

COMMISSION DE LA FORMATION ET DE LA VIE UNIVERSITAIRE
Séance du 20 mars 2018

DELIBERATION
N° CFVU 27-TSM-FC-032

***relative au régime des études et contrôle des connaissances du Master 2^{ème} année
domaine Droit, Économie, Gestion mention Marketing, Vente
parcours-type Marketing Digital***

année universitaire 2018/2019

- Vu le code de l'éducation, et notamment :
 - L'article L612-6-1 relatif à l'accès à la deuxième année du deuxième cycle conduisant au diplôme national de master,
 - Les articles L613-3 à L613-6 relatifs à la validation des acquis de l'expérience pour la délivrance des diplômes,
 - son article L.712-6-1 relatif aux compétences de la CFVU,
 - les articles D123-12 à D123-14 relatifs à la construction de l'Espace européen de l'enseignement supérieur,
 - les articles D613-1 à D613-13 relatifs aux grades, titres et diplômes,
 - les articles D613-17 à D613-25 relatifs aux diplômes en partenariat international,
 - les articles D613-26 à D613-30 relatifs aux étudiants handicapés,
 - les articles R613-32 à R613-37 relatifs à la validation des études supérieures antérieures et validation des acquis de l'expérience,
 - les articles D613-38 à D613-50 relatifs à la validation des études, expériences professionnelles ou acquis personnels pour l'accès aux différents niveaux de l'enseignement supérieur,
- Vu l'arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme de master,
- Vu l'arrêté du 22 janvier 2014 fixant le cadre national des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux de licence, de licence professionnelle et de master,
- Vu l'arrêté d'accréditation du 23 mai 2016 autorisant l'Université à délivrer le diplôme de Master Droit, Économie, Gestion, mention Marketing, Vente,
- Vu la décision du CA du 23 novembre 2004 relative au statut de l'élue étudiant,
- Vu la charte des examens en vigueur,

La commission de la formation et de la vie universitaire, après en avoir délibéré, décide :

Les règles relatives au régime des études et contrôle des connaissances du Master 2^{ème} année domaine Droit, Économie, Gestion mention Marketing, Vente parcours-type Marketing Digital sont fixées comme suit,

TITRE I - DISPOSITIONS GÉNÉRALES

ARTICLE 1 Le master Droit, Économie, Gestion mention Marketing, Vente parcours-type Marketing Digital est un diplôme qui vise à former des spécialistes du marketing par l'acquisition d'une maîtrise et d'une expertise des techniques propres au marketing, en particulier du marketing digital. Il prépare aux métiers du marketing dans les entreprises, les agences et les cabinets de conseil. Ce master apporte des compétences managériales permettant de s'orienter et de construire progressivement un projet professionnel.

Le master Droit, Économie, Gestion mention Marketing, Vente est composé de deux années d'études (4 semestres) totalisant 120 crédits (ECTS).

Les demandes d'accès en Master 2ème année Droit, Économie, Gestion, mention Marketing, Vente parcours-type Marketing Digital sont examinées et prononcées dans les conditions définies par la délibération de la CFVU en date du 20 mars.

Ce parcours est ouvert :

- aux stagiaires ayant validé les 60 crédits de la première année de la même mention ;
- aux stagiaires ayant validé 60 crédits au-delà d'une licence, ayant validé un diplôme d'ingénieur ou un diplôme d'école supérieure de commerce au vu de l'ensemble du dossier académique ;
- aux personnes ayant bénéficié, soit d'une validation partielle des acquis de l'expérience, soit d'une validation des études supérieures accomplies en France ou à l'étranger, soit d'une validation des études, des expériences professionnelles ou des acquis personnels dans le domaine.

Ce diplôme est ouvert au titre de la formation continue et de l'alternance à travers un contrat de professionnalisation. L'accès définitif à la formation des candidats au titre de l'alternance n'est autorisé qu'à ceux ayant signé un contrat de professionnalisation au plus tard à la date de rentrée du master.

