

COMMISSION DE LA FORMATION ET DE LA VIE UNIVERSITAIRE  
Séance du 14 mai 2019

DELIBERATION  
N° CFVU-2019-13-TSM-M-005

***relative au régime des études et contrôle des connaissances du Master 2<sup>ème</sup> année  
domaine Droit, Économie, Gestion  
mention Marketing, Vente  
parcours-type Master of Science in Marketing***

Année universitaire 2019/2020

- Vu le code de l'éducation, et notamment :
  - L'article L612-6-1 relatif à l'accès à la deuxième année du deuxième cycle conduisant au diplôme national de master,
  - Les articles L613-3 à L613-6 relatifs à la validation des acquis de l'expérience pour la délivrance des diplômes,
  - son article L.712-6-1 relatif aux compétences de la CFVU,
  - les articles D123-12 à D123-14 relatifs à la construction de l'Espace européen de l'enseignement supérieur,
  - les articles D613-1 à D613-13 relatifs aux grades, titres et diplômes,
  - les articles D613-17 à D613-25 relatifs aux diplômes en partenariat international,
  - les articles D613-26 à D613-30 relatifs aux étudiants handicapés,
  - les articles R613-32 à R613-37 relatifs à la validation des études supérieures antérieures et validation des acquis de l'expérience,
  - les articles D613-38 à D613-50 relatifs à la validation des études, expériences professionnelles ou acquis personnels pour l'accès aux différents niveaux de l'enseignement supérieur,
- Vu l'arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme de master,
- Vu l'arrêté du 22 janvier 2014 fixant le cadre national des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux de licence, de licence professionnelle et de master,
- Vu l'arrêté du 30 juillet 2018 modifiant l'arrêté du 22 janvier 2014,
- Vu l'arrêté d'accréditation du 23 mai 2016 autorisant l'Université à délivrer le diplôme de Master Droit, Économie, Gestion, mention Marketing, vente,
- Vu la décision du CA du 23 novembre 2004 relative au statut de l'élève étudiant,
- Vu la charte des examens en vigueur

**La commission de la formation et de la vie universitaire, après en avoir délibéré, décide :**

***Les règles relatives au régime des études et contrôle des connaissances du Master 2<sup>ème</sup> année  
domaine Droit, Économie, Gestion, mention Marketing, vente parcours type Master of Science in  
Marketing sont fixées comme suit,***

## TITRE I - DISPOSITIONS GÉNÉRALES

- ARTICLE 1** Le master Droit, Économie, Gestion, mention Marketing, parcours-type Master of Science in Marketing, a pour objectif de former à et par la recherche des étudiants en Marketing et de préparer les étudiants à leur devenir professionnel.  
Ce master est un diplôme d'excellence qui forme des chercheurs de haut niveau intégrés à la communauté scientifique internationale, et forme également des professionnels du marketing au sein des sociétés de conseil en marketing stratégique, entreprises ou institutions françaises et internationales.  
En apportant une culture pluridisciplinaire dans le cadre d'un projet scientifique cohérent, ce master concourt à la mise en cohérence et à la visibilité internationale des étudiants.  
Le master est composé d'une année d'études (2 semestres) totalisant 60 crédits (ECTS).  
Les demandes d'accès en Master 2ème année Droit, Économie, Gestion, mention Marketing, vente, parcours-type Master of Science in Marketing sont examinées et prononcées dans les conditions définies par la délibération de la CFVU en date du 20 mars 2018.
- Ce parcours est ouvert aux étudiants ayant validé les 60 crédits de la première année de la même mention au regard des capacités d'accueil votées par l'université.
- Les étudiants ayant validé 60 crédits au-delà d'une licence, ayant validé un diplôme d'ingénieur ou un diplôme d'école supérieure de commerce peuvent accéder au parcours-type Master of Science in Marketing au vu de l'ensemble du dossier universitaire et au regard des capacités d'accueil votées par l'université
- Ce diplôme est également ouvert aux personnes ayant bénéficié, soit d'une validation partielle des acquis de l'expérience, soit d'une validation des études supérieures accomplies en France ou à l'étranger, soit d'une validation des études, des expériences professionnelles ou des acquis personnels dans le domaine.

