MASTER 2
MARKETING VENTE
Parcours Responsable marketing et Business developer
Semestre 1 & 2
Responsable pédagogique : Isabelle DABADIE

BRETAGNE SUD
École Universitaire de Management

CREDITS ECTS	COEFF UE	Type UE (théorique ou	Intitulé UE	Matières	Nombre d'heures	
					CM	TD
6	1	Théorique	**UE 1 : Gestion de la force de vente**	Organisation de la fonction commerciale	21,00	
				Animation des équipes de vente	21,00	
6	1	Théorique	**UE 2 : Stratégie de distribution**	Category management	14,00	
				Trade marketing	14,00	
6	1	Théorique	**UE 3 : Relation Clients**	Gestion de la Relation Client	28,00	
				Comportement du consommateur	21,00	
6	1	Théorique	**UE 4 : Etudes Marketing**	Analyse des données	21,00	
				Méthodologies qualitatives	17,50	
6	1	Théorique	**UE 5 : Communication Digitale**	Média sociaux et e-réputation	14,00	
				Numérique Responsable et IA	14,00	
				Stratégie Paid Media	14,00	
6	1	Théorique	**UE 6 : Système d'information marketing**	Data Management et CRM	28,00	
6	1	Théorique	**UE 7 : Responsabilité et Droit du Marketing**	Droit du marketing et de la concurrence	17,50	
				RSE et marketing	21,00	
6	1	Théorique	**UE 8 : Décisions marketing**	Géomarketing	21,00	
				Serious game Circular Markstart	24,50	
2	1	Théorique	**UE 7 : Langue étrangère**	Anglais		21,00
10	1	Pratique	**UE 9 : Mémoire profesionnel**	Introduction à la recherche en marketing (Préparation réalisation mémoire professionnel / Alternance)	21,00	
60,00	*10,00*					

= UE spécifiques au parcours

Volume horaire du semestre : (heures présentiel étudiant)	332,50	21,00
Total présentiel étudiant :	**353,50**	
Examens	63,00	
Travail en autonomie en présentiel et en distanciel	38,50	
Volume horaire de l'année de M2 : (heures présentiel étudiant)	**455,00**	
Volume horaire sur ensemble du master : (heures présentiel étudiant)	**910,00**	

MASTER 2
MARKETING VENTE
Parcours Marketing Digital
Semestre 1 & 2
Responsable pédagogique : Isabelle DABADIE

BRETAGNE SUD
École Universitaire de Management

CREDITS ECTS	COEFF UE	Type UE (théorique ou...	Intitulé UE	Code matière (Apogée)	Matières	Nombre d'heures	
						CM	TD
6	1	Théorique	**UE 1 : Prospection et expérience digitales**		Content mangement et Inbound marketing	17,50	
					UX Design et Content management	17,50	
6	1	Théorique	**UE 2 : Digital et Relation client**		Omnicanal et stratégie phygitale	14,00	
					Conduite d'un projet digital	21,00	
6	1	Théorique	**UE 3 : Relation Clients**		Gestion de la Relation Client	28,00	
					Comportement du consommateur Avancé	21,00	
6	1	Théorique	**UE 4 : Etudes Marketing**		Analyse des données	21,00	
					Méthodologies qualitatives	17,50	
6	1	Théorique	**UE 5 : Communication Digitale**		Média sociaux et e-réputation	14,00	
					Numérique Responsable et IA	14,00	
					Stratégie Paid Media	14,00	
6	1	Théorique	**UE 6 : Système d'information marketing**		Data Management et reporting	28,00	
6	1	Théorique	**UE 7 : Responsabilité et Droit du Marketing**		Droit du marketing et de la concurrence	17,50	
					RSE et marketing	21,00	
6	1	Théorique	**UE 8 : Décisions marketing**		Géomarketing	21,00	
					Serious game Circular Markstart	24,50	
2	1	Théorique	**UE 7 : Langue étrangère**		Anglais		21,00
10	1	Pratique	**UE 9 : Mémoire profesionnel**		Introduction à la recherche en marketing (Préparation réalisation mémoire professionnel / Alternance)	21,00	
60,00	*10,00*						

= UE spécifiques au parcours

Volume horaire du semestre : (heures présentiel étudiant)	332,50	21,00
Total présentiel étudiant :	**353,50**	
Examens	63,00	
Travail en autonomie en présentiel et en distanciel	38,50	
Volume horaire de l'année de M2 : 13 semaines x 35 h (heures présentiel étudiant)	**455,00**	
Volume horaire sur ensemble du master : (heures présentiel étudiant)	**910,00**	