RESULTAT DU VOTE
Nombre de votants : 24
Voix favorables : 23
Voix défavorables : 1
Abstentions : 0

CONSEIL DES ÉTUDES ET DE LA VIE ÉTUDIANTE
Séance du 13 mai 2025

DÉLIBÉRATION
N° CEVE-2025-20-TSM-M-009

relative au régime des études et contrôle des connaissances et compétences du Master domaine Droit, Économie, Gestion mention Marketing, vente parcours-type International Marketing of Innovation

- Vu le code de l'éducation,
- Vu le décret n°2022-1536 du 8 décembre 2022 portant création de l'Université Toulouse Capitole,
- Vu les statuts de l'Université Toulouse Capitole, notamment l'article 14.III,
- Vu la charte des examens en vigueur,
- Vu la délibération n°CEVE-2025-13-DEVE-001 du CEVE en date du 25 mars 2025 relative au régime commun des études et aux modalités générales du contrôle des connaissances et des compétences des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux et des diplômes d'université,
- Vu la délibération n°CEVE-2024-18 du CEVE relative aux conditions de réalisation des stages intégrés au cursus en date du 25 juin 2024,
- Vu l'avis du Comité exécutif de l'Ecole de Management de Toulouse en date du 10 avril 2025.

Le Conseil des Études et de la Vie Étudiante, après en avoir délibéré, adopte le régime des études et les règles de contrôle des connaissances et compétences du Master domaine Droit, Économie, Gestion mention Marketing, vente parcours-type International Marketing of Innovation pour lequel l'Université Toulouse Capitole a reçu l'accréditation de l'État :

TITRE I - DISPOSITIONS GENERALES

ARTICLE 1 Objectif de la formation

Le master Droit, Économie, Gestion, mention Marketing, Vente, parcours-type International Marketing of Innovation, est un diplôme qui vise à former des professionnels du marketing et des chercheurs dans la discipline. Il prépare plus particulièrement aux métiers du marketing, du marketing de l'innovation, du marketing digital, du e-CRM et du management des(e-) services.
Ce master apporte aux étudiants des compétences managériales et leur permet de s'orienter et de construire progressivement un projet professionnel.
La formation est enseignée entièrement en langue anglaise.

ARTICLE 2 Organisation de la formation

La formation est accessible aux personnes relevant de la formation initiale. Elle comprend des cours magistraux (CM) et des travaux dirigés (TD).
La formation est organisée sur quatre semestres totalisant 120 ECTS. Le semestre 1 (de septembre à mars) se déroule à l'École de Management de Toulouse (TSM). Les semestres 2 et 3 (mars-avril à février N+1) se déroulent au sein des universités partenaires. Le semestre 4 (janvier-février à septembre) est consacré à la réalisation du stage et du mémoire de fin d'études.

La formation propose les options suivantes :

- Option 1 - Master of Business Administration (MBAF) in Hong-Kong (Hong Kong Metropolitan University)
- Option 2 - Master of Business Administration (MBA) in Thailand (Assumption University Bangkok)
- Option 3 - M.Sc. Technology Economy and Management in China (Tongji University Shanghai)
- Option 4 - M.Sc. Digital Customer Experience & Service Design in Germany (Katholische Universität Ingolstadt).

Chaque semestre est organisé en unités d'enseignement (UE). Le syllabus de chaque UE reprend les informations nécessaires pour comprendre l'objectif, l'organisation pédagogique et les modalités d'évaluation de chaque enseignement.
La maquette pédagogique de la formation est annexée à ce document.

ARTICLE 3 Stage et Professionnalisation

Au cours du semestre 4, à partir de janvier, chaque étudiant doit effectuer un stage d'une durée de 6 mois dans une entreprise, une organisation internationale, une administration, une ONG ou une association et réaliser un mémoire de fin d'études. Le projet de stage et le choix du sujet de mémoire sont soumis à l'accord du responsable de la formation.
L'étudiant peut réaliser une autre expérience professionnelle que le stage. Cette expérience devra faire l'objet d'une convention pédagogique validée par le responsable de la formation.
Les expériences professionnelles pouvant se substituer au stage sont les suivantes : CDD/CDI, service civique, VIE (Volontariat International en Entreprise) / VIA (Volontariat International en Administration / VTE (Volontariat territorial en Entreprise), projet de création d'entreprise.

TITRE II - CONTROLE DES CONNAISSANCES ET COMPETENCES

ARTICLE 4 Charte des examens

Tout étudiant a la responsabilité de prendre connaissance et de respecter la charte des examens en vigueur dans l'établissement.
Des aménagements spécifiques, pour les étudiants présentant un handicap (temporaire ou permanent) et compatibles avec la nature des épreuves pourront être mis en place sur indication du service de médecine préventive d'UT Capitole.

ARTICLE 5 Session initiale

Les unités d'enseignement font l'objet d'une évaluation sous la forme d'un contrôle continu et/ou d'un contrôle terminal.
La note attribuée dans le cadre du contrôle continu et/ou du contrôle terminal d'une unité d'enseignement résulte d'une ou plusieurs épreuves pouvant être réalisées sous forme d'écrits, d'oraux, de projets ou de travaux de groupe.

ARTICLE 6 Validation et compensation

Toulouse School of Management (TSM) :
A TSM, **l**es unités d'enseignement peuvent être validées isolément ou par compensation.
Isolément :
Une unité d'enseignement est définitivement acquise et capitalisable dès lors que l'étudiant a obtenu une moyenne supérieure ou égale à 10/20 à cette unité d'enseignement.
Par compensation :
Une unité d'enseignement peut être acquise par compensation dès lors que l'étudiant a obtenu une moyenne supérieure ou égale à 10/20 des notes obtenues sur le semestre hors la note de « Company Internship » et « Mémoire de fin d'études/Master thesis ».
Une unité d'enseignement n'est pas compensable si la moyenne des notes obtenues aux épreuves de l'unité d'enseignement est inférieure à 8/20.

