entreprises II		7	2			6		
	Management des Ressources Humaines	Contrôle continu [DI]		1	1	1		20	
	Option de spécialisation	Contrôle continu [DI]		1	1	-			10
	Business plan	Contrôle continu [E – 3H]		1	1	1		20	
UE MVA 2.4	UE Retour d'expérience en entreprise			3			6		
	Réalisation des missions en entreprise	Note attribuée par l'entreprise		1					
UE MVA 2.5	UE Langues			2			3		
	Anglais des affaires	Contrôle continu [E – 2H]		1					24
TOTAL							30	132	82

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