

COMMISSION DE LA FORMATION ET DE LA VIE UNIVERSITAIRE
Séance du 10 mai 2022

DÉLIBÉRATION
N° CFVU-2022-16-TSM-M-034

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

- Vu le code de l'éducation, et 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'Ecole de Management de Toulouse en date du 08 avril 2022.

La commission de la formation et de la vie universitaire, 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 Open University Hong-Kong (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'UT1 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 0 en session initiale et en seconde session.

Toute absence doit être justifiée par un motif impérieux et légitime auprès des services de scolarité. Il est laissé à l'appréciation du jury d'examen.

Lorsqu'un étudiant n'a pas pu se présenter à tout ou partie des épreuves de contrôle continu :

- une épreuve de remplacement est organisée si l'enseignement est évalué uniquement en contrôle continu
- la note finale de l'enseignement est constituée par la note de contrôle terminal si l'enseignement est évalué en contrôle continu et en contrôle terminal

Lorsqu'un étudiant n'a pas pu se présenter à tout ou partie des épreuves de contrôle terminal, il est autorisé à se présenter aux épreuves de seconde session.

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 10 mai 2022

The image shows a handwritten signature in black ink, which appears to be 'HK', written over a red circular stamp. The stamp contains the text 'UNIVERSITÉ TOULOUSE 1 CAPITOLE' around the perimeter and a small emblem in the center.

Hugues KENFACK

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

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 1 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% |
| 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 | <i>non évalué</i> | <i>non évalué</i> |
| | <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 | | 15 | CT - 100% | Epreuve seconde session - 100% |
| | Bonifications | | | | 2 x 2% des points du semestre | 2 x 2% des points du semestre report |
| TOTAL semestre 1 | | 54 | 221 | 120 | | |

| 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 semestre 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 | 515 | 120 | | |
|-----------------------------------|--|------------|------------|------------|--|--|