

MASTER

REGLEMENT DES ETUDES

Applicable à compter de l'année universitaire 2022/2023

DOMAINE : Droit, Economie, Gestion

DIPLOME : MASTER **NIVEAU :** M1 et M2

Mention : Marketing, vente

Parcours :

M2 Communication marketing et digitale (CMD)

M2 Ingénierie marketing des marques (IMM)

M2 Le quanti : Research and Data Intelligence for Marketing (QUANTI)

M2 Marketing digital et consommateur connecté (MDCC)

Note : Le parcours MERCURI (M1 et M2) fait l'objet d'un règlement des études spécifique.

Régime/ Modalités :

Régime : formation initiale formation continue

Modalités : présentiel enseignement à distance convention

alternance : contrat de professionnalisation apprentissage

DATE D'ARRETE D'ACCREDITATION PAR LE MINISTERE : 27/05/2021

RESPONSABLE DE LA MENTION : Marie-Claire WILHELM

RESPONSABLES DE L'ANNEE : Marie-Claire WILHELM (M1 Valence), Jessica GERARD (M1 Grenoble), Laurence CARSANA (CMD), Rita VALETTE-FLORENCE (IMM), Agnès HELME GUIZON et Christophe PINCHON (Quanti), et Soffien BATAOUI (MDCC)

GESTIONNAIRES : Marion GRAND (M1 Grenoble), Laure VERMOTE (M1 Valence, M2 CMD), Cindy CHAUSSET (M2 IMM), Julie RUFFET (Quanti), Carole CONTAMIN (MDCC)

I – Dispositions générales

Article 1 – Objectifs et compétences acquises lors de la formation

Le Master *Marketing, vente* a pour objectif de fournir aux étudiants une formation approfondie en marketing sur deux années. Il s'agit d'un master généraliste au sens où ses différents parcours ciblent, collectivement, une large palette de métiers du marketing. Chaque parcours de M2, par contre, est spécialisé sur un type spécifique de débouchés :

- Le parcours *Communication marketing et digitale*, ouvert uniquement en alternance, prend acte de la place croissante de l'Internet, des réseaux sociaux et du digital dans les métiers de la communication et renforcera très sensiblement les compétences des étudiants dans ces domaines. Les métiers ciblés sont : chargé de communication interne et/ou externe, chef de projet communication en agence, responsable marketing et communication, community manager, chargé de communication web, etc.
- Le parcours *Ingénierie marketing des marques* est le parcours le plus généraliste tout en se focalisant sur la gestion de la marque en PME ou en grand groupe (chef de produit, chef de marque, chef de secteur commercial, etc.).
- Le parcours *Le quanti : Research and Data Intelligence for Marketing* forme des spécialistes du marketing et de l'analyse des données, capables de comprendre les différents types d'études marketing, les prescrire, les soustraiter, les acheter et les mettre en œuvre. Les métiers visés sont donc classiquement chargé d'études chez l'annonceur et en sociétés d'études, plus marginalement chef de produit ou chef de marché, et de manière croissante chef de projet, data analyst, web-analyst, data et Big data manager. Le parcours propose une option Recherche en marketing afin de former les étudiants à une réflexion approfondie sur la nature du marketing et ses pratiques et de permettre à ceux qui le souhaitent une poursuite d'études en doctorat.

- Le parcours *Marketing digital et consommateur connecté*, ouvert uniquement en alternance, vise à développer les compétences des étudiants en conception de stratégies de marketing digital et d'e-commerce dans les entreprises et à former les futurs managers des activités de « e-business » (Stratégie web marketing, E et/ou M-commerce ; E-CRM & e-reputation ; Search Engine Marketing) et cible plus spécifiquement les métiers de Chargé d'opérations e-marketing, Chargé de l'affiliation et des partenariats, Chef de projet web/e-commerce, Analyste Marketing Web, Traffic manager, Responsable e-CRM fidélisation, Responsable e-business/e-marketing/e-commerce, Digital manager, etc.

