

## Master 2 Etudes de Marché et Décisions Marketing

Intitulé des UE et des éléments pédagogiques (EP)		Volume Horaire		Info RCC	
		CM	TD	Coef.	ECTS
<b>Semestre 3</b>					
<b>UE 1 : Enseignements fondamentaux</b>				30	30
Cours obligatoire	<i>Techniques de collecte des données</i>	36	0	6	6
Cours obligatoire	<i>Comportement du consommateur</i>	36	0	6	6
Cours obligatoire	<i>Marketing digital</i>	36	0	6	6
Cours obligatoire	<i>Techniques d'analyse des données</i>	24	0	6	6
Cours obligatoire	<i>Droit du marketing</i>	24	0	6	6
<b>Total</b>		<b>156</b>	<b>0</b>		<b>30</b>
		156			
<b>Volume horaire étudiant</b>					
<b>Semestre 4</b>					
<b>UE 1 : Enseignements fondamentaux</b>				18	18
Cours obligatoire	<i>Ethnomarketing et prospective</i>	36	0	6	6
Cours obligatoire	<i>Big Data et marketing prédictif</i>	36	0	6	6
Cours obligatoire	<i>Audit marketing</i>	24	0	3	3
Cours obligatoire	<i>Conférences professionnelles</i>	18	0	0	0
Cours obligatoire	<i>Anglais du marketing</i>	0	60	3	3
<b>UE 2 : Stage et mémoire</b>				12	12
Cours obligatoire	<i>Stage</i>	0	0	6	6
Cours obligatoire	<i>Mémoire</i>	0	0	6	6
<b>Total</b>		<b>114</b>	<b>60</b>		<b>30</b>
		174			
<b>Volume horaire étudiant</b>					
<b>Total annuel</b>		<b>270</b>	<b>60</b>		<b>60</b>
		330			