

**SEMESTRES 1 ET 2 SCIENCES DU MANAGEMENT
PARCOURS MARKETING**

Modalités d'admission

L'accès à la spécialité marketing de Master 1 est fonction de la capacité d'accueil : 30 places. A titre indicatif l'effectif 2007-2008 était de 28 étudiants.

La spécialité marketing est accessible aux titulaires d'une licence de Sciences de Gestion ou une licence entrant dans le champ du Marketing et qui ont suivi au cours de cette licence un enseignement renforcé dans le domaine du marketing (soit 120 ECTS).

Au sein de l'Université de Bourgogne, ce parcours est notamment ouvert aux étudiants issus de la licence Economie - Gestion, option Marketing - Stratégie.

Pour les autres parcours, un examen de dossier et entretien individuel est prévu

Après examen des dossiers et entretien individuel selon la procédure en vigueur, des étudiants peuvent être admis en première année de Master à l'issue d'une procédure de validation d'acquis de diplômes étrangers ou une procédure de validation des acquis d'expérience pour les salariés justifiant d'une expérience professionnelle significative dans des fonctions marketing.

Les admissions sont prononcées par le Chef d'Etablissement sur proposition du Responsable de la mention Marketing du Master en fonction des places disponibles, après examen du dossier et entretien individuel.

Tableau de répartition des enseignements et contrôle des connaissances

MASTER 1 Spécialité MARKETING									
INTITULE DES MATIERES (éléments constitutifs des UE)	UE comm une	UE Spécifi -que	CM	TD	ECTS	Type Examen durée *	Coef. CT	Coef CC	Tot al coef
SEMESTRE 1									
UE 1 Gestion stratégique et financière									
Gestion et Politique financière	1		24			CT écrit – 2h et CC dossier	1.80	1.2	3
Contrôle de gestion 1	1		24			CT écrit – 2h	3		3
Stratégie 2	1		24			CT écrit – 2h	3		3
TOTAL UE 1	X		72		9				9
UE 2 - Langues et méthodes									
Anglais des affaires :TOEIC	2		12	12		CT écrit – 2h + oraux	2	1	3
Relations juridiques du travail	2		24			CT écrit – 2h	3		3
TOTAL UE 2	X		36	12	6				6
UE 3 - Analyse et stratégie marketing									
Planification et actions marketing			24			Etude de cas	4		4
Méthode d'analyse des marchés			24			CT écrit – 2h	4		4
Vente et négociation				30		Jeu d'entreprise CC		3	3
TOTAL UE 3		X	48	30	11				11
UE 4 - Professionnalisation									
Stage							2		2
Méthodologie de projet marketing				18			2		2
TOTAL UE 4		X		18	4				4
TOTAL S1			156	60	30				30

SEMESTRE 2									
UE 5 – Finance et Contrôle de Gestion									
Gestion des ressources humaines			24			CT écrit– 2h	4		4
Contrôle de Gestion 2	¹		24			CT écrit– 2h	4		4
TOTAL UE 5	X		48		8				8
UE 6– Langues et langages									
Anglais des affaires	²		12	12		CT écrit– 2h	3		3
Initiation à la recherche	²		24			Dossier	3		3
TOTAL UE 6	X		36	12	6				6
UE 7– Analyse des marchés 1									
Comportement du consommateur1			24			CT écrit– 2h	4		4
Conduite de projet marketing				18		Mémoire	4		4
TOTAL UE 7		X	24	18	7				8
UE 8– Marketing opérationnel									
Marketing international			24			CT écrit– 2h	4		4
Commerce de détail			24			Dossier	4		4
TOTAL UE 8		X	48		9				8
TOTAL S2			156	30	30				30
Validation de la première année de Master Sciences du Management Spécialité Marketing									

(* types d'examen : contrôle continu (CC) - écrit, oral / contrôle terminal (CT) - écrit, oral / épreuve pratique (EP)

¹ UE Commune aux spécialités « Finance » ; « Marketing » ; « CCA »

² UE Commune aux spécialités « Finance » et ; « Marketing »

Modalités de contrôle des connaissances

Les règles communes aux études LMD sont précisées sur le site de l'Université <http://www.u-bourgogne.fr/>

Principes généraux du Master Sciences du Management :

Le contrôle des connaissances repose sur les conditions générales suivantes (M1 et M2) :

- La moyenne générale de chaque semestre est déterminée par compensation entre UE, chaque UE étant affectée d'un coefficient. Le semestre est validé et capitalisé si l'étudiant obtient une moyenne générale supérieure ou égale à 10/20.
 - Pour toute UE composée de plusieurs matières, la moyenne de l'UE est déterminée en fonction de la note obtenue dans chaque matière affectée d'un coefficient attribué à la matière. Toute UE validée est capitalisée en crédits ECTS.
 - Chaque année de Master est validée dès lors que l'étudiant obtient une moyenne générale supérieure ou égale à 10/20. Il peut y avoir compensation entre le 1^{er} et le 2^{ème} semestre de chaque année.
 - Dans le cas où l'étudiant obtient une moyenne inférieure à 10/20 pour un semestre, et que la moyenne générale sur l'année est inférieure à 10/20, l'étudiant doit se représenter à une seconde session d'examen qui est organisée en septembre de chaque année. L'étudiant doit alors repasser les UE non validées.
 - A l'intérieur d'un semestre, l'étudiant conserve le bénéfice des UE validées qui sont capitalisées.
- L'étudiant qui n'a pas validé le premier semestre est autorisé à suivre les enseignements du second semestre, la seconde session étant organisée en septembre pour les deux semestres d'enseignement. Il en va de même pour les semestres 3 et 4.
- Le barème d'attribution des mentions par année du Master est le suivant : de 10 à 11,99/20 : Mention Passable, de 12 à 13,99/20 : Mention Assez-Bien, de 14 à 15,99/20 : Mention Bien, plus de 16/20 : Mention Très Bien

Le redoublement peut être autorisé en cas de non admission en M1 ou en M2.

Dispositions relatives au projet professionnel de M1 :

Le projet consiste en la réalisation d'une étude de marché réalisée pour une entreprise qui confie la mission. L'encadrement est assuré par l'équipe enseignante de la spécialité. Le projet fait l'objet d'un rapport écrit accompagné d'une soutenance orale devant jury composé d'enseignants et dans la mesure du possible d'un représentant de l'entreprise.

Il est vivement conseillé aux étudiants d'effectuer un stage à la fin de leur année de M1 (4 mois possibles).

Contacts

Responsables du diplôme : Blandine ANTEBLIAN

Secrétariat-scolarité : Valérie BRULEY 03.80.39.54.21 valerie.bruley@u-bourgogne.fr

Composante de rattachement : UFR SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION