

<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>1</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%)	
11	Compréhension des mécanismes de l'entreprise	1	Stratégie d'entreprise	06	2	10	10	2			OT
		2	Stratégie marketing	06	2	10	10	2			OT
		3	Approches économiques des organisations	05/06	2	12				ET(1h30)	OT
12	Etudes en marketing	1	Etudes de marché et production de l'information	06	2	10	10	2			OT
		2	Analyses de données quantitatives	06	2	10	10	2			DO
		3	Analyse qualitatives	06	2	10	10	2			OT
13	Compétences professionnelles	1	Communication professionnelle en anglais 1	11	2		20	2			OT
		2	Informatique appliquée au marketing 1	27	2		20	2			EM(1h30)
		3	Outils de gestion appliqués en marketing	06	2	10	10	2			OT
14	Compétences méthodologiques	1	Méthodologie de recherche de stage	06	2		10			DO	DO
		2	Initiation à la recherche en marketing	06	2	10	10			DO*	DO*
		3	Techniques de vente	06	2	10	10	2			OT
15	Compétences personnelles	1	Découverte des métiers	06	3		20			DO*	DO
		2	Management de projet	6	3	15		2			DO
						107	150	* une seule session			

<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		CNU	ECTS	volume horaire		Session 1			Session 2
UE	Intitulé	EC	Intitulé			CM	TD	CC (100%)	CC (50%) CT (50%)	CT (100%)	
21	Découverte du marketing	1	Marketing des services	06	2	10	6	2			OT
		2	Marketing du luxe	06	2	10	6	2			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	Compréhension 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>COMMUNICATION</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	036	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	3	12	12	2			SDO
		2	Comportement du consommateur	06	3	12				ET(1h30)	OT
35		1	Recherches appliquées en marketing	06	3	12		2			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>COMMUNICATION</b>
<b>MODALITES D'ENSEIGNEMENT :</b>	<b>FORMATION INITIALE ET CONTINUE - CONTRAT DE PRO.</b>
<b>SEMESTRE :</b>	<b>4</b>

Unité d'enseignement		Élément constitutif		GNU	ECTS	volume horaire		Session 1			Session 2	
UE	Intitulé	EC	Intitulé			CM	TD	CC (100%)	CC (50%) CT (50%)	CT (100%)		
41		1	Marketing international	05/06	3	12		2			DO	
		2	Marketing stratégique	06	3	12	12	2			OT	
42		1	Marketing alternatif	06	2	12	12	2			OT	
		2	Stratégies de communication	06	2	8	12	2			OT	
		3	Marketing digital et réseaux sociaux	06	2	8	4	2			OT	
43		1	Infographie	27	2	12		2			OT	
		2	Histoire de l'art et du design	09/19/22	2	6	6	2			OT	
		3	Planning stratégique et création de valeur	06	2	6	6	2			OT	
44		1	Communication des organisations à but non lucratif	06	2	8	4	2			OT	
		2	Mediaplanning et études médias	06	2	8	4	2			OT	
		3	Communication avancée	06	2	6	6	2			OT	
45		1	Mémoire professionnel	06	3		10				SDO*	SDO*
		2	Méthodologie du stage ; stage (4 à 6 mois)	6	3		10				SDO*	SDO*
						98	86	* une seule session				