

MENTION Marketing, Vente

Master 2 Professionnel Parcours " Etudes de Marché et Décision Marketing " (M)					
Responsable Professeur Jean-François Lemoine					
Intitulé des UE et des éléments pédagogiques (EP)		Volume Horaire		Info RCC	
		CM	TD	Coef	ECTS
Semestre 3					
UE 1 "Enseignements fondamentaux"				10	30
Cours obligatoire	<i>Techniques de collecte des données</i>	36	0	2	6
Cours obligatoire	<i>Comportement du consommateur</i>	36	0	2	6
Cours obligatoire	<i>Théorie fondamentale du marketing</i>	36	0	2	6
Cours obligatoire	<i>Techniques d'analyse des données</i>	24	0	2	6
Cours obligatoire	<i>Droit du marketing</i>	24	0	2	6
					30
Volume horaire maximum par étudiant		156			
Semestre 4					
UE 1 "Enseignements fondamentaux"				6	18
Cours obligatoire	<i>Marketing direct et communication</i>	36	0	2	6
Cours obligatoire	<i>Marketing opérationnel et bases de données</i>	36	0	2	6
Cours obligatoire	<i>Audit marketing</i>	24	0	1	3
Cours obligatoire	<i>Conférences d'actualité</i>	18	0	0	0
Cours obligatoire	<i>Anglais du marketing</i>	0	60	1	3
UE 2 "Stage et mémoire"				4	12
Cours obligatoire	<i>Stage</i>	0	0	2	6
Cours obligatoire	<i>Mémoire</i>	0	0	2	6
					30
Volume horaire maximum par étudiant		114	60		
Total annuel		270	60		
		330			