



RESULTAT DU VOTE Nombre de votants : 30 Voix favorables : 23 Voix défavorables : 0 Abstentions : 7

COMMISSION DE LA FORMATION ET DE LA VIE UNIVERSITAIRE
Séance du 25 janvier 2022

DELIBERATION
N° CFVU-2022-01-TSM-M-003

portant modification du régime des études et contrôle des connaissances du

Diplôme Universitaire
« International Marketing of Innovation »
in Thailand

Années universitaires 2021-2023

LE PRÉSIDENT DE L'UNIVERSITÉ TOULOUSE 1 CAPITOLE

- Vu le code de l'éducation, notamment ses articles L613-2 et L. 712-6-1,
- Vu la charte des examens en vigueur,
- Vu l'avis du Comité exécutif de l'École de Management de Toulouse en date du 15 avril 2021.
- Vu la délibération de la Commission de la Formation et de la Vie Universitaire n°CFVU-2021-09-TSM-M-DU-032

La commission de la formation et de la vie universitaire, après en avoir délibéré, décide le régime des études et contrôle des connaissances du Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Thailand est modifié comme suit,

TITRE I - DISPOSITIONS GÉNÉRALES

ARTICLE 1 Objectifs de la formation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Thailand est un diplôme de haut niveau qui vise à former des étudiants au management de technologies innovantes, au CRM et au marketing digital, ainsi qu'au management interculturel euro-asiatique. Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Thailand est organisé sur quatre semestres.

ARTICLE 2 Accès à la formation

L'accès au Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Thailand est ouvert sur sélection :

- aux étudiants titulaires d'un diplôme de licence ou diplôme équivalent (180 crédits) ;
- aux personnes ayant bénéficié, soit d'une validation partielle des acquis de l'expérience, soit d'une validation des expériences professionnelles ou des acquis personnels dans le domaine de la gestion d'entreprise ou d'unité d'affaire ou de service ;
- Bonnes connaissances en Anglais (écrit et parlé) : un niveau B2 est requis (TOEFL ou TOEIC ou IELTS).

Cette formation permet d'accéder aux enseignements du Master of Business Administration (MBA) de l'Université d'Assumption à Bangkok (Thaïlande) et d'obtenir le diplôme correspondant.

TITRE II - ENSEIGNEMENTS

ARTICLE 3 Organisation de la formation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Thailand est composé de 10 Unités d'Enseignement à l'école de management de Toulouse - TSM (UE1 à UE8), un stage en entreprise (UE 19), un mémoire de fin d'études (UE 20) et de 10 cours MBA à l'Université d'Assumption à Bangkok (Thaïlande) (UE9 à UE18) (cf. annexe).

ARTICLE 4 Obligation d'assiduité

L'enseignement comprend des cours magistraux en anglais (UE1 à UE8), les 10 cours à l'Université d'Assumption, le stage et le mémoire de fin d'études. L'assiduité est obligatoire et est contrôlée par l'enseignant chargé des cours.

ARTICLE 5 Mémoire de recherche

Chaque étudiant doit effectuer un mémoire de fin d'études en anglais (UE 20). La réalisation du mémoire donne lieu à la rédaction d'un rapport écrit, et éventuellement d'une soutenance orale. Le projet de mémoire de fin d'études doit obtenir l'accord du responsable du Diplôme Universitaire International Marketing.

TITRE III - MODALITÉS DE CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

ARTICLE 6 Organisation des examens / session initiale

Les modalités de contrôle des connaissances du Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Thailand suivent les dispositions de l'arrêté du master Droit, Economie, Gestion, mention Marketing, parcours International Marketing.

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. 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.

ARTICLE 7 Organisation des examens / session de rattrapage

Il est organisé une session de rattrapage donnant aux étudiants la possibilité de valider les unités d'enseignement qui leur ont fait défaut. Cette session est mise en place au mois de Septembre de chaque année universitaire. Seules les notes de contrôle terminal des UE 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.

