

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 |
|---------------------|---|------------------------------------|-------------------------------|----------|-----------|------------|------------|-----------|
| UE MRC A 3.1 | UE Marketing relationnel | | 7 | 3 | 9 | | | |
| | 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 | |
| UE MRC A 3.2 | UE Communication online et offline | | 7 | 3 | 9 | | | |
| | 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 | |
| UE MRC A 3.3 | UE Etudes et recherches en marketing | | 7 | 1 | 6 | | | |
| | 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 | |
| UE MRC A 3.4 | UE Culture managériale | | | 2 | 6 | | | |
| | 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 | | |
| | | | | | 30 | 170 | 111 | 80 |

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 | UE Mission professionnelle | | | 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 |
| TOTAL | | | | 1 | 30 | | 50 |