

Année universitaire 2018-2019

**MASTER**  
Droit Economie et Gestion  
Mention management  
Parcours **Management des Etudes Marketing et d'Opinions**  
Finalité professionnelle  
**Formation en alternance (M1 et M2)**

**Cadre règlementaire : Arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme national de master**

<http://www.amue.fr/formation-vie-de-letudiant/metier/articles/article/arrete-relatif-au-diplome-national-de-master/>

**SEMESTRE 1 = 30 crédits**

Unités d'enseignements (Descriptif détaillé : EC et matières)	Crédits	Coefficients	1 <sup>ère</sup> session : nature et poids des épreuves (E, O ; CC, CT)	2 <sup>ème</sup> session : mode de prise en compte (1)
Théorie des organisations	5	5	CT 100%	CT 100%
Business English (1)	<b>4</b>	<b>4</b>	CC 50%, CT 50%	CT 100%
Management de Projet	<b>4</b>	<b>4</b>	CT 100%	CT 100%
<b>Management stratégique</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>CT 100%</b>	<b>CT 100%</b>
Management industriel	5	5	CT 100%	CT 100%
Outils de gestion et de communication	<b>4</b>	<b>4</b>	CT 100%	CT 100%
Comportement du Consommateur	5	5	CC 30%, CT 70%	CT 100%

**SEMESTRE 2 = 30 crédits**

Unités d'enseignements (Descriptif détaillé : EC et matières)	Crédits	Coefficients	1 <sup>ère</sup> session : nature et poids des épreuves (E, O ; CC, CT)	2 <sup>ème</sup> session : mode de prise en compte (1)
Rapport d'alternance	3	3	CT 100%	CT 100%
Business English (2)	4	4	CC 50%, CT 50%	CT 100%
Projet professionnel	1,5	1,5	CT 100%	CT 100%
Communication & publicité	5	5	CT 100%	CT 100%
Etude de marché	5	5	CT 100%	CT 100%
Politique distribution	3,5	3,5	CT 100%	CT 100%
Politique produit / marque	5	5	CT 100%	CT 100%
English for marketing	3	3	CT 100%	CT 100%

### SEMESTRE 3 Management des études marketing = 30 crédits

Unités d'enseignements (Descriptif détaillé : EC et matières)	Crédits	Coefficients	1 <sup>ère</sup> session : nature et poids des épreuves (E, O ; CC, CT)	2 <sup>ème</sup> session : mode de prise en compte (1)
Business Game Simulation	3	3	CT (100%)	CT (100%) :
Introduction et panorama des études	2	2	CT (100%)	CT (100%)
Business English	4	4	CT (100%)	CT (100%)
Comportement du consommateur approfondi	2.5	2.5	CT (100%)	CT (100%)
Customer experience and relationship management	2	2	CT (100%)	CT (100%)
Etudes et conseil en marketing	5	5	CT (100%)	CT (100%)
Marketing digital	2.5	2.5	CT (100%)	CT (100%)
Entretiens individuels et focus groups	4.5	4.5	CT (100%)	CT (100%)
Social listening et groups créatifs	4.5	4.5	CT (100%)	CT (100%)

### SEMESTRE 4 Management des études marketing = 30 crédits

Unités d'enseignements (Descriptif détaillé : EC et matières)	Crédits	Coefficients	1 <sup>ère</sup> session : nature et poids des épreuves (E, O ; CC, CT)	2 <sup>ème</sup> session : mode de prise en compte (1)
Techniques de sondage, expérimentation et biais	3.5	3.5	CT (100%)	CT (100%)
Analyse de données quantitative	4	4	CT (100%)	CT (100%)
Panels, big data et études web	3.5	3.5	CT (100%)	CT (100%)
Stratégie Marketing et Innovations –Etudes de cas	3	3	CT (100%)	CT (100%)
Storytelling and case studies in marketing research	2	2	CT (100%)	CT (100%)
Responding to a client brief	2	2	CT (100%)	CT (100%)
Développement personnel et recherché d'emploi	2	2	CT (100%)	CT (100%)
Conférences métiers	3	3	CT (100%)	CT (100%)
Mémoire de fin d'étude et Méthodologie de recherche	5	5	CT (100%) : rapport + soutenances	CT (100%)
Expérience professionnelle, Projet de communication du master MEMO	5	5	Oral (100%)	aucun

L'alternance est organisée sur les deux ans selon le mode suivant :

En master 1 : 2 jours à l'université (lundi et mardi) et 3 jours en entreprise (mercredi, jeudi et vendredi), sauf pour tutorat encadré ou périodes d'examens.

