

CONSEIL DES ÉTUDES ET DE LA VIE ÉTUDIANTE
Séance du 19 mai 2026

DÉLIBÉRATION
N° CEVE-2026-11-TSM-M-032

***relative au régime des études et contrôle des connaissances et compétences du
Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation »
in Hong-Kong (Chine)***

au titre de l'année universitaire 2026-2027

- Vu le code de l'éducation,
- Vu le décret n°2022-1536 du 8 décembre 2022 portant création de l'Université Toulouse Capitole,
- Vu les statuts de l'Université Toulouse Capitole, notamment l'article 14.III,
- Vu la charte des examens en vigueur,
- Vu la délibération n°CEVE-2024-18 du CEVE relative aux conditions de réalisation des stages intégrés au cursus en date du 25 juin 2024,
- Vu la délibération n°CEVE-2026-06-DEVE-001 du CEVE en date du 24 mars 2026 relative au régime commun des études et aux modalités générales du contrôle des connaissances et des compétences des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux et des diplômes d'université,
- Vu l'avis du Comité exécutif de l'École de Management de Toulouse en date du 8 avril 2026.

Le Conseil des Études et de la Vie Étudiante, après en avoir délibéré, adopte le régime des études et les règles de contrôle des connaissances et compétences du Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Hong-Kong (Chine).

TITRE I - DISPOSITIONS GENERALES

ARTICLE 1 Objectif de la formation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Hong-Kong vise à former des étudiants au management de technologies innovantes, au CRM et au marketing digital, ainsi qu'au management interculturel euro-asiatique.

La formation est enseignée entièrement en langue anglaise.

Cette formation permet d'accéder aux enseignements du Master of Business Administration (MBAF) de Hong Kong Metropolitan University (Chine) et d'obtenir le diplôme correspondant.

ARTICLE 2 Organisation de la formation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Hong-Kong est organisé sur quatre semestres. Il est composé de 10 Unités d'Enseignement à l'École de Management de Toulouse - TSM (UE1 à UE8), un stage en entreprise (UE 15), un mémoire de fin d'études (UE 16), et de 6 cours MBAF à Hong Kong Metropolitan University (Chine) (UE9 à UE14).

La maquette pédagogique de la formation est annexée à ce document.

ARTICLE 3 Obligation d'assiduité

L'enseignement comprend des cours magistraux en anglais (UE1 à UE8), les 6 cours à Hong Kong Metropolitan University, le stage et le mémoire de fin d'études. L'assiduité est obligatoire et est contrôlée par l'enseignant chargé des cours.

ARTICLE 4 Mémoire de recherche

Chaque étudiant doit effectuer un mémoire de fin d'études en anglais (UE 16). 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 II - CONTROLE DES CONNAISSANCES ET COMPETENCES

ARTICLE 5 Charte des examens

Tout étudiant a la responsabilité de prendre connaissance et de respecter la charte des examens en vigueur dans l'établissement.

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 d'UT Capitole.

ARTICLE 6 Session initiale

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

Les enseignements de première et deuxième année du DU International Marketing of Innovation in Hong-Kong font l'objet d'une évaluation sous la forme d'un contrôle continu et/ou d'un contrôle terminal.

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

ARTICLE 7 Validation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Hong-Kong 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.
- qui ont validé avec la note « 40-57/ECTS C » ou supérieure les 6 cours (UE9 à UE14) à Hong Kong Metropolitan University.
- qui ont validé le stage (UE15) et le mémoire de fin d'études (UE16) avec une note « 50-57/ECTS C » ou supérieure (égale ou supérieure à 10/20 dans le système de notation de TSM*).

**50-57 est la note du système de HKMU qui correspond à un 10/20 à TSM.*

ARTICLE 8 Seconde session

Il est organisé une seconde session donnant aux étudiants la possibilité de valider les enseignements qui leur ont fait défaut. Cette session est mise en place au mois de septembre de chaque année universitaire. La note obtenue en seconde session annule et remplace la note de session initiale.

ARTICLE 9 Absence aux épreuves

Toute absence à une épreuve de contrôle continu ou de contrôle terminal est sanctionnée par la note de ABI (absence injustifiée) ou ABJ (absence justifiée) équivalant 0/20 en session initiale et en seconde session.