II – Organisation des enseignements

Article 2 – Organisation générale des enseignements

La formation est organisée en 4 semestres (2 semestres par an, 30 crédits par semestre), divisés en 16 unités d'enseignements (U.E.) obligatoires ou à choix (obligatoires ou facultatifs).

Les parcours *Communication marketing et digitale* et *Marketing digital et consommateurs connectés* sont proposés en alternance et en formation continue uniquement.

Volume horaire de la formation par année :

M1 : 405h

M2 : 427h pour CMD et MDCC, 380h pour IMM, 420h pour Le Quanti.

Article 3 – Composition des enseignements

Se reporter au tableau des **Modalités de Contrôle des Connaissances et des compétences** de la formation (Tableau des MCCC)

Commentaires sur certains éléments du Tableau des MCCC :

Langues vivantes étrangères :

Langue enseignée : Anglais

Volume horaire : **M1 :** CM : TD : 42h

M2 : CM : TD : 21h MDCC

En M2, seul le parcours Marketing digital et consommateur connecté propose un enseignement d'anglais pour un volume de 21h au semestre 10. Dans les autres parcours de M2, de nombreux enseignements disciplinaires sont proposés en anglais. Le parcours Le Quanti est intégralement dispensé en anglais.

■ obligatoire : S7 21h S8 21h S9 0h S10 21h (MDCC)

□ facultative : S7_ S8_ S9_ S10_

Stage :

Tout stage fait l'objet d'une convention. En fonction de la durée, du lieu de stage, il donne éventuellement lieu à gratification par application des dispositions légales et réglementaires en vigueur. Les stages, sauf dérogation du responsable de formation, doivent se dérouler en dehors des enseignements (CM, TD, TP).

Des stages non crédités peuvent, sous condition d'un suivi pédagogique, être envisagés dans le cadre de la formation en plus des stages prévus au programme, sous réserve qu'ils fassent l'objet d'une restitution et d'une évaluation.

Sous réserve de l'accord pédagogique du responsable de formation, l'étudiant pourra accomplir des stages d'exploration professionnelle, notamment dans le cadre d'un projet de réorientation.

Il est possible de valider une expérience au titre d'un stage via un contrat pédagogique : service civique et expérience professionnelle.

En aucun cas, un stage ne devra se poursuivre après le 30 septembre de l'année universitaire en cours.

Pour les salariés en formation continue ou par dérogation accordée par le responsable de programme au vu d'une situation exceptionnelle (étudiants handicapés ou sportifs de haut niveau par exemple), le stage peut être aménagé ou remplacé par un projet.

En M1

■ obligatoire (nécessaire à l'obtention du diplôme)

- optionnel crédité d'ECTS (nécessaire à l'obtention du diplôme lorsqu'il est choisi)
- optionnel non-crédité d'ECTS (non pris en compte pour l'obtention du diplôme lorsqu'il est choisi)

Durée : 12 semaines minimum

Le stage dans un même établissement d'accueil ne pourra pas excéder 924 h (équival. 6 mois à temps plein) par année universitaire en dehors des heures de cours.

Période :

En M1, le stage a lieu obligatoirement à la fin des cours du semestre 8, soit de mi-avril à fin août.

Modalité :

Le stage de M1 doit obligatoirement être réalisé à l'étranger dès lors que l'étudiant n'a pas, au cours de son cursus antérieur, validé une expérience significative à l'étranger, soit sous forme d'une période d'études dans une université étrangère (au minimum un semestre), soit sous forme d'une expérience professionnelle significative (stage, emploi, etc.). L'appréciation de l'expérience significative est déterminée par le responsable de la formation.

En M2, parcours *Communication marketing et digitale* et parcours *Marketing digital et consommateur connecté*

- Période en alternance en entreprise (nécessaire à l'obtention du diplôme)

Durée : 12 mois maximum

Période :

Le contrat doit débiter au plus tard trois mois après le début de la formation et se terminer au plus tôt le dernier jour des cours du semestre 10. A raison de trois semaines en entreprises par mois au cours de la formation (et selon calendrier communiqué en début d'année).

Modalité :

Contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation ou contrat de travail sous la double responsabilité d'un tuteur universitaire et d'un tuteur en entreprise (maître d'apprentissage). Il fait l'objet d'un mémoire évalué.

