

COMMISSION DE LA FORMATION ET DE LA VIE UNIVERSITAIRE

Séance du 19 mars 2019

**DELIBERATION
N° CFVU 7-TSM-030**

***relative au régime des études et contrôle des connaissances du Master 2^{ème} année
domaine Droit, Économie, Gestion
Mention Marketing, vente
parcours-type International 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
- Vu l'avis du comité consultatif de l'école de management du 15 mars 2019.

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^{ème} année
domaine Droit, Économie, Gestion, mention Marketing, vente parcours type International Marketing
sont fixées comme suit,***

TITRE I - DISPOSITIONS GÉNÉRALES

ARTICLE 1 Le master Droit, Économie, Gestion, Mention Marketing, vente, est un diplôme dont l'objectif est de former des professionnels du marketing et des chercheurs dans la discipline. Il prépare les étudiants aux métiers du marketing dans les entreprises, les agences et les cabinets de conseil. Ce master apporte aux étudiants des compétences managériales et leur permet de s'orienter et de construire progressivement un projet professionnel. Le master Droit, Économie, Gestion, Mention Marketing, vente, est composé de deux années d'études (4 semestres) totalisant 120 crédits - ECTS.

Les demandes d'accès en Master 2ème année Droit, Économie, Gestion, mention Marketing, vente, parcours-type International 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.

Les étudiants ayant validé 60 ECTS au-delà d'une licence, ayant validé un diplôme d'ingénieur ou un diplôme d'école supérieure de commerce, peuvent accéder à la deuxième année au vu de l'ensemble du dossier universitaire et de l'acquisition de certains pré-requis 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 La seconde année du master Droit, Économie, Gestion, Mention Marketing, vente, parcours-type International marketing, propose deux options :

- l'option 1, Marketing of innovative Technologies qui forme des spécialistes du marketing de l'innovation, du marketing digital et du e-CRM ;
- l'option 2, Marketing of innovative Services qui forme des spécialistes du marketing et management des (e-) services.

Le parcours-type International marketing est organisé sur deux semestres. Le parcours-type International marketing est composé d'unités d'enseignement (UE) donnant droit à 60 crédits (ECTS) (cf. maquette en annexe). Certaines unités d'enseignements sont mutualisées sur l'ensemble des parcours-types. Les unités d'enseignement UE3 ; UE4 ; UE5 ; UE6 et UE7 sont enseignées en langue anglaise.

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 Au cours de l'année universitaire, chaque étudiant doit effectuer un stage professionnel d'une durée de six mois dans une entreprise, une organisation internationale, une administration, une ONG, une association ou réaliser un projet de création d'entreprise. La réalisation du stage professionnel ou du projet de création d'entreprise donne lieu à la rédaction d'un rapport écrit évalué en septembre et éventuellement d'une soutenance orale. Le projet de stage professionnel ou du projet de création d'entreprise doit obtenir l'accord du responsable pédagogique du parcours-type International Marketing, responsable de l'unité d'enseignement.

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 de chaque semestre. 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 de 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 au mois de septembre de chaque année universitaire. A l'exception de l'unité d'enseignement « Internship/Entrepreneurial project et mémoire de recherche », les notes de contrôle continu (TD) 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 feront l'objet d'un rattrapage. La note obtenue en session de rattrapage annule et remplace la note de session initiale.

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 « Internship/Entrepreneurial project et mémoire de recherche ».

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'Ecole de Management de Toulouse 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, vente, parcours-type International 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 « Internship/Entrepreneurial project et mémoire de recherche ».

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, vente, parcours-type International 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 « Internship/Entrepreneurial project et mémoire de recherche » 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 International marketing est composé d'enseignants et d'intervenants professionnels ayant contribué aux enseignements du diplôme. Le Jury délibère souverainement à partir de l'ensemble des résultats obtenus par les étudiants. Il est présidé par le responsable du diplôme.

L'attribution du diplôme de master Droit, Économie, Gestion, Mention Marketing, vente, parcours-type International 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 19 mars 2019

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

Corinne MASCALE

PJ : annexe

**Master Droit, Économie, Gestion
mention Marketing, vente
parcours-type International marketing
2ème année**

année universitaire 2019-2020

option Marketing of Innovative Technologies

Semestre 3	Enseignements	Crédits Coef. Coeff.	Volume horaire		Modalités évaluation	
			Cours	TD	Session initiale	Session de rattrapage
UE1	Stratégie marketing*	8	48	0	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE2	Marketing digital*	8	48	0	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE3	Transformative Technologies & Sustainable Marketing	6	52	0	CC report - 100%	CC report - 100%
UE4	Company Project & Study Tour	8	0	50	CC report - 100%	CC report - 100%
UE5	Marketing Performance Measurement and Management	6	50	0	CT écrit (50 %) - CT report (50 %)	CT écrit (50 %) - CT report (50 %)
UE6	Innovation, New Technology Acceptance Models	6	60	0	CC report - 100%	CC report - 100%
UE7	Consumer Empowerment and Engagement for Product-/Service Design and Customer Experiences **	6	50	0	CC report - 100%	CC report - 100%
TOTAL semestre 3		48	308	50		

Semestre 4	Enseignements	Crédits Coef. Coeff.	Volume horaire		Modalités évaluation	
			Cours	TD	Session initiale	Session de rattrapage
UE8	Internship/Entrepreneurial project et mémoire de recherche	12			CC - 100%	CC - 100%
TOTAL semestre 4		12	0			

* UE communes à l'ensemble des parcours du Marketing professionnalisé. *Le Parcours Chef de produit et études marketing est "Porteur".*

** UE commune à l'option Marketing of innovative services. L'option Marketing of innovative technologies est "Porteur".

TOTAL ANNEE	60	308	50
VH Présentiel		358	
VH EQTD		512	

option Marketing of Innovative Services

Semestre 3	Enseignements	Crédits	Heures CM	Heures TD	Modalités évaluation	
					Session initiale	Session de rattrapage
UE1	Stratégie marketing*	8	48	0	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE2	Marketing digital*	8	48	0	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE3	Transformative Services Technologies & Sustainable Marketing	6	52	0	CC - 100%	CC report - 100%
UE4	Company Project & Study Tour	8	0	50	CC - 100%	CC report - 100%
UE5	Service Performance Measurement and Management	6	30	0	CT écrit (50 %) - CT report (50 %)	CT écrit (50 %) - CT report (50 %)
UE6	Service Systems Acceptance Models	6	30	0	CC - 100%	CC report - 100%
UE7	Consumer Empowerment and Engagement for Product-/Service Design and Customer Experiences **	6	50	0	CC - 100%	CC report - 100%
TOTAL semestre 3		48	258	50		

Semestre 4	Enseignements	Crédits	Heures CM	Heures TD	Modalités évaluation	
					Session initiale	Session de rattrapage
UE8	Internship/Entrepreneurial project et mémoire de recherche	12				
TOTAL semestre 4		12	0	0		

* UE communes à l'ensemble des parcours du Marketing professionnalisé. Le Parcours Chef de produit et études marketing est "Porteur".

** UE commune à l'option Marketing of innovative technologies. L'option Marketing of innovative technologies est "Porteur".

TOTAL ANNEE	60	258	50
VH Présentiel	308		
VH EQTD	437		