Dans le cadre du contrôle continu, l'un des aménagements ci-dessous sera mis en place, uniquement si l'absence est justifiée auprès des services de scolarité :

- une épreuve de remplacement sera organisée si l'enseignement est évalué uniquement en contrôle continu

- la note finale de l'enseignement sera constituée par la note de contrôle terminal si l'enseignement est évalué en contrôle continu et en contrôle terminal
Le motif de l'absence sera laissé à l'appréciation du responsable de la formation.

Dans le cadre du contrôle terminal, si l'étudiant n'a pas pu se présenter à tout ou partie des épreuves, il est autorisé à se présenter aux épreuves de seconde session sous réserve de présentation d'un justificatif dans les 10 jours calendaires suivants les épreuves de contrôles terminaux.

TITRE III – VALIDATION ET DIPLOMATION

ARTICLE 10 Jury d'examen

Le jury d'examen délibère souverainement à partir de l'ensemble des résultats obtenus par les étudiants, sur la base notamment des notes proposées par les examinateurs.
Le jury d'examen est composé d'enseignants et/ou de professionnels ayant contribué aux enseignements ou choisis, en raison de leurs compétences. Il est présidé par le responsable de la formation.

ARTICLE 11 Délivrance du diplôme

L'attribution du Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Hong-Kong donne droit aux mentions suivantes :

- PASSABLE à partir de 10/20
- ASSEZ BIEN à partir de 12/20
- BIEN à partir de 14/20
- TRES BIEN à partir de 16/20

Fait à Toulouse le 19 mai 2026



Hugues KENFACK
Président du Conseil des Études et de la Vie Étudiante

PJ : annexes

Annexe 1 - Maquette des enseignements Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Hong-Kong

Semestre 1	Enseignements suivis à Toulouse School of Management Université Toulouse Capitole	Crédits Coeff.	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE01	International Strategic Marketing, Market Analyses & Planning	8	45	15		
	<i>Digital Marketing - Analytics</i>	3	12	10	CC - 100 %	Report CC - 100%
	<i>Business Experiments & A/B Testing</i>	3	18	0	CC - 100 %	Report CC - 100%
	<i>Technology Innovation Strategy</i>	2	15	5	CC - 100 %	Report CC - 100%
UE02	Digital Marketing & Consumer Behavior in the Digital World	8	40	12	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE03	Innovation Management (a. Customer Engagement, b. Technology Acceptance)	8	45	12		
	<i>Customer engagement</i>	4	20	2	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	<i>Innovation and Technology Acceptance Modeling</i>	4	25	10	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE04	CRM & Sustainable Marketing	8	39	24		
	<i>Customer Relationship and Engagement Management in the Digital Age</i>	4	24	12	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	<i>Sustainable Marketing</i>	4	15	12	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE05	Business Research Methodology	6	30	15		
	<i>Research in Management Science</i>	0	10	0	non évalué	non évalué
	<i>Methodology in Management Science</i>	6	20	15	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE06	Missions/International Study Tour (Company project)	8	10		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE07	Language /Comparison Asian/European Culture	6	6	36		
	<i>Language</i>	3	0	30	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	<i>Comparison Asian/European Culture</i>	3	6	6	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE08	Career development	2		9	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 1		54	215	123		

Semestres 2 & 3	Enseignements suivis à Hong Kong Metropolitan University (HKMU)	Crédits Coeff.	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE09	MGT B815: Strategic Management (10 credits) OR MGT B820F: Strategy (10 credits)	9	63	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE10	BUS B860F Applied Business Project (1 year) (20 credits)	0	0	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE11	BUS B088F Global Immersion Programme (Postgraduate Programme) (a. Asian Business Culture, b. Professional Development Workshops)	6	42	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE12	IB B890F International Management Strategy (10 credits)	9	63	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE13	IB B891F International Marketing Strategy (10 credits)	9	63	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE14	IB B893F Strategic Issues for Management in the Asia Pacific Region (10 credits)	9	63	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestres 2 & 3		42	294	0		

Semestre 4	Enseignements	Crédits Coeff.	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE15	Company Internship	12			CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE16	Master thesis	12			CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 4		24	0	0		

TOTAL semestres 1,2,3 et 4	120	509	123		
-----------------------------------	------------	------------	------------	--	--