En M2, parcours *Ingénierie marketing des marques*

- obligatoire (nécessaire à l'obtention du diplôme)
- optionnel crédité d'ECTS (nécessaire à l'obtention du diplôme lorsqu'il est choisi)
- optionnel non-crédité d'ECTS (non pris en compte pour l'obtention du diplôme lorsqu'il est choisi)

Durée : 16 semaines minimum

Période :

Le stage a lieu obligatoirement à la fin des cours du semestre 10, soit d'avril à septembre.

Modalité :

Le stage est effectué sous la double responsabilité d'un cadre de l'entreprise et d'un enseignant du programme (ou d'un professionnel agréé par le responsable de spécialité) ; il fait l'objet d'un mémoire évalué.

En M2, parcours *Le quanti : Research and Data Intelligence for Marketing*

- obligatoire (nécessaire à l'obtention du diplôme)
- optionnel crédité d'ECTS (nécessaire à l'obtention du diplôme lorsqu'il est choisi)
- optionnel non-crédité d'ECTS (non pris en compte pour l'obtention du diplôme lorsqu'il est choisi)

Durée : 16 semaines minimum

Période :

Le stage a lieu obligatoirement à la fin des cours du semestre 10, soit d'avril à septembre.

Modalité :

Le stage est effectué sous la double responsabilité d'un cadre de l'entreprise et d'un enseignant du programme (ou d'un professionnel agréé par le responsable de spécialité) ; il fait l'objet d'un mémoire évalué. Les étudiants optant pour le parcours recherche du semestre 10 sont dispensés de stage pour travailler sur leur mémoire de recherche. Ils peuvent néanmoins réaliser un stage non crédité.

Mémoire/ Rapport de stage/ Projets tuteurés :

- Mémoire :

Dans les parcours Ingénierie marketing des marques et Le Quanti : Research and Data Intelligence for Marketing, le stage fait l'objet d'une seule notation intégrant à la fois la note de mémoire (60%) et la soutenance (40%). Pour les étudiants optant pour le sous-parcours recherche du Quanti, le mémoire et la soutenance font l'objet de deux évaluations séparées (Thesis et Defense).

Dans les parcours en alternance (Communication marketing et digitale, Marketing digital et consommateur connecté), l'appréciation de la mission en entreprise fait l'objet d'une note séparée (« Mission en entreprise »). Le mémoire fait l'objet d'une évaluation indépendante (« Mémoire »).

Date limite de dépôt : au moins 15 jours avant la soutenance dont la date sera fixée par le responsable pédagogique, en coordination avec le porteur du master.

- Rapport de stage :

En M1 en formation initiale (hors parcours MERCURI), le stage donne lieu à la rédaction d'un rapport de stage qui donne lieu à une note globale intégrant le mémoire (80%) et l'appréciation de l'entreprise (20%).

- Projets tuteurés :

Date de dépôt des mémoires : déterminée par le responsable de l'enseignement concerné et au moins 15 jours avant la date de la soutenance lorsque celle-ci est prévue.

III – Contrôle des aptitudes et des connaissances

Article 4 – Modes de contrôles

4.1 – Les modalités de contrôle

Se reporter au tableau des **Modalités de Contrôle des Connaissances et des compétences** de la formation (Tableau des MCCC).

4.2 – Assiduité aux enseignements

Aux cours :
Aux TD :

La présence est obligatoire aux cours, TD, TP et conférences de professionnels. Au-delà de deux absences non justifiées, l'étudiant pourra se voir attribuer la note de 0/20 au contrôle continu de l'enseignement concerné.

Dispense
d'assiduité :

Par dérogation, l'étudiant peut être dispensé du suivi de certains enseignements. Dans ce cas, un contrat pédagogique est signé entre le directeur des études, le responsable pédagogique et l'étudiant en début d'année.

