

**CONSEIL DES ÉTUDES ET DE LA VIE ÉTUDIANTE**  
**Séance du 21 mars 2023**

**DÉLIBÉRATION**  
**N° CEVE-2023-15-TSM-M-037**

***relative au régime des études et contrôle des connaissances et compétences du  
Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation »  
in Thailand***

- 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-2023-15-DES-001 du CEVE 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 la délibération de la Commission de la Formation et de la Vie Universitaire n°CFVU-2022-33 modifiant les conditions de réalisation des stages intégrés au cursus,
- Vu l'avis du Comité exécutif de l'École de Management de Toulouse en date du 10 mars 2023.

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 Thailand.

**TITRE I - DISPOSITIONS GENERALES**

**ARTICLE 1 Objectif 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.

La formation est enseignée entièrement en langue anglaise.

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.

**ARTICLE 2 Organisation de la formation**

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Thailand 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 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).

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 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 4 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 of Innovation.

### **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 Thailand 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 Thailand 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 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
- qui ont validé avec la note « B\* » ou supérieure les 10 cours (UE9 à UE18) à l'Université d'Assumption de Bangkok.
- 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 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, que l'absence soit justifiée ou non.

### 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 Thailand 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 21 mars 2023  
**Le Président du Conseil des Études et  
de la Vie Étudiante**



**Hugues KENFACK**

PJ : annexes

## Annexe 1 - Maquette des enseignements

### Diplôme Universitaire « *International Marketing of Innovation* » in Thailand

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	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	<i>Digital Marketing - Analytics</i>	3	12	10	CC - 100 %	Report CC - 100%
	<i>Business Experiments &amp; 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	45	15		
	<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	21	3	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%
	Bonifications				2 x2% des points du semestre	2 x2% des points du semestre report
<b>TOTAL semestre 1</b>		<b>54</b>	<b>221</b>	<b>114</b>		

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

Semestre 4	Enseignements	Crédits Coeff.	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE19	Company Internship	6			CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE20	Master thesis	6			CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
<b>TOTAL semestre 4</b>		<b>12</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		

<b>TOTAL semestres 1,2,3 et 4</b>	<b>120</b>	<b>671</b>	<b>114</b>		
-----------------------------------	------------	------------	------------	--	--