Cette admission dépend des capacités d'accueil votées par l'université.

TITRE II - ENSEIGNEMENTS

ARTICLE 2 La deuxième année du master Droit, Économie, Gestion mention Marketing, Vente parcours-type Marketing Digital est organisée sur deux semestres. Elle est composée d'unités d'enseignement (UE) donnant droit à 60 crédits (ECTS) (cf. maquette en annexe).

ARTICLE 3 L'enseignement comprend des cours magistraux (CM) et éventuellement des travaux dirigés (TD). L'assiduité est obligatoire et est contrôlée par l'enseignant chargé des cours ou des TD.

ARTICLE 4 Au cours de l'année universitaire, chaque stagiaire sous contrat (contrat de professionnalisation ou salarié en poste) doit effectuer un mémoire professionnel portant sur une (ou des) mission(s) qui lui auront été confiées dans son organisation ou sur un thème à définir et à valider avec le responsable de l'unité d'enseignement. Ce mémoire professionnel donne lieu à la rédaction d'un rapport écrit évalué et soutenu oralement au plus tard en juillet.

Au cours de l'année universitaire, chaque stagiaire n'étant pas sous contrat doit effectuer une mission professionnelle d'une durée de six mois dans une entreprise,

une organisation internationale, une administration, une ONG, une association ou réaliser un projet de création d'entreprise.

La réalisation de la mission professionnelle ou du projet de création d'entreprise donne lieu à la rédaction d'un mémoire écrit soutenu oralement au plus tard en juillet.

Le projet de mémoire professionnel ou de mission professionnelle ou de création d'entreprise doit obtenir l'accord du responsable pédagogique du diplôme, responsable de l'unité d'enseignement.

TITRE III - MODALITÉS DE CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

ARTICLE 5 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 à la fin de chaque semestre. 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.

Toute absence à une épreuve de contrôle terminal est sanctionnée par la note 0.

Il est organisé une session de rattrapage donnant aux stagiaires la possibilité de valider les unités d'enseignement qui leur ont fait défaut sur les deux semestres. Cette session est mise en place au mois de septembre de chaque année universitaire. Les notes de contrôle continu y compris la note de l'unité d'enseignement de « projets professionnels/projet de création d'entreprise » ne peuvent pas faire l'objet de rattrapage et sont donc valables pour les deux sessions. Seules les notes de contrôle terminal inférieures à 10/20 feront l'objet d'un rattrapage.

Sont admis à se présenter en session de rattrapage les stagiaires ayant obtenu une note moyenne d'au moins 8/20 au semestre concerné en session initiale, hors l'unité d'enseignement de « projets professionnels/projet de création d'entreprise ».

Toutefois les stagiaires qui n'ont pu composer à la session initiale du fait d'un cas de force majeure pourront être autorisés à se présenter à la session de rattrapage après avis du directeur l'école de management et du responsable pédagogique du diplôme. Cet avis n'est pas susceptible de recours. Pour bénéficier de cette disposition, le stagiaire devra déposer sa demande au plus tard 10 jours après la fin des épreuves de la session initiale.

Le cas de force majeure est la réunion de trois éléments qui le rendent exceptionnel par nature : imprévisible, irrésistible et extérieur.

Des aménagements spécifiques pour les stagiaires 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.

ARTICLE 6 Les stagiaires bénéficient pour chaque semestre d'une bonification pour valoriser leur engagement dans la vie associative, sociale et sportive, et aussi citoyen, humanitaire et environnemental. Cet engagement est validé par le responsable pédagogique du diplôme. Il est plafonné à 3,33% du total des points de chaque semestre.