Article 5 – Validation, compensation, valorisation, capitalisation

5.1 – Règles générales d’obtention des UE, semestre, année

Année	M1 et M2 : moyenne de chaque semestre $\geq 10/20$.
Semestre	<p>Un semestre peut être acquis :</p> <ul style="list-style-type: none"> - soit par validation de chacune des UE qui le composent (note $\geq 10/20$), - soit par compensation semestrielle entre ces UE (moyenne générale au semestre $\geq 10/20$). <p>Pas de note < 7 pour les UE qui ont une note seuil (cf. paragraphe « note seuil » ci-dessous).</p>
Renonciation à la compensation	Néant
Notes seuil	<p>Une note seuil de 7/20 est appliquée à l’ensemble des matières en M1 et en M2 à l’exception des matières ou UE non compensables (Cf. ci-après « UE non compensables »).</p> <p>Lorsque la moyenne d’une matière est inférieure à cette note, la matière ne peut être compensée.</p>
UE non compensables	<p>En M1, les UE1, UE2, UE5 et la matière « Stage et mémoire » de l’UE6 ne peuvent être compensées.</p> <p>Dans les parcours de M2 en alternance (Communication marketing et digitale, Marketing digital et consommateur connecté), les matières « Mission en entreprise » et « Mémoire » ne peuvent être compensées.</p> <p>Dans le parcours de M2 Ingénierie marketing et des marques, l’UE 6 « Professionnalisation » et la matière « Mémoire et soutenance » ne peuvent être compensées.</p> <p>Dans le parcours de M2 Le Quanti : Research and Data Intelligence for Marketing, l’UE7 ne peut être compensée, quel que soit le parcours choisi.</p>

5.2 – Validation du niveau d’anglais

Grenoble IAE organise des sessions de participation aux tests ou examens d’anglais issus d’organismes extérieurs (TOEIC, TOEFL, Linguaskill ou équivalent) en vue d’obtenir un niveau B2 pour les étudiants en formation initiale et en alternance. La validation de ce niveau est effectuée par le jury de diplôme. Pour les étudiants en situation de handicap, sur proposition des enseignants de langues, il est possible d’envisager des modalités d’évaluation du niveau de langue adaptées aux types de handicap.

En cas de non validation du niveau de langue avant la fin des deux années de master, l’étudiant.e dispose de deux années pour présenter une attestation du niveau exigé en langue anglaise. Elle.il sera alors diplômé.e dans l’année universitaire de justification de son niveau B2, à condition d’avoir procédé à son inscription administrative avant le 1^{er} juin de l’année universitaire. Au cours de cette période, l’étudiant.e doit s’inscrire en aménagement de scolarité.

5.3 – Valorisation

Se référer au règlement-cadre des études et des examens du cycle master.

Bonification	Néant
--------------	-------

5.4 – Capitalisation

Une UE définitivement acquise ne peut pas être repassée. En conséquence, les UE et les crédits ECTS correspondants sont définitivement acquis et capitalisables dès lors que l’étudiant y a obtenu la moyenne. Les éléments constitutifs (EC) crédités d’ECTS sont capitalisables.

Les matières sans crédits ne sont pas capitalisables.

IV- Examens

Article 6 – Modalités d'examen

Gestions des absences

Absence aux Contrôles Continus (CC)	Les étudiants en absence justifiée (ABJ) se voient affecter un zéro à l'épreuve de CC, sauf s'il est possible de leur proposer une épreuve de seconde chance au sein de la même session. Les étudiants en absence injustifiée (ABI) sont considérés comme défaillants à l'épreuve de Contrôle Continu (CC) concernée.
Absence aux Examens Terminaux (ET)	Les étudiants en absence justifiée (ABJ) lors de la 1 ^{ère} session se voient attribuer la note zéro à l'examen terminal concerné. Les étudiants en absence justifiée (ABJ) lors de la session de seconde chance, pourront, sous réserve d'accord du responsable d'année et de faisabilité , se voir proposer une nouvelle épreuve de nature et de durée équivalentes. En cas d'impossibilité, ils auront un zéro à l'ET concerné. Les étudiants en absence injustifiée (ABI) sont considérés comme défaillants à l'examen terminal concerné.

