

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

DÉLIBÉRATION
N° CFVU-2022-16-TSM-M-036

***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, 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 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.

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 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 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 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 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 Thailand

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	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		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 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%
TOTAL semestre 2 & 3		54	450	0		

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%
TOTAL semestre 4		12	0	0		

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