

DOMAINE :	DROIT - ECONOMIE - GESTION
COMPOSANTE:	SESG
SITES :	REIMS ET TROYES
TYPE DE DIPLOME :	MASTER
MENTION :	MARKETING, VENTE
PARCOURS-TYPE :	GOUT ET LUXE
	COMMUNICATION
	DISTRIBUTION ET SERVICES
	E-COMMERCE ET DIGITAL
	REC EN MARKETING
MODALITES D'ENSEIGNEMENT :	FORMATION INITIALE ET CONTINUE - CONTRAT DE PRO.
SEMESTRE :	1

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

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

Unité d'enseignement		Elément constitutif		CNU	ECTS	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			DO*	DO*
						100	142				

* une seule session

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

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	Culture générale et histoire de l'art	09/22	3	15		2			OT
		2	Histoire et sociologie du goût et du luxe	19/22	3	12				ET(1h30)	OT
32		1	Comportement du consommateur	06	3	12	6	2			OT
		2	Marketing appliqué au luxe	06	3	12	6	2			OT
33		1	Massification des marchés du goût et du luxe	05	3	15		2			OT
		2	Analyse économique des biens du goût et du luxe	05	3	15		2			OT
34		1	Découverte du monde du luxe	06	3	12				DO	DO
		2	Digital marketing and innovation	06	3	15	6	2*			OT*
35		1	English for taste and luxury	11	3	12	6	2*			OT*
		2	Business communication	11	3	12	6	2*			OT*
						132	30				

* évaluation en anglais

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

Unité d'enseignement		Elément constitutif		CNU	ECTS	Session 1			Session 2		
UE	Intitulé	EC	Intitulé			CM	TD	CC (100%)		CC (50%) CT (50%)	CT (100%)
41		1	Méthodes qualitatives appliquées au luxe et sémiologie	06/19	3	15	6	2			OT
		2	Etudes de marché et analyses quantitatives	06	3	15	6	2			DO
42		1	Distribution strategies	06	2	15	6	2*			OT*
		2	Pricing strategies	06	2	12	6	2*			OT*
		3	Communication des produits de luxe	06	2	15	6	2			DO
43		1	Projet collectif	06	3	12	6			DO	DO
		2	Marketing sectoriel	06	3	12				DO	DO
44		1	Droit de la propriété intellectuelle	01	3	12				ET(1h30)	OT
		1	Outils de gestion appliqués	06	3	12	6	2			OT
45		1	Mémoire professionnel	06	3		10			DO*	DO*
		2	Méthodologie du stage ; stage (4 à 6 mois)	6	3		10			SDO*	SDO*
						120	62				

* évaluation en anglais

* une seule session