En master 2 : selon calendrier annuel.

La mission en entreprise se déroule sur les deux années, dès le début de la formation ou du contrat d'alternance. Elle fait l'objet d'un suivi par un référent universitaire (coaching) et d'un Maître d'Apprentissage en entreprise. Elle repose également sur deux réunions téléphoniques entre le Maître d'Apprentissage en entreprise, le référent universitaire et l'Apprenti, 1 réunion (en M1 et en M2) et une réunion en face à face (en M2) entre le Maître d'Apprentissage en entreprise, le référent universitaire et l'Apprenti.

La réalisation des missions en entreprise est évaluée en M1 et en M2. En M1, elle est évaluée grâce à la rédaction et une soutenance orale d'un rapport d'activité en entreprise. Ce moment permet de faire un retour d'expérience sur la première année d'apprentissage, en lien avec les enseignements de M1.

En M2, un entretien final d'évaluation de l'expérience en entreprise. Il est demandé aux étudiants de prendre de la hauteur par rapport au secteur des études marketing et de développer un sens critique. Les étudiants ayant également à réaliser un mémoire pendant l'année qui aboutit à une soutenance.

**Est-il prévu une 2<sup>ème</sup> session ? : OUI, sauf pour les UE Projet de communication et Entretien d'évaluation de l'expérience professionnelle en M2.**

\*Est-elle accessible à tous les étudiants non admis ? : **OUI**

\*L'étudiant non admis est-il libre **de ne pas repasser tout ou partie** des UE et des EC **non validés** ? : **OUI**

\*Si oui, les notes et les résultats des UE et des EC qu'il choisit de ne pas repasser sont reconduits en 2<sup>ème</sup> session.

\*Lorsque l'étudiant se présente en 2<sup>ème</sup> session :

-La meilleure des 2 notes entre la 1<sup>ère</sup> session et la 2<sup>ème</sup> session est retenue : **NON**

-La note de la 2<sup>ème</sup> session annule et remplace la note de la 1<sup>ère</sup> session : **OUI**

**Traitement de l'absence à une épreuve d'examen**

\*Absence injustifiée en 1<sup>ère</sup> session : **Défaillance**

\*Absence justifié en 1<sup>ère</sup> session : **Défaillance**

\*Absence injustifiée en 2<sup>ème</sup> session : **Défaillance**

\*Absence justifié en 2<sup>ème</sup> session : **Note = 0**

**Règles particulières**

\*Existe-t-il des notes « seuil » pour la validation des semestres? **06/20, sauf pour l'UE « Marketing Fondamental » en master 2, pour lesquels la note seuil est de 10/20.**

\*Existe-t-il un passage conditionnel en M2 ? **NON**

\*Existe-t-il des critères de sélection pour le passage du M1 au M2 ? : **NON**

**Mode d'obtention du diplôme intermédiaire de Maîtrise**

Chaque semestre du master 1 doit avoir été validé : **OUI**

La moyenne du master 1 doit être supérieure ou égale à 10/20 : **OUI**

Autres conditions (notes « seuil », nombre d'UE validées...) : **la note seuil est de 6/20 pour toutes les UE**

**Mode d'obtention du diplôme terminal de Master**

Chaque semestre du master 2 doit avoir été validé : **OUI**

Chaque semestre du master 1 et du master 2 doit avoir été validé : **OUI**

La moyenne du master 2 doit être supérieure ou égale à 10/20 : **OUI**

Les moyennes du master 1 et du master 2 doivent être supérieures ou égales à 10/20 : **OUI**

Autres conditions (notes « seuil », nombre d'UE validées...) : **la note seuil est de 10/20 sur l'UE « Marketing Fondamental » en master 2 et n'est pas compensable dans le semestre par d'autres UE. Pour les autres UE, 6/20 est la note seuil.**

