

Master professionnel MARKETING ET MANAGEMENT DE LA BANQUE ET DE L'ASSURANCE

■ tableau de répartition des enseignements et des contrôles de connaissances

INTITULE DES MATIERES (éléments constitutifs des UE)	Cours spécifique / commun	Volume Horaire CM	Volume Horaire TD	Crédits européens	Type examen durée	Coef CT	Coef CC	Total coef
UE 1– Techniques Marketing								
Marketing des services	Marketing	20			CT écrit – 1h + dossier	1.5	1.5	3
Techniques d'étude du marché	Marketing	20			Dossier	3		3
Management d'équipes	x	10			Dossier	2		2
TOTAL UE1		50		8				8
UE 2– Outils et techniques								
International Financial Accounting	CGAD	20			CT écrit - 2h	3		3
Scoring	x	10			CT écrit – 2h	2		2
Anglais des affaires	x		20		CT écrit + oraux	2	1	3
TOTAL UE2		30	20	8				8

UE 3– Management de la banque et de l'assurance								
Management de la banque et de l'assurance	x	20			CT	3		3
Marketing et vente des produits financiers	Marketing	20			CT	3		3
Pilotage des groupes bancaires	CGAD	12			CT écrit 2h	2		2
TOTAL UE3		52		8				8
UE 4– Produits et services								
Produits et services bancaires	x	10			CC		2	2
Produits d'assurance	x	10			CC		2	2
Techniques de communication bancaire	x	20			CT	2		2
TOTAL UE 4		40		6				6
TOTAL S 3		172	20	30				30

SEMESTRE 4								
UE 5- Environnement banque et assurance								
Environnement économique et financier	x	10			CT	3		3
Environnement juridique et fiscalité	x	15			CT + Dossier	2	1	3
TOTAL UE 5		25		6				6

UE 6– Développement commercial et réseau								
Management de la force de vente	Marketing	10			Dossier	3		3
Marketing direct	Marketing	15			Etude de cas	3		3

Marketing et bases de données	x	10			CT écrit	3		3
<i>TOTAL UE 6</i>		35		9				9
UE 7– Professionnalisation								
Méthodologie d'analyse sectorielle et projet professionnel	x		30		Epreuve pratique			7
Cycle de conférences	x		15					
Stage de longue durée					Epreuve pratique			8
<i>TOTAL UE 7</i>			45	15				15
<i>TOTAL S 4</i>		60	45	30				30

■ Modalités de contrôle des connaissances :

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

Les dispositions relatives au contrôle des connaissances sont celles en vigueur au sein du Master Economie-Gestion Mention Sciences du Management.

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 correspondant à des crédits européens (ECTS). 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 Master Economie-Gestion Mention Sciences du Management (le diplôme doit stipuler la spécialité) est attribué aux étudiants qui ont validé les 120 crédits ECTS correspondant aux quatre semestres d'enseignement et qui ont validé le stage obligatoire de fin de parcours.

Principes Spécifiques à la mention "Marketing et management de la banque et de l'assurance" :

Pour la spécialité "Marketing et management de la banque et de l'assurance", le contrôle des connaissances repose sur les principes spécifiques suivants :

A l'issue de la deuxième année de Master, l'étudiant qui a validé des deux semestres avec une moyenne générale supérieure ou égale à 10 sur 20 se voit attribuer le Master Economie-Gestion, Mention Sciences du Management – Spécialité Marketing et management de la banque et de l'assurance. Les conditions d'attribution des mentions sont celles de la mention du Master Sciences du Management.

Dispositions relatives à chaque matière figurant dans une UE :

Chaque matière figurant dans une UE donne lieu à une évaluation dont les modalités pratiques sont définies par l'enseignant en charge du cours et figurent dans le tableau ci-dessous. Les modalités sont rappelées aux étudiants au plus tard lors de la première séance d'enseignement.

Dispositions relatives au projet professionnel de M2:

Le projet professionnel consiste en un travail mené en groupe durant le semestre 4, en collaboration avec une entreprise et qui consiste en la résolution d'une problématique de marketing, de vente, ou de management. Des recommandations opérationnelles sont particulièrement attendues. Le projet fait l'objet d'un encadrement pédagogique par l'équipe enseignante de la spécialité.

Le projet professionnel fait l'objet d'une évaluation reposant sur 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 commanditaire du projet.

Dispositions relatives au stage de M2:

Pendant la deuxième année de Master, en fin de semestre 4, les étudiants effectuent un stage d'une durée minimale de 3 mois et pouvant aller jusqu'à 6 mois. Le stage doit correspondre à une mission marketing d'étude ou opérationnelle. Chaque étudiant est suivi par un enseignant de l'équipe pédagogique de la spécialité. De la même façon, l'entreprise d'accueil désigne un tuteur qui encadre le stagiaire dans l'entreprise.

Le stage donne lieu à la rédaction d'un rapport dont la forme et le fonds sont définis par le responsable de la spécialité. Le stage fait l'objet d'une soutenance orale devant un jury composé de l'enseignant qui encadre le stagiaire et dans la mesure du possible du tuteur entreprise. A défaut d'une représentation de l'entreprise lors de la soutenance, un autre membre de l'équipe pédagogique remplace le tuteur entreprise, lequel aura adressé un avis sur le travail accompli à l'enseignant qui encadre le stage.