## TITRE II - ENSEIGNEMENTS

- ARTICLE 2** Le master Droit, Économie, Gestion, mention Marketing, parcours-type Master of Science in Marketing est dispensé en langue française et anglaise.  
Organisé sur deux semestres, le dispositif pédagogique est structuré en quatre unités d'enseignements (cours & séminaires) obligatoires (cf. maquette en annexe).
- ARTICLE 3** L'enseignement comprend des cours magistraux (CM) et éventuellement des travaux dirigés (TD). Les travaux dirigés sont assurés et notés sous la responsabilité des enseignants titulaires du cours. L'assiduité et la participation sont prises en compte dans la notation. L'assiduité est obligatoire et est contrôlée par l'enseignant chargé de TD. Toute absence non justifiée à plus de 20 % des séances de TD est sanctionnée par la note 0. Les justificatifs d'absence doivent parvenir à l'enseignant en charge du TD lors de la séance qui suit l'absence et une copie doit être déposée au secrétariat de la formation. Aucune dispense de TD n'est accordée.
- ARTICLE 4** En fonction de ses choix de carrières chaque étudiant doit, au cours de l'année universitaire, soit réaliser un mémoire de recherche, soit effectuer un stage professionnel d'une durée de quatre à six mois dans une entreprise, une organisation internationale, une administration, une ONG, une association ou réaliser un projet de création d'entreprise. Ce stage a pour objectif de permettre aux étudiants d'acquérir une expérience professionnelle en adéquation avec les enseignements délivrés par l'école de management de Toulouse. L'étudiant se trouve chargé de missions effectives et encadré par un responsable.  
La réalisation du stage professionnel ou du projet de création d'entreprise donne lieu à la rédaction d'un rapport écrit évalué à la fin du mois de juin.  
Le projet de mémoire de recherche donne lieu à la rédaction d'un document écrit évalué et soutenu oralement à la fin du mois de juin.

Le projet de mémoire de recherche ou de stage professionnel ou du projet de création d'entreprise doit obtenir l'accord du responsable pédagogique du parcours-type Master of Science in Marketing.

### **TITRE III - MODALITÉS DE CONTRÔLE DES CONNAISSANCES**

**ARTICLE 5** Les unités d'enseignement font l'objet d'une évaluation sous la forme d'un contrôle continu des connaissances et/ou d'une session écrite d'examen à la fin des cours. Les modalités de contrôle des connaissances sont explicitées en annexe.

La note attribuée dans le cadre du contrôle continu d'une unité d'enseignement découle d'une ou plusieurs épreuves pouvant être réalisées sous forme d'écrits, d'oraux, de projets ou de travaux de groupe.

Toute absence à une épreuve de contrôle terminal est sanctionnée par la note 0.

Il est organisé une session de rattrapage donnant aux étudiants la possibilité de valider les unités d'enseignement qui leur ont fait défaut sur les deux semestres. Cette session est mise en place entre les mois de février et d'avril de chaque année universitaire, à l'exception de l'unité d'enseignement de mémoire de recherche ou de stage professionnel ou projet de création d'entreprise dont la session de rattrapage est fixée, sauf dérogation, fin septembre. Les notes de contrôle continu, hors l'unité d'enseignement de mémoire de recherche ou stage professionnel ou projet de création d'entreprise, ne peuvent pas faire l'objet de rattrapage et sont donc valables pour les deux sessions. Seules les notes de contrôle terminal inférieures à 10/20 font l'objet d'un rattrapage.

Sont admis à se présenter en session de rattrapage les étudiants ayant obtenu une note moyenne d'au moins 8/20 au semestre concerné en session initiale, hors l'unité d'enseignement de mémoire de recherche ou de stage professionnel ou projet de création d'entreprise.

Toutefois les étudiants ajournés au(x) semestre(s) qui n'ont pu composer à la session initiale du fait d'un cas de force majeure pourront être autorisés à se présenter à la session de rattrapage, après avis du directeur de l'école de management et du responsable de la formation. Cet avis n'est pas susceptible de recours. Pour bénéficier de cette disposition, l'étudiant devra déposer sa demande au plus tard 10 jours calendaires après la fin des épreuves de la session initiale.

Le cas de force majeure est la réunion de trois éléments qui le rendent exceptionnel par nature : imprévisible, irrésistible et extérieur.

Des aménagements spécifiques pour les étudiants présentant un handicap (temporaire ou permanent) et compatibles avec la nature des épreuves pourront être mis en place sur indication du service de médecine préventive.

**ARTICLE 6** Les modalités de valorisation des bonifications et la liste des enseignements donnant lieu à bonification semestrielle sont en annexe du présent arrêté.

### **TITRE IV - VALIDATION ET ADMISSION**

**ARTICLE 7** Le diplôme de master Droit, Économie, Gestion, mention Marketing, parcours-type Master of Science in Marketing, est attribué à tout étudiant ayant validé les 60 derniers crédits du master.

Les UE sont validées isolément ou par compensation

Isolément : la validation d'une unité d'enseignement est définitivement acquise pour tout étudiant ayant obtenu la moyenne (10/20) dans les épreuves de contrôle des connaissances mises en place pour l'unité d'enseignement. Tout étudiant absent à une épreuve d'évaluation n'obtiendra pas la validation de l'unité d'enseignement.

Par compensation : une unité d'enseignement peut également être validée par compensation. La compensation est organisée sur le semestre sur la base de la moyenne générale des notes obtenues pour les diverses unités d'enseignement hors l'unité d'enseignement de mémoire de recherche ou stage professionnel ou projet de création d'entreprise.