Article 7 – Organisation de la session de seconde chance

Intervalle entre les 2 sessions	La session de seconde chance est organisée, dans la mesure du possible, au minimum quinze jours après la publication des résultats de la session initiale.
Report de note de la session 1 en session de seconde chance	<p>En cas d'échec à un semestre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les UE dont la note est supérieure ou égale à 10 sont définitivement acquises. Aucune matière ou élément constitutif de cette UE ne peut être repassé. - Les UE non compensables dont la note est inférieure à 10/20 sont obligatoirement repassées. - Les UE compensables avec un seuil à 7, dont la note est inférieure à 7/20, sont obligatoirement repassées. Les étudiants peuvent choisir de repasser ou non celles dont la note est comprise entre 7/20 et 10/20. - Pour les UE compensables sans seuil, dont la note est inférieure à 10/20, les étudiants sont libres de choisir celles qu'ils souhaitent repasser. <p>Si l'UE est composée d'Eléments Constitutifs (EC) ou de matières :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les notes des EC, s'ils sont acquis, sont automatiquement conservées pour la session de seconde chance, - les notes des matières peuvent être conservées, selon l'appréciation du responsable de mention. <p>Quelle que soit la note de session de seconde chance, elle remplace la note de session 1.</p>

Article 8 – Jury

Le jury est souverain et peut, par une délibération spéciale, attribuer ou non des « points-jury » pour permettre à l'étudiant d'obtenir la moyenne.

L'étudiant qui constate une erreur dans la retranscription de ses résultats doit le signaler dans les meilleurs délais.

Il est préconisé que les jurys de M1 se réunissent au plus tard mi-juillet de l'année universitaire en cours pour les 2 sessions. Si cette préconisation ne peut pas être suivie pour des raisons pédagogiques, ces jurys doivent obligatoirement se réunir au plus tard mi-juillet pour la 1^{ère} session et au plus tard le 10 septembre pour la session de seconde chance.

Les jurys de session de seconde chance de M2 (ou session unique le cas échéant) devront se réunir au plus tard le 30 septembre de l'année universitaire en cours.

Article 9 – Communication des résultats

Les résultats sont affichés sur le lieu de formation et/ou sur l'Environnement Numérique de Travail (ENT) des étudiants.

V- Résultats

Article 10 – Redoublement

Se référer au règlement-cadre des études et des examens du cycle master.

Article 11 – Admission au diplôme

11.1 – Diplôme intermédiaire de Maîtrise

La maîtrise est obtenue par validation de chacun des 2 semestres du M1.

11.2 – Diplôme de Master

Le master est obtenu lorsque l'étudiant a validé indépendamment le M1 et le M2.
La note de Master est déterminée par la moyenne des notes des semestres 9 et 10.

11.3 – Règles d'attribution des mentions

La mention est calculée sur la base de la moyenne générale au diplôme, qu'il soit obtenu en session 1 ou en session de seconde chance.

Moyenne ≥ 10 et < 12 : Passable
Moyenne ≥ 12 et < 14 : Assez Bien
Moyenne ≥ 14 et < 16 : Bien
Moyenne ≥ 16 : Très Bien

11.4 – Délivrance du Supplément au diplôme

Le supplément au diplôme est délivré sur demande de l'étudiant.

VI- Dispositions diverses

Article 12 – Déplacements

Les étudiants pourront dans le cadre de leur scolarité être amenés à effectuer certains déplacements pour participer à des activités à l'extérieur des locaux de l'université.

Article 13 – Etudes dans une université étrangère

En dehors des périodes de césure, tout ou partie de la formation peut être effectuée dans une université étrangère partenaire sous réserve de l'accord du responsable pédagogique. Dans ce cas, un contrat pédagogique est établi en début d'année entre l'étudiant, le responsable pédagogique et le Directeur des études.

Article 14 – Dispositions pour les publics à besoins spécifiques

Se référer au règlement-cadre des études et des examens du cycle master.

Article 15 – Discipline générale

Se référer au règlement-cadre des études et des examens du cycle master.

Article 16 – Dispositions spécifiques à la formation

Néant

Article 17 – Mesures transitoires

Néant