**Y-a-t-il compensation entre semestres ? NON**

**Mode d'attribution de la mention du diplôme (supprimer les mentions inutiles) :**

\*Maîtrise : La mention attribuée résulte de la moyenne du master 1 : **OUI**

\*Master : -La mention attribuée résulte de la moyenne du master 2 : **OUI**

-La mention attribuée résulte de la moyenne du master 1 et du master 2 : **NON**

\*Y-a-t-il prise en compte des notes des semestres accomplis :

-A l'étranger, dans le cadre des échanges internationaux ? **NON**

-Dans un autre établissement français d'enseignement supérieur ? **NON**

**Seuils des mentions attribuées** (à modifier si différents des seuils indiqués ci-dessous) :

\*Mention « Passable » : 10/20 =< Note < 12/20

\*Mention « Assez Bien » : 12/20 =< Note < 14/20

\*Mention « Bien » : 14/20 =< Note < 16/20

\*Mention « Très Bien » : Note >= 16/20

**Redoublement**

\* en M1 : le redoublement des apprentis est soumis au code du travail en alternance.

\* en M2 : Le redoublement est soumis à l'avis du jury. Les décisions de refus sont motivées auprès des étudiants en faisant la demande.

Année universitaire 2018-2019

**MASTER**  
 Droit Economie et Gestion  
 Mention management  
 Parcours **Management des Etudes Marketing et d'Opinions**  
 Finalité professionnelle  
**Formation initiale (M1) et Formation en alternance (M2)**

**Cadre règlementaire : Arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme national de master**

<http://www.amue.fr/formation-vie-de-letudiant/metier/articles/article/arrete-relatif-au-diplome-national-de-master/>

**SEMESTRE 1 = 30 crédits**

Unités d'enseignements (Descriptif détaillé : EC et matières)	Crédits	Coefficients	1 <sup>ère</sup> session : nature et poids des épreuves (E, O ; CC, CT)	2 <sup>ème</sup> session : mode de prise en compte (1)
Théorie des organisations	5	5	CT 100%	CT 100%
Business English (1)	4	4	CC 50%, CT 50%	CT 100%
Management de Projet	4	4	CT 100%	CT 100%
<b>Management stratégique</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>CT 100%</b>	<b>CT 100%</b>
Management industriel	5	5	CT 100%	CT 100%
Outils de gestion et de communication	4	4	CT 100%	CT 100%
Comportement du Consommateur	5	5	CC 30%, CT 70%	CT 100%

**SEMESTRE 2 = 30 crédits**

Unités d'enseignements (Descriptif détaillé : EC et matières)	Crédits	Coefficients	1 <sup>ère</sup> session : nature et poids des épreuves (E, O ; CC, CT)	2 <sup>ème</sup> session : mode de prise en compte (1)
Jeu d'entreprise	1,5	1,5	CT 100%	CT 100%
Projet de création d'entreprise	1,5	1,5	CT (100%)	CT (100%)
Business English (2)	4	4	CC 50%, CT 50%	CT 100%
Projet professionnel	1,5	1,5	CT 100%	CT 100%
Communication & publicité	5	5	CT 100%	CT 100%
Etude de marché	5	5	CT 100%	CT 100%
Politique distribution	3,5	3,5	CT 100%	CT 100%
Politique produit / marque	5	5	CT 100%	CT 100%
English for marketing	3	3	CT 100%	CT 100%
Stage optionnel	-	-	-	-

**OPTION – DU Professionnalisation = 6 crédits**

Unités d'enseignements (Descriptif détaillé : EC et matières)	Crédits	Coefficients	1 <sup>ère</sup> session : nature et poids des épreuves (E, O ; CC, CT)	2 <sup>ème</sup> session : mode de prise en compte (1)
Au moins un stage de 6 mois	6	6	CT 100% (E et O)	

