

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 IP)	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, ...
Semestre 1 - Master Marketing, vente / Parcours METOMA												
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			2			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			1			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	
Semestre 2 - Master Marketing, vente / Parcours METOMA												
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%)
		Séminaires METOMA : droit des marques, panels distributeurs	12	12		24			1			1 écrit individuel
UE3	Communiquer dans un contexte professionnel 2	Anglais des affaires		21		21			1	1	3	Examen écrit (50%) et oral (50%)
		Rédiger son CV et sa lettre de motivation (niv. 2)		2,5		2,5						Se référer au SIO
		Se préparer à l'entretien de sélection		7		7						Se référer au SIO
		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'alternance
			136	97,5	2	235,5	45				30	
Semestre 3 - Master Marketing, vente / Parcours METOMA												
UE1	Branding et stratégie publicitaire	Branding et communication des marques	20			20			2	2	6	1 écrit individuel
		Marketing de l'influence des marques	6			6			0			pas d'évaluation
		Plan de communication cross-media	12			12			1			1 dossier et 1 soutenance
		International Brand Marketing Strategy (cours en anglais)	20			20			1			1 dossier et 1 soutenance
UE2	Etudes marketing	Conception et gestion des études marketing [MUT MSDE]	14			14			2	3	9	1 écrit individuel
		Méthodologie du projet de recherche marketing	8			8	16					1 mémoire de projet et 1 soutenance
		Expérimentation et panels	8			8						
		Analyse lexicale	4	4		8						
		Analyse des données multivariées sous R	4	4		8						
Evaluation sensorielle	12			12			1	1 dossier				
UE3	Management de l'offre marketing	Marketing de l'offre	20			20			3	3	9	1 dossier et 1 écrit individuel
		Design thinking & packaging	12			12			0			pas d'évaluation
		Management des forces de vente & category management	18			18			1			1 évaluation orale
		Budget controlling	4			4			0			pas d'évaluation
		Marketing sectoriel : Produits alimentaires; Luxe; Arts et Culture	36			36			3			3 évaluations : 1 test individuel, 1 dossier, 1 soutenance
UE4	Communication digitale & Langues	Webmarketing & social analytics	24	12		36			2	2	6	1 projet
		Création graphique		21		21			0			pas d'évaluation
		Scénarisation video de l'offre		6		6			1			1 soutenance
		Anglais des affaires		21		21			2			1 écrit et 1 oral
			222	68	0	290	16				30	
Semestre 4 - Master Marketing, vente / Parcours METOMA												
UE1	Mémoire de fin d'études et soutenance	Mémoire				0	96		1	1	30	Rapport écrit
		Soutenance orale				0			1			Soutenance
		Pratiques professionnelles				0			1			Note attribuée selon grille critériée par le maître d'alternance
			0	0	0	0	96				30	