Une unité d'enseignement n'est pas compensable si la moyenne des notes obtenues aux épreuves de l'UE est inférieure à 8/20.

Tout étudiant absent ne peut pas bénéficier du dispositif de compensation pour l'obtention du master Droit, Économie, Gestion, mention Marketing, parcours-type Master of Science in Marketing.

Les semestres sont validés isolément sans compensation.

Un semestre est réputé acquis dès lors que la moyenne des notes obtenues dans les diverses unités d'enseignement qui le composent est supérieure ou égale à 10/20 et que la moyenne des notes de chaque unité d'enseignement est supérieure ou égale à 8/20.

L'unité d'enseignement de mémoire de recherche ou stage professionnel ou projet de création d'entreprise doit être obligatoirement validée pour être admis au diplôme (10/20).

Un seul redoublement peut être autorisé, sur décision du jury, l'année suivant la première inscription. Tout étudiant redoublant conserve le bénéfice des unités d'enseignement acquises lors de sa précédente scolarité.

Le jury du parcours-type Master of Science in Marketing est composé d'enseignants et d'intervenants professionnels ayant contribué aux enseignements, ou choisis en raison de leurs compétences, sur proposition du responsable pédagogique ainsi que des membres du Conseil de l'Ecole Doctorale. Il est présidé par la directrice de l'Ecole Doctorale.

L'attribution du diplôme de master Droit, Économie, Gestion, parcours-type Master of Science in Marketing, donne droit aux mentions suivantes :

- PASSABLE : Lorsque la note moyenne est comprise entre 10 et 11,99
- ASSEZ BIEN : Lorsque la note moyenne est comprise entre 12 et 13,99
- BIEN : Lorsque la note moyenne est comprise entre 14 et 15,99
- TRES BIEN : Lorsque la note moyenne est au moins égale à 16

*Fait à Toulouse, le 14 mai 2019*

*La présidente de la Commission de la Formation et de la Vie Universitaire,*

*Corinne MASCALA*

PJ : annexe

**Master Droit, Économie, Gestion**  
**mention Marketing**  
**parcours type MSc in Marketing**  
**2ème année**  
 année universitaire 2019-2020

Semestre 3	Enseignement	Crédits Coeff.	Volume horaire		Modalités évaluation	
			Cours	TD	Session initiale	Session de rattrapage
UE1	<b>Core courses</b>	<b>15</b>	<b>94,5</b>	<b>0</b>		
	Learning and practice in research	2,5	15	0	CC (40%) - CT (60%)	CC report (40%) - CT (60%)
	Management science	2,5	15	0	CC (40%) - CT (60%)	CC report (40%) - CT (60%)
	Engaging with the scientific literature	2,5	15	0	CC (40%) - CT (60%)	CC report (40%) - CT (60%)
	Qualitative research	2,5	15	0	CC (40%) - CT (60%)	CC report (40%) - CT (60%)
	Quantitative research	2,5	15	0	CC (40%) - CT (60%)	CC report (40%) - CT (60%)
	Experimental research	2,5	15	0	CC (40%) - CT (60%)	CC report (40%) - CT (60%)
	Library resources	0	4,5	0	Non évalué	Non évalué
UE2	<b>Specialization research courses</b>	<b>15</b>	<b>90</b>	<b>0</b>		
	Theories and hot topics in marketing	7	42	0	CT (100%)	CT (100%)
	Advanced methods in marketing	5	30	0	CC (100%)	CC report (100%)
	Perspectives in marketing	3	18	0	CC (100%)	CC report (100%)
UE3	<b>Specialization practioner courses</b>	<b>15</b>	<b>86</b>	<b>0</b>		
	Innovation, new technology acceptance model	7	42	0	CC (100%)	CC report (100%)
	Customer engagement & empowerment	8	44	0	CC (100%)	CC report (100%)
<b>TOTAL</b>		<b>45</b>	<b>270,5</b>	<b>0</b>		

Semestre 4	Enseignement	Crédits Coeff.	Volume horaire		Modalités évaluation	
			Cours	TD	Session initiale	Session de rattrapage
UE4	<b>Research training seminars</b>	<b>15</b>	<b>21</b>	<b>0</b>		
	How to present a research paper?	0	7,5	0	Non évalué	Non évalué
	What are the good academic conferences?	0	1,5	0	Non évalué	Non évalué
	LaTeX / Mandelay	0	12	0	Non évalué	Non évalué
	Master thesis or Internship	15			CC (100%)	CC (100%)
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>	<b>21</b>	<b>0</b>		

<b>TOTAL ANNEE</b>	<b>60</b>	<b>291,5</b>	<b>0</b>		
--------------------	-----------	--------------	----------	--	--