### SEMESTRE 3 Management des études marketing = 30 crédits

Unités d'enseignements (Descriptif détaillé : EC et matières)	Crédits	Coefficients	1 <sup>ère</sup> session : nature et poids des épreuves (E, O ; CC, CT)	2 <sup>ème</sup> session : mode de prise en compte (1)
Marketing fondamental	3	3	CT (100%)	CT (100%) :
Introduction aux études/panorama du secteur des études	2	2	CT (100%)	CT (100%)
English for Marketing	4	4	CT (100%)	CT (100%)
Méthodes de recueil des données quantitatives / biais dans les études	4	4	CT (100%)	CT (100%)
Recueil des données qualitatives, les groupes créatifs	4	4	CT (100%)	CT (100%)
Analyses des données quantitatives	5	5	CT (100%)	CT (100%)
Entretiens et focus groups	3	3	CT (100%)	CT (100%)
Analyse des données de panels distributeurs et consommateurs	3	3	CT (100%)	CT (100%)
« Responding to a client brief »	2	2	CT (100%)	CT (100%)

### SEMESTRE 4 Management des études marketing = 30 crédits

Unités d'enseignements (Descriptif détaillé : EC et matières)	Crédits	Coefficients	1 <sup>ère</sup> session : nature et poids des épreuves (E, O ; CC, CT)	2 <sup>ème</sup> session : mode de prise en compte (1)
Comportement du consommateur approfondi	2.5	2.5	CT (100%)	CT (100%)
Big Data / études web / CRM	2	2	CT (100%)	CT (100%)
Etudes et décisions Marketing : -Etudes et Communication -Etudes dans la distribution -Etude et politique de -marques	5	5	CT (100%)	CT (100%)
Stratégie Marketing et Innovations –Etudes de cas	3	3	CT (100%)	CT (100%)
Marketing Studies and Methodology	2.5	2.5	CT (100%)	CT (100%)
Développement personnel / CV, lettre de motivation / Job Research	2	2	CT (100%)	CT (100%)
Conférences Thématiques	3	3	CT (100%)	CT (100%)
Mémoire de fin d'étude et Méthodologie de recherche	5	5	CT (100%) : rapport + soutenances	CT (100%)
Expérience professionnel, Projet de communication du master MEMO	5	5	Oral (100%)	aucun

L'option DU "Professionnalisation" implique de faire son master 1 sur deux années universitaires. Cette option offre aux étudiants la possibilité d'effectuer un ou deux stages de 6 mois, après les deux semestres de cours de M1. Le succès aux épreuves disciplinaires de M1 permet de capitaliser 60 ECTS. Au retour de l'année de professionnalisation, l'étudiant se voit délivrer le titre intermédiaire de maîtrise relatif au master 1 et en cas de note supérieure à 10 à son (ses) stage(s) le DU "Professionnalisation".

Le DU "Professionnalisation" est évalué sur rédaction et soumission d'un (des deux) rapport(s) de stage et d'une soutenance orale du rapport d'un stage, permettant de faire un retour sur les compétences professionnelles acquises en lien avec les enseignements de M1. L'évaluation intègre également une note donnée par le (les) tuteur(s) en entreprise, visant à évaluer le comportement et les aptitudes et compétences professionnelles de l'étudiant. Dans le cas où un seul stage est effectué, l'évaluation du rapport, celle de la soutenance orale et celle du tuteur d'entreprise comptent respectivement pour 50%, 25% et 25% de la note finale. Dans le cas où deux stages sont effectués, l'évaluation des rapports, celle de la soutenance orale et celle des tuteurs d'entreprise comptent respectivement pour 60%, 20% et 20% de la note finale.

Pour les étudiants désirant faire un stage optionnel en M1, il est évalué par un rapport de stage présentant de façon succincte l'entreprise, les missions, les réalisations et recommandations, ainsi qu'un bilan et une analyse personnelle. Le stage étant optionnel, il ne donne pas droit à des ECTS.

Les stages alternés sont organisés en M2 selon le calendrier annuel.

La mission en entreprise se déroule sur l'année de master 2. Elle fait l'objet d'un suivi par un référent universitaire (coaching) et d'un Tuteur professionnel en entreprise. Les trois parties prenantes signent un contrat d'évolution, et des fiches de suivi des missions réalisées, de l'insertion dans l'entreprise, ainsi que des résultats universitaires.

La réalisation des missions en entreprise est évaluée en M2. Un entretien final d'évaluation de l'expérience en entreprise. Il est demandé aux étudiants de prendre de la hauteur par rapport au secteur des études marketing et de développer un sens critique. Les étudiants ayant également à réaliser un mémoire pendant l'année qui aboutit à une soutenance.

