

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	Stage	Coef. Par ECUE	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, ...	
							Nb heures autonomie étudiant	Durée stage en heures			Libellé du type de contrôle en toutes lettres	
<b>Semestre 1 - Master Marketing, vente / Parcours MSDE</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			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%)
		Projet professionnel collaboratif MSDE : Marketing événementiel	6		8	14	100		/			Pas d'évaluation au S1
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%)
			142	91	12	245	130	0			30	
<b>Semestre 2 - Master Marketing, vente / Parcours MSDE</b>												
UE1	S'approprier 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 MSDE / réputation, expérience client...	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%)
		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%)
		Projet professionnel collaboratif MSDE : Marketing événementiel			24	24	120		3			5 soutenances orales et rapport écrit
			136	97,5	26	259,5	165	0			30	
<b>Semestre 3 - Master Marketing, vente / Parcours MSDE</b>												
UE1	Services et Expérience client	UI Design	8	8		16			1	3	9	Dossier groupe (maquette) 30% écrit indiv (analyse-réalisation) 70%
		Management de l'expérience	16			16			1			Examen individuel
		Marketing et design des services	18			18			2			Examen individuel écrit (80%) et oral de groupe (20%)
		Marketing du Tourisme	12			12			1			Dossier de groupe
		Evenementiel		6		6			1			Dossier de groupe
		Communication interpersonnelle et interculturelle		16		16			1			Examen individuel (écrit / oral)
UE2	Communication et relation client	Relation client	18			18			2	3	9	Examen individuel écrit (80%) et oral de groupe (20%)
		Webmarketing	20			20			1			Examen individuel écrit (80%) et oral de groupe (20%)
		Design graphique & video		30		30			1			Dossier de groupe (que pour montage vidéo)
		Community management		8		8			1			Examen individuel
		Logiciels et solutions CRM		16		16			1			Examen individuel (50% QCM 50% implication)
UE3	Etudes et recherches en marketing	Méthodologie du mémoire de recherche	6			6	4			2	6	sans évaluation
		Conception et gestion des études marketing	14			14			1			Examen individuel écrit et dossier de groupe
		Analyse de données marketing	6	12		18			1			Examen individuel écrit
UE4	Culture managériale	Création d'entreprise	16			16			1	2	6	sans évaluation
		Communication des organisations	20			20			1			Examen individuel écrit
		Marketing et négociations B to B (anglais)	12	8		20			1			Examen individuel écrit
		Anglais des affaires		24		24			1			Examen individuel écrit (50%) et oral (50%)
			166	128	0	294	4	0			30	
<b>Semestre 4 - Master Marketing, vente / Parcours MSDE</b>												
UE1	Mémoire de fin d'études et soutenance	Mémoire				0		840	1	1	30	
		Soutenance orale				0			1			
			0	0	0	0	0	840			30	