TITRE IV - VALIDATION ET ADMISSION**ARTICLE 8 Conditions de validation**

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Thailand est décerné aux étudiants :

- qui ont validé avec une moyenne supérieure ou égale à 10/20 les 8 unités d'enseignement (UE1 à UE8) à TSM (cf. annexe)
- qui ont validé avec la note « B* » ou supérieure les 10 cours (UE9 à UE18) à l'Université d'Assumption de Bangkok (cf. annexe)
- qui ont validé avec la note « B » ou supérieure dans les examens finaux (comprehensive examination) de l'Université d'Assumption dans les matières suivantes :
 1. Financial Management,
 2. Strategic Management,
 3. Management Case study
- qui ont validé le stage (UE19) et le mémoire de fin d'études (UE20) avec une note « B » ou supérieure (égale ou supérieure à 10/20 dans le système de notation de TSM*).

**B est la note du système de AU qui correspond à un 10/20 à TSM.*

ARTICLE 9 Jury de délibération

Sur proposition du Directeur de TSM, le Président de l'Université Toulouse 1 Capitole désigne les membres du jury qui est composé d'enseignants universitaires et de professionnels participant aux enseignements. Le Jury délibère souverainement à partir de l'ensemble des résultats obtenus par les étudiants. Il est présidé par le responsable du Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Thailand.

ARTICLE 10 Délivrance du diplôme

L'attribution du Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Thailand 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 25 janvier 2022



Hugues KENFACK
Président de la Commission de la
Formation et de la Vie Universitaire

PJ : annexes

Annexe : Maquette- Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation in Thailand » 2021-2022

Semestre 1	Enseignements suivis à Toulouse School of Management Université Toulouse 1 Capitole	Crédits	Heures CM	Heures TD	Modalités évaluation	
					Session initiale	Session de rattrapage
UE01	International Strategic Marketing, Market Analyses & Planning	8	45	15	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE02	Digital Marketing & Consumer Behavior in the Digital World	8	40	12	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE03	Innovation Management (a. Customer Engagement, b. Technology Acceptance)	8	45	12	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE04	CRM & Sustainable Marketing	8	45	15	CC - 100%	CC report - 100%
UE05	Business Research Methodology	6	30	15	CC - 100%	CC report - 100%
UE06	Missions/International Study Tour	8	10	3	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE07	Language (English/German) /Comparison Asian/European Culture	6	6	36	CC - 100%	CC report - 100%
UE08	Career development	2		15	CT - 100%	CT - 100%
TOTAL semestre 1		54	221	123		

Semestres 2 & 3	Enseignements suivis à Assumption University Thailand (AUT)	Crédits	Heures CM	Heures TD	Modalités évaluation	
					Session initiale	Session de rattrapage
UE09	BC 5006 Introduction to Quantitative Analysis (No MBA credit)	0	45	0	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE10	BC 6501 Introduction to Management Information Systems-C (3 credits)	6	45	0	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE11	BP 6903 Organizational Behaviour C (3 MBA credits)	6	45	0	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE12	BP6910 International Business Management-C (3 MBA credits)	6	45	0	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE13	BM 6806 International Marketing Management (3 MBA credits)	6	45	0	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE14	BA 6601 Managerial Accounting C (3 MBA credits)	6	45	0	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE15	BE 6401 Managerial Economics C (3 MBA credits)	6	45	0	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE16	BF 6701 Financial Management C (3 MBA credits)	6	45	0	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE17	BP 6904 Operations Management C (3 MBA credits)	6	45	0	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
UE18	BP6918 Strategic Management C (3 MBA credits)	6	45	0	CT écrit (100 %)	CT écrit (100 %)
TOTAL semestre 2 & 3		54	450	0		

Semestre 4	Enseignements	Crédits	Heures CM	Heures TD	Modalités évaluation	
					Session initiale	Session de rattrapage
UE19	Company Internship	6			CC - 100%	CC - 100%
UE20	Master thesis	6			CC - 100%	CC - 100%
TOTAL semestre 4		12	0	0		

TOTAL semestres 1,2,3 et 4	120	671	123		
-----------------------------------	------------	------------	------------	--	--

A côté d'un contrôle continu terminal (CT) réalisé à l'université d'Assumption Bangkok (voir tableau ci-dessus), les étudiants du DU International Marketing of Innovation in Thailand doivent réaliser un examen final (comprehensive examination) dans les matières suivantes :

1. Financial Management,
2. Strategic Management,
3. Management Case study

UNIVERSITÉ TOULOUSE 1 CAPITOLE

2 rue du Doyen Gabriel Marty - 31042 Toulouse cedex 9 - France - Tél : 05 61 63 35 00 - Fax : 05 61 63 37 98 - www.ut-capitole.fr