Les formes d'engagement pouvant être valorisées sont les suivantes :

- Responsabilités au sein du bureau d'une association au sein de l'École de Management de Toulouse (BDE, TSM Consulting) ;
- Délégué de promotion ;
- Élu au sein du conseil d'administration de l'École de Management de Toulouse ou des conseils centraux d'établissement ;
- Participation à une activité sportive dans le cadre du DAPS d'UT1 Capitole ;
- Participation à l'orchestre UT1 Capitole ;
- Responsabilités au sein d'associations à but humanitaire et non lucratif ;
- Implication dans des activités relatives à l'engagement citoyen, humanitaire, social et environnemental.

TITRE IV - VALIDATION ET ADMISSION

ARTICLE 7 Le diplôme de master Droit, Économie, Gestion mention Marketing, Vente parcours-type Marketing Digital est attribué à tout stagiaire ayant validé les 60 derniers crédits du master.

Les UE sont validées isolément ou par compensation.

Isolément : la validation d'une unité d'enseignement est définitivement acquise pour tout stagiaire ayant obtenu la moyenne (10/20) dans les épreuves de contrôle des connaissances mises en place pour l'unité d'enseignement. Tout stagiaire absent à une épreuve d'évaluation n'obtiendra pas la validation de l'unité d'enseignement.

Par compensation : une unité d'enseignement peut également être validée par compensation. La compensation est organisée sur le semestre sur la base de la moyenne générale des notes obtenues pour les diverses unités d'enseignement hors l'unité d'enseignement de « projets professionnels/projet de création d'entreprise ».

Une unité d'enseignement n'est pas compensable si la moyenne des notes obtenues aux épreuves de l'UE est inférieure à 8/20.

Tout stagiaire absent ne peut pas bénéficier du dispositif de compensation pour l'obtention du diplôme.

Un semestre est réputé acquis dès lors que la moyenne des notes obtenues dans les diverses unités d'enseignement qui le composent est supérieure ou égale à 10/20 et que la moyenne des notes obtenues aux épreuves de chaque unité est supérieure ou égale à 8/20.

L'unité d'enseignement de « projets professionnels/projet de création d'entreprise » doit être obligatoirement validée pour être admis au diplôme.

Un seul redoublement peut être autorisé, sur décision du jury, l'année suivant la première inscription. Tout stagiaire redoublant conserve le bénéfice des unités d'enseignement acquises lors de sa précédente scolarité.

Le jury du parcours-type Marketing Digital est composé des enseignants et des professionnels participant aux enseignements du diplôme. Il est présidé par le responsable pédagogique du diplôme.

L'attribution du diplôme de master Droit, Économie, Gestion mention Marketing, Vente parcours-type Marketing Digital donne droit aux mentions suivantes :

- Passable : quand la note moyenne est comprise entre 10 et 11,99
- Assez bien : quand la note moyenne est comprise entre 12 et 13,99
- Bien : quand la note moyenne est comprise entre 14 et 15,99
- Très bien : quand la note moyenne est au moins égale à 16

Fait à Toulouse, le

*La Présidente de la Commission de la Formation et de
la Vie Universitaire,*

Corinne MASCALA



PJ : annexe

Master Droit, Économie, Gestion
mention Marketing, Vente
parcours-type Marketing Digital
2ème année
 (formation continue et alternance)