**Est-il prévu une 2<sup>ème</sup> session ? : OUI, sauf pour le DU Professionnalisation et les UE Projet de communication et Entretien d'évaluation de l'expérience professionnelle en M2.**

\*Est-elle accessible à tous les étudiants non admis? : **OUI**

\*L'étudiant non admis est-il libre de ne pas repasser tout ou partie des UE et des EC non validés ? : **OUI**

\*Si oui, les notes et les résultats des UE et des EC qu'il choisit de ne pas repasser sont reconduits en 2<sup>ème</sup> session.

\*Lorsque l'étudiant se présente en 2<sup>ème</sup> session :

-La meilleure des 2 notes entre la 1<sup>ère</sup> session et la 2<sup>ème</sup> session est retenue : **NON**

-La note de la 2<sup>ème</sup> session annule et remplace la note de la 1<sup>ère</sup> session : **OUI**

**Traitement de l'absence à une épreuve d'examen**

\*Absence injustifiée en 1<sup>ère</sup> session : **Défaillance**

\*Absence justifié en 1<sup>ère</sup> session : **Défaillance**

\*Absence injustifiée en 2<sup>ème</sup> session : **Défaillance**

\*Absence justifié en 2<sup>ème</sup> session : **Note = 0**

**Règles particulières**

\*Existe-t-il des notes « seuil » pour la validation des semestres? **Note seuil de 6/20 pour toutes les UE sauf pour l'évaluation du stage dans le cadre du DU Professionnalisation et pour l'UE « Marketing Fondamental » en master 2, pour lesquels la note seuil est de 10/20.**

\*Existe-t-il un passage conditionnel en M2 ? **NON**

\*Existe-t-il des critères de sélection pour le passage du M1 au M2 ? : **NON**

**Mode d'obtention du diplôme intermédiaire de Maîtrise**

Chaque semestre du master 1 doit avoir été validé : **OUI**

La moyenne du master 1 doit être supérieure ou égale à 10/20 : **OUI**

Autres conditions (notes « seuil », nombre d'UE validées...) : **Note seuil de 6/20 pour toutes les UE sauf pour l'évaluation du stage dans le cadre du DU Professionnalisation pour lequel la note seuil est de 10/20.**

**Mode d'obtention du diplôme terminal de Master**

Chaque semestre du master 2 doit avoir été validé : **OUI**

Chaque semestre du master 1 et du master 2 doit avoir été validé : **OUI**

La moyenne du master 2 doit être supérieure ou égale à 10/20 : **OUI**

Les moyennes du master 1 et du master 2 doivent être supérieures ou égales à 10/20 : **OUI**

Autres conditions (notes « seuil », nombre d'UE validées...) : **la note seuil est de 10/20 sur l'UE « Marketing Fondamental » en master 2 et n'est pas compensable dans le semestre par d'autres UE. Pour les autres UE, 6/20 est la note seuil.**

**Y-a-t-il compensation entre semestres ? NON**

**Mode d'attribution de la mention du diplôme** (*supprimer les mentions inutiles*) :

\*Maîtrise : La mention attribuée résulte de la moyenne du master 1 : **OUI**

\*Master : -La mention attribuée résulte de la moyenne du master 2 : **OUI**

-La mention attribuée résulte de la moyenne du master 1 et du master 2 : **NON**

\*Y-a-t-il prise en compte des notes des semestres accomplis :

-A l'étranger, dans le cadre des échanges internationaux ? **NON**

-Dans un autre établissement français d'enseignement supérieur ? **NON**

**Seuils des mentions attribuées** (*à modifier si différents des seuils indiqués ci-dessous*) :

\*Mention « Passable » : 10/20 =< Note < 12/20

\*Mention « Assez Bien » : 12/20 =< Note < 14/20

\*Mention « Bien » : 14/20 =< Note < 16/20

\*Mention « Très Bien » : Note >= 16/20

### **Redoublement**

En M1 : le redoublement est soumis à l'avis du jury. Les décisions de refus sont motivées auprès des étudiants en faisant la demande.

En M2 : Le redoublement est soumis à l'avis du jury. Les décisions de refus sont motivées auprès des étudiants en faisant la demande.