

# Modalités de Contrôle des Connaissances

A compter de septembre 2021

FMA

**Master 2 Marketing, Vente, Parcours Marketing & Relation Client | 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 3

Code UE	Intitulé précis de l'UE	Type de contrôle Session unique	Note plancher (semestre 3)	Coeff.	ECTS/UE	COURS	TD	ATELIER
<b>UE MRC A 3.1</b>	<b>UE Marketing relationnel</b>		<b>7</b>	<b>3</b>	<b>9</b>			
	Marketing de la relation client	<i>Contrôle continu</i>		2		24		20
	Marketing et négociations B to B	<i>Contrôle continu</i>		1		12	8	10
	Marketing des services sectoriels	<i>Contrôle continu</i>		1		12		
	Logiciels et solutions CRM	<i>Séminaires</i>		-			9	
	Communication interpersonnelle et interculturelle	<i>Contrôle continu</i>		1			16	
<b>UE MRC A 3.2</b>	<b>UE Communication online et offline</b>		<b>7</b>	<b>3</b>	<b>9</b>			
	Communication des organisations	<i>Contrôle continu</i>		2		20	6	
	Webmarketing	<i>Contrôle continu</i>		2		20	4	10
	Management de la e-réputation / Community management	<i>Contrôle continu</i>		1		4	12	20
	Création graphique et introduction à la création de sites Web	<i>Séminaires</i>		-			24	
	Anglais des affaires	<i>Contrôle continu</i>		1			20	
<b>UE MRC A 3.3</b>	<b>UE Etudes et recherches en marketing</b>		<b>7</b>	<b>1</b>	<b>6</b>			
	Méthodologie du mémoire de recherche	<i>Séminaire</i>		-		4		
	Conception et gestion des études marketing	<i>Contrôle continu</i>		1		14		20
	Analyse de données marketing	<i>Contrôle continu</i>		1		8	12	
<b>UE MRC A 3.4</b>	<b>UE Culture managériale</b>			<b>2</b>	<b>6</b>			
	Création d'entreprise	<i>Contrôle continu</i>		1		16		
	Management de l'expérience	<i>Contrôle continu</i>		1		16		
	Politiques de la qualité des produits et des services	<i>Contrôle continu</i>		1		20		
					<b>30</b>	<b>170</b>	<b>111</b>	<b>80</b>

Approuvées par le Conseil de composante du 25/03/2021  
 et par la CFVU du 17/06/2021

Département : marketing

# Modalités de Contrôle des Connaissances

A compter de septembre 2021

FMA

## Master 2 Marketing, Vente, Parcours Marketing & Relation Client | 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 4

Code UE	Intitulé précis de l'UE Matières	Type de contrôle Session unique	Note plancher	Coef.	ECTS	CM	TD
UE MRC A 4.1	<b>UE Mission professionnelle</b>			1	30		
	Rapport écrit	Note attribuée par le lecteur du rapport (universitaire)		1			
	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					50
<b>TOTAL</b>				<b>1</b>	<b>30</b>		<b>50</b>