année universitaire 2018/2019

Semestre 3	Enseignements	Crédits Coeff.	Volume horaire		Modalités évaluation	
			Cours	TD	Session initiale	Session de rattrapage
UE1	LE MARKETING DIGITAL	5	25	0		
	Introduction critique au marketing	1	5	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Stratégie WebMarketing	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Modèles économiques sur Internet et KPI	0,5	2	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	E-commerce et M-commerce	0,5	2	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Stratégies d'acquisition, de conversion et de fidélisation	1	8	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Introduction à la WebAnalyse	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
UE2	SEARCH ENGINE MARKETING	5	25	0		
	Les fondamentaux du Search Engine Optimization	3	13	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Les fondamentaux du Search Engine Advertising	2	12	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
UE3	LES MEDIAS SOCIAUX	5	25	0		
	Panorama des médias sociaux	1	5	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Le Social Media Optimization	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	La e-Réputation	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Le Community Management	1	8	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Seeding bloggeurs, influenceurs et eRP	0,5	2	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Le social media planning	0,5	2	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
UE4	E-PUBLICITE	5	25	0		
	Le display & les Adexchanges	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Partenariats web & sponsoring	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Jeux concours & Advergaming	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Affiliation	1	6	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Marketplaces	0,5	3	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Le tracking publicitaire	0,5	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
UE5	CONCEPTION DE SITES WEB	5	25	0		
	Introduction au développement web : HTML/CSS, PHP, JavaScript	1	6	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Création et gestion d'un blog (Wordpress)	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Introduction à l'ergonomie web et au eMerchandising	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Audit de site web, cahier des charges et appels d'offres	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Introduction à la gestion de projets web	0,5	3	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Introduction au WebDesign	0,5	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
UE6	PROJETS PROFESSIONNELS /PROJET DE CREATION D'ENTREPRISE - S3	5	0	25		
	WorkShops : ateliers de travail et projets de groupe	3	0	22	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Accompagnement individuel sur une mission professionnelle	2	0	3	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Bonification				Bonification	Bonification report
TOTAL		30	125	25		

Semestre 4	Enseignements	Crédits Coeff.	Volume horaire		Modalités évaluation	
			Cours	TD	Session initiale	Session de rattrapage
UE7	INNOVATIONS ET MARKETING SUR INTERNET	5	25	0		
	Innovation et tendances du Marketing Digital	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Comportement du consommateur sur Internet	0,5	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Analyse de marché sur le web	0,5	3	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Veille stratégique sur Internet	0,5	2	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Droit de l'ebusiness et des nouvelles technologies	0,5	2	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Open Data & big data	0,5	2	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Multicanal et CrossCanal	0,5	2	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Stratégie d'Inbound Marketing	0,5	2	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Entreprendre sur le Web : lancement start up	0,5	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
UE8	PERFECTIONNEMENT AU REFERENCEMENT	5	25	0		
	Perfectionnement au Search Engine Optimization	3	15	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Perfectionnement au Search Engine Advertising	2	10	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
UE9	MARKETING RELATONNEL SUR INTERNET	5	25	0		
	Techniques de Marketing relationnel sur Internet	1	5	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Le eCRM et le CRM multicanal	1	6	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Lead generation et qualification de fichiers	0,5	2	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	e-Mailing & programmes relationnels	1	6	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Automation Marketing & lead nurturing	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Gestion du SAV et du service client sur Internet	0,5	2	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
UE10	STRATEGIE PUBLICITAIRE & TRAFFIC MANAGEMENT	5	25	0		
	Panorama des leviers publicitaires innovants sur le web	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	WebAnalyse avancée	1	8	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Traffic management et media planning	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Rich media advertising et vidéo	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	RTB, DMP et programmation	0,5	3	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Techniques d'acquisition de trafic sur mobile	0,5	2	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
UE11	CONCEPTION WEB AVANCEE & ERGONOMIE WEB	5	25	0		
	Les CMS et plateformes pour créer des sites E-Commerce	1	6	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Optimisation du eMerchandising et gestion de catalogue e-commerce	0,5	3	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Structure et ergonomie des sites Web, UI & UX	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Techniques d'analyse et A/B testing	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Création de Wireframes et maquettes	0,5	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Gestion de projets AGILES (SCRUM...)	1	4	0	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
UE12	PROJETS PROFESSIONNELS/PROJET DE CREATION D'ENTREPRISE - S4	5	0	25		
	Digital Marketing Challenges : projet web	3	0	18	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Certifications sur outils WebMarketing (Google Adwords et Analytics)	1	0	4	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Accompagnement individuel sur une mission professionnelle	1	0	3	CC - Ecrit/oral 100%	CC report - 100%
	Bonification				Bonification	Bonification report
TOTAL		30	125	25		