

DOMAINE	ÉCOF - ÉCONOMIE - GESTION
COMPÉTENCE	ÉCO
NIVEAU	DEUXIÈME TRIMESTRE
TITRE DE DIPLOME	MASTÈRE
SECTEUR	MARKETING
PARCOURS TYPE	SOUS ET LAURE
PROFIL DE L'ÉTUDIANT	COMMERCE
PROFIL DE L'ÉTUDIANT	DISTRIBUTION ET SERVICES
PROFIL DE L'ÉTUDIANT	COMMERCE ET SOCIAL
PROFIL DE L'ÉTUDIANT	REC EN MARKETING
PROFIL DE L'ÉTUDIANT	FORMATION DÉTAILLÉE ET CONTRAINTES CONTRACTUELLES
PROFIL DE L'ÉTUDIANT	1

UE	Intitulé	EC	Intitulé	CREDITS		SEMESTRE		ANNEE		Pré-requis
				CM	TD	1	2	1	2	
11	Compétences des relations de marketing	1	Marketing stratégique	06	2	10	10	2		DT
		2	Marketing opérationnel	06	2	10	10	2		DT
		3	Techniques de vente	06	2	10	10	2		DT/DS
12	Études en marketing	1	Études de marché et positionnement	06	2	10	10	2		DT
		2	Analyses de données quantitatives	06	2	10	10	2		DS
		3	Analyses qualitatives	06	2	10	10	2		DT
13	Compétences professionnelles	1	Compétences professionnelles 1	11	2		20	2		DT
		2	Compétences professionnelles 2	11	2		20	2		DT/DS
		3	Compétences professionnelles 3	11	2		20	2		DT
14	Compétences méthodologiques	1	Intelligence des données de stage	06	2		10			DS
		2	Intégration à la recherche en marketing	06	2	10	10			DS
		3	Techniques de vente	06	2	10	10	2		DT
15	Compétences personnelles	1	Discours de motivation	06	2		20			DS
		2	Management de projet	06	2	10	10			DS

<b>DOMAINE :</b>	<b>DROIT - ECONOMIE - GESTION</b>
<b>COMPOSANTE:</b>	<b>SESG</b>
<b>SITES :</b>	<b>REIMS ET TROYES</b>
<b>TYPE DE DIPLOME :</b>	<b>MASTER</b>
<b>MENTION :</b>	<b>MARKETING, VENTE</b>
<b>PARCOURS-TYPE :</b>	<b>GOUT ET LUXE</b>
	<b>COMMUNICATION</b>
	<b>DISTRIBUTION ET SERVICES</b>
	<b>E-COMMERCE ET DIGITAL</b>
	<b>REC EN MARKETING</b>
<b>MODALITES D'ENSEIGNEMENT :</b>	<b>FORMATION INITIALE ET CONTINUE - CONTRAT DE PRO.</b>
<b>SEMESTRE :</b>	<b>2</b>

Unité d'enseignement		Elément constitutif				volume horaire		Session 1			Session 2
UE	Intitulé	EC	Intitulé	CNU	ECTS	CM	TD	CC (100%)	CC (50%) CT (50%)	CT (100%)	
21	ouverture du marketing	1	Marketing des services	06	2	10	6			ET(1h30)	OT
		2	Marketing du luxe	06	2	10	6			ET(1h30)	OT
		3	Marketing digital	06	2	10	10	2			OT
22	le marketing mix	1	Branding management	06	2	10	10	2*			OT*
		2	Distribution	06	2	10	10	2			OT
		3	Communication	06	2	10	10	2			OT
23	compétences professionnelles	1	Communication professionnelle en anglais 2	11	2		20	2			OT
		2	Informatique appliquée au marketing 2	27	2		20	2			OT
		3	Négociation commerciale	06	2	10	10	2			OT
24	l'extension du consommateur	1	Sociologie de la consommation	06/19	2	10	10	2			OT
		2	Comportement du consommateur	06	2	10	10	2			OT
		3	Marketing international et géopolitique	05/06	2	10	10	2			OT
25	Stage	1	Méthodologie du stage ; stage (2 mois)	06	6		10			SDO**	SDO**

