

Titre UE/ECUE			Volumes horaires d'enseignement et d'encadrement pédagogique dans les 1500h réglementaires				Volumes horaires de travail personnel cadré (hors 1500h réglementaires)	Modalités d'évaluation Indiquer ici le mode d'évaluation de la formation ->				
Code UE	Libellé UE	Libellé ECUE ou SAC	CM	TD	Projet (encadrement)	Total ECUE	Projet	Nb heures autonomie étudiant	Coeff. Par ECUE	Coeff. Par UE (idem ECTS en L, de 1 à 3 en LP)	ECTS OBLIGATOIRE 1=10h ENS / 25h travail étudiant 3 crédits ECTS minimum attribués au niveau de l'UE	MCC (par ECUE ou pour toute l'UE) Ex de libellé : écrit, oral, soutenance, portfolio, SAC, certification en ligne, ...
												Libellé du type de contrôle en toutes lettres
<b>Semestre 1 - Master Marketing, vente / Parcours MIFER</b>												
UE1	Elaborer une vision stratégique en Marketing-Vente	Marketing stratégique et opérationnel	20	10		30			1	4	12	Ecrit individuel (60%) - présentation orale (40%)
		Comportement du consommateur	30			30		1	2 Ecrits individuels (50% chacun)			
		Simulation et décisions marketing		20		20	10	1	Résultat obtenu à la simulation (70%) - Test final QCM (30%)			
		Marketing international	20			20		2	Rapport de groupe (30%) et soutenance orale (70%)			
UE2	Concevoir et piloter des indicateurs de gestion en marketing	Analyse de coût et contrôle de gestion	20	10		30		1	3	9	2 Ecrits individuels (40% chacun) - présentation orale de groupe (20%)	
		Aide à la décision, recherche opérationnelle	10	10		20		1			3 Ecrits individuels (1/3 chacun)	
UE3	Contribuer à la transformation en contexte professionnel 1	Management de l'innovation	20			20		1	2	6	Ecrit individuel (50%) Rapport en groupe (50%)	
		Gestion de projet	8	12		20		1			Ecrit individuel (50%) Rapport en groupe (50%)	
UE4	Communiquer dans un contexte professionnel 1	Anglais des affaires		21		21		1	1,3	3	Examen écrit individuel (50%) et oral (50%)	
		Expression et culture générale	8	8	4	20	20	1			Présentation orale (50%) Dossier de groupe (50%)	
			136	91	4	231	30			30		
<b>Semestre 2 - Master Marketing, vente / Parcours MIFER</b>												
UE1	S'appropriier les usages avancés et spécialisés des outils numériques	Etudes marketing, géomarketing	26	20		46	20	2	2	6	Examen écrit (30%) + projet de recherche (70%)	
		Systèmes d'informations et veille	20	10		30		1			Examen écrit + dossier de groupe	
UE2	Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en marketing-vente	Modèle de business plan	12	8		20		1	3	9	Examen écrit individuel	
		Marketing digital	20			20		1			Examen écrit individuel (50%) et travail de groupe (50%)	
		Distribution omnicanal	12	8		20		1			Examen écrit individuel (50%) et travail de groupe (50%)	
		Spécialisation MIFER : mode de développement en réseau + conférences réseaux de commercialisation	12	12		24		1			Examen écrit individuel (50%) et travail de groupe (50%)	
UE3	Communiquer dans un contexte professionnel 2	Anglais des affaires		21		21		1	1	3	Examen écrit (50%) et oral (50%)	
		Information & numérique (be by media)		3	2	5	25	1			Certification en ligne	
UE4	Contribuer à la transformation en contexte professionnel 2	Marketing durable et RSE	14	6		20		1	3	12	Examen écrit individuel	
		Management des ressources humaines	20			20		1			Ecrit individuel (50%) Rapport en groupe (50%)	
		Pratiques professionnelles				0		3			Note attribuée selon grille critériée par le maître d'apprentissage	
			136	88	2	226	45			30		
<b>Semestre 3 - Master Marketing, vente / Parcours MIFER</b>												
UE1	Marketing des réseaux de franchise et du commerce organisé	Mutations numériques, technologiques et environnementales, nouveaux comportements des consommateurs et réseaux de franchise	15			15	10	1	2	6	Ecrit individuel (50%) Rapport en groupe (50%)	
		Stratégies d'implantation et de développement spatiales	15			15		1			Ecrit individuel (50%) Rapport en groupe (50%)	
		Marketing territorial et marketing du point de vente	15			15		1			Ecrit individuel (50%) Rapport en groupe (50%)	
UE2	Ingénierie et développement des réseaux	Création, lancement et stratégie de développement spatial d'un réseau (dimension nationale et internationale)	20			20		1	3	9	Ecrit individuel (50%) Rapport en groupe (50%)	
		Les savoir-faire en franchise : nature, mesure, outils de transmission, adaptations, contrôle	20			20		1			Ecrit individuel (50%) Rapport en groupe (50%)	
		Gestion financière et Ingénierie du modèle économique des réseaux	20			20		1			Ecrit individuel (50%) Rapport en groupe (50%)	
		Méthodologie de diagnostic des réseaux de franchise	15			15		1			Ecrit individuel (50%) Rapport en groupe (50%)	
UE3	Management et animation des réseaux	Management des réseaux : les fondamentaux	15			15	10	1	3	9	Ecrit individuel (50%) Rapport en groupe (50%)	
		Animation des réseaux de franchise : communication, formation, accompagnement	20			20	10	1			Ecrit individuel (50%) Rapport en groupe (50%)	
		Entreprendre en franchise, approche décisionnelle, facteurs de contingence, incitations, relation d'agence	20			20		1			Ecrit individuel (50%) Rapport en groupe (50%)	
		Contexte juridique des réseaux et système contractuel (au niveau national et international)	20			20		1			Ecrit individuel (50%) Rapport en groupe (50%)	
UE4	Langues et Etudes et recherche sur les réseaux	Etude de cas pluridisciplinaire transversale	20	18	38	30	1	2	6	Soutenance orale (50%) Rapport en groupe (50%)		
		Méthodologie de la recherche appliquée aux réseaux	20	20	40	18	1			Rapport en groupe		
		Mémoire			0	30	1			Ecrit individuel (50%) Soutenance (50%)		
		Anglais des affaires		21	21		1			Ecrit individuel (50%) Oral (50%)		
			235	21	38	294	108			30		
<b>Semestre 4 - Master Marketing, vente / Parcours MIFER</b>												
UE1	Mémoire de fin d'études et soutenance	Mémoire			0		1	1	30	Rapport écrit		
		Soutenance orale			0		1			Soutenance		
		Pratiques professionnelles			0		1			Note attribuée selon grille critériée par le maître d'apprentissage		
			0	0	0	0	0			30		