

Master 1 « Marketing, vente »

Responsable : Florence Durieux

Nom - Prénom N° Etudiant

Tél. Email(prenom.nom) :@

Enseignements	Choix	ECTS	CM en h	TD en h	Nature des épreuves	Seuil de compensation
SEMESTRE 1		30				
Management 1						
Management stratégique		3	21		EX	7/20
Management des organisations		3	21		EX	7/20
Marketing fondamental						
Marketing international		3	21		EX	7/20
Comportement du consommateur		3	21		EX	7/20
Etudes et recherches marketing		3	21		EX	7/20
Management de l'innovation						
Innovation dans les services et B2B		3	21		EX	7/20
Management de la propriété intellectuelle		3	21		EX	7/20
Compétences transversales						
Business English		3		21	CC	7/20
Outils du marketing						
Statistiques descriptives		3	21		EX	7/20
Sphinx		3	21		EX	7/20
SEMESTRE 2		30				
Management 2						
Design management		2	21		EX	7/20
Gestion de projet		3	21		EX	7/20
Marketing appliqué						
Marketing de l'innovation		3	21		EX	7/20
Distribution et Achats		2	21		EX	7/20
Compétences transversales et méthodologiques						
Business English		2		21	CC	7/20
Méthodologie de mémoire		10	21		Mémoire	7/20
4 UE au choix :						
Veille, tendances, prospective	<input type="checkbox"/>	2	21		EX	7/20
Stage	<input type="checkbox"/>	2	21		Rapport/ soutenance	7/20
RSE, Développement durable et éco-innovation	<input type="checkbox"/>	2	21		EX	7/20
Cycle de conférences	<input type="checkbox"/>	2	21		EX	7/20
Politique et stratégie achats	<input type="checkbox"/>	2	21		EX	7/20
Management de la supply chain et logistique	<input type="checkbox"/>	2	21		EX	7/20
Pratiques des achats à l'international	<input type="checkbox"/>	2	21		EX	7/20
Pratiques de la négociation	<input type="checkbox"/>	2	21		EX	7/20
Total annuel		60				