100

142

\* évaluation en anglais

\* une seule session

<b>DOMAINE :</b>	<b>DROIT - ECONOMIE - GESTION</b>
<b>COMPOSANTE:</b>	<b>SESG</b>
<b>SITES :</b>	<b>REIMS</b>
<b>TYPE DE DIPLOME :</b>	<b>MASTER</b>
<b>MENTION :</b>	<b>MARKETING, VENTE</b>
<b>PARCOURS-TYPE :</b>	<b>DISTRIBUTION ET SERVICES</b>
<b>MODALITES D'ENSEIGNEMENT :</b>	<b>FORMATION INITIALE ET CONTINUE - CONTRAT DE PRO.</b>
<b>SEMESTRE :</b>	<b>3</b>

Unité d'enseignement		Elément constitutif		CNU	ECTS	volume horaire		Session 1			Session 2
UE	Intitulé	EC	Intitulé			CM	TD	CC (100%)	CC (50%) CT (50%)	CT (100%)	
31		1	Sociologie de la consommation et des usages	06/19	3	15		2			OT
		2	Méthodes d'études et de recherche avancées	06	3	15		2			OT
32		1	Consommation et résistances	06	3	15		2			OT
		2	Consommation et marges	06	3	15		2			OT
33		1	Marketing éthique et éthique du marketing	06	2	12		2			OT
		2	Communication publique et politique	06	2	12		2			OT
		3	Droit du consommateur	01	2	12		2			OT
34		1	Gestion de projet / Projet de groupe	06	6	12	12			SDO	SDO
		2	Comportement du consommateur	06		12				ET(1h30)	OT
35		1	Recherches appliquées en marketing	06	3	12				DO	DO
		2	Business communication	11	3		20	2*			OT*
						132	32				

\* évaluation en anglais

<b>DOMAINE :</b>	<b>DROIT - ECONOMIE - GESTION</b>
<b>COMPOSANTE:</b>	<b>SESG</b>
<b>SITES :</b>	<b>REIMS</b>
<b>TYPE DE DIPLOME :</b>	<b>MASTER</b>
<b>MENTION :</b>	<b>MARKETING, VENTE</b>
<b>PARCOURS-TYPE :</b>	<b>DISTRIBUTION ET SERVICES</b>
<b>MODALITES D'ENSEIGNEMENT :</b>	<b>FORMATION INITIALE ET CONTINUE - CONTRAT DE PRO.</b>
<b>SEMESTRE :</b>	<b>4</b>

Unité d'enseignement		Elément constitutif		CNU	ECTS	volume horaire		Session 1			Session 2
UE	Intitulé	EC	Intitulé			CM	TD	CC (100%)	CC (50%) CT (50%)	CT (100%)	
41		1	Droit commercial et de la distribution	01	2	12		2			OT
		2	Merchandising	06	2	12	6			DO*	DO*
		3	Développement international	06	2	12		2			OT
42		1	Management des acteurs et négociation	06	3	12	6	2			OT
		2	Géomarketing	06	3	12		2			OT
43		1	Marketing expérientiel	06	2	12		2			OT
		2	Supply chain management	06	2	12		2*			OT*
		3	Marketing des services et de la distribution	06	2	12	9	2			OT
44		1	Gestion de la relation client	06	2	12	6	2			OT
		2	Politique de communication et promotion	06	2	15	12			DO	DO
		3	Marketing digital et e-commerce	06	2	12	6			DO	DO
45		1	Mémoire professionnel	06	3		10			SDO*	SDO*
		2	Méthodologie du stage ; stage (4 à 6 mois)	6	3		10			SDO*	SDO*

135 55

\* évaluation en anglais

\*\* une seule session