Les semestres sont validés isolément sans compensation.

Un semestre est réputé acquis dès lors que la moyenne des notes obtenues dans les diverses unités d'enseignement qui le composent est supérieure ou égale à 10/20 et que la moyenne des notes de chaque unité d'enseignement est supérieure ou égale à 8/20.
Le mémoire de fin d'études écrit sera évalué en septembre et donnera lieu à une soutenance. Les unités d'enseignement « Company Internship » et « Mémoire de fin d'études/Master thesis », doivent être obligatoirement validées isolément pour être admis au diplôme (10/20).

Hong Kong Metropolitan University (HKMU) :
À HKMU les UE/matières suivies sont validées isolément. La validation d'une unité d'enseignement est définitivement acquise pour tout étudiant ayant obtenu la note supérieure ou égale à « 50-57, ECTS C » dans les épreuves mises en place pour l'unité d'enseignement. Tout étudiant absent à une épreuve d'évaluation n'obtiendra pas la validation de l'unité d'enseignement. Les semestres sont validés isolément sans compensation.
Un semestre est réputé acquis dès lors que la moyenne des notes obtenues dans les diverses unités d'enseignement qui le composent est supérieure ou égale à « 50-57, ECTS C ».

Assumption University Thailand (AUT) :
À AUT les UE/matières suivies sont validées isolément. La validation d'une unité d'enseignement est définitivement acquise pour tout étudiant ayant obtenu la note supérieure ou égale à « B » dans les épreuves mises en place pour l'unité d'enseignement. Tout étudiant absent à une épreuve d'évaluation n'obtiendra pas la validation de l'unité d'enseignement. Les semestres sont validés isolément sans compensation.
Un semestre est réputé acquis dès lors que la moyenne des notes obtenues dans les diverses unités d'enseignement qui le composent est supérieure ou égale à « B ».

Tongji University Shanghai (TUS) :
À TUS les UE/matières suivies sont validées isolément. La validation d'une unité d'enseignement est définitivement acquise pour tout étudiant ayant obtenu la note supérieure ou égale à « E » (Sufficient « 66-69 ») dans les épreuves mises en place pour l'unité d'enseignement. Tout étudiant absent à une épreuve d'évaluation n'obtiendra pas la validation de l'unité d'enseignement. Les semestres sont validés isolément sans compensation.
Un semestre est réputé acquis dès lors que la moyenne des notes obtenues dans les diverses unités d'enseignement qui le composent est supérieure ou égale à « E », Sufficient, 66-69 ».

Universität Ingolstadt (KUI) :
A KUI les UE/matières suivies sont validées isolément. La validation d'une unité d'enseignement est définitivement acquise pour tout étudiant ayant obtenu la note supérieure ou égale à « 4 » (soit 10/20 dans le système français) dans les épreuves mises en place pour l'unité d'enseignement. Tout étudiant absent à une épreuve d'évaluation n'obtiendra pas la validation de l'unité d'enseignement. Les semestres sont validés isolément sans compensation.
Un semestre est réputé acquis dès lors que la moyenne des notes obtenues dans les diverses unités d'enseignement qui le composent est supérieure ou égale à 10/20.

ARTICLE 7 Seconde session

Il est organisé une seconde session donnant aux étudiants la possibilité de valider les unités d'enseignement qui leur ont fait défaut sur les quatre semestres.
La note obtenue lors de la seconde session annule et remplace la note de session initiale au niveau de l'unité d'enseignement.
La note obtenue en session initiale dans les unités d'enseignement évaluées uniquement en contrôle continu est reportée.
En seconde session, la durée et la forme des épreuves pourront être différentes de celles de la session initiale, elles pourront faire l'objet soit d'un écrit, soit d'un oral en distanciel ou en présentiel.

ARTICLE 8 Absence aux épreuves

Toute absence à une épreuve de contrôle continu ou de contrôle terminal est sanctionnée par la note de ABI (absence injustifiée) ou ABJ (absence justifiée) équivalant 0/20 en session initiale et en seconde session.

Dans le cadre du contrôle continu, l'un des aménagements ci-dessous sera mis en place, uniquement si l'absence est justifiée auprès des services de scolarité :

- une épreuve de remplacement sera organisée si l'enseignement est évalué uniquement en contrôle continu
- la note finale de l'enseignement sera constituée par la note de contrôle terminal si l'enseignement est évalué en contrôle continu et en contrôle terminal

Le motif de l'absence sera laissé à l'appréciation du responsable de la formation.

Dans le cadre du contrôle terminal, si l'étudiant n'a pas pu se présenter à tout ou partie des épreuves, il est autorisé à se présenter aux épreuves de seconde session sous réserve de présentation d'un justificatif dans les 10 jours calendaires suivants les épreuves de contrôles terminaux.

ARTICLE 9 Bonifications

La liste des activités donnant droit à bonification semestrielle et les modalités de leur valorisation font l'objet d'une délibération distincte.
La bonification est valable uniquement au titre de l'année universitaire en cours.

TITRE III – VALIDATION ET DIPLOMATION

ARTICLE 10 Jury d'examen

Le jury d'examen délibère souverainement à partir de l'ensemble des résultats obtenus par les étudiants, sur la base notamment des notes proposées par les examinateurs.
Le jury d'examen est composé d'enseignants et/ou de professionnels ayant contribué aux enseignements ou choisis, en raison de leurs compétences. Il est présidé par le responsable de la formation.

ARTICLE 11 Redoublement

Le Président autorise le redoublement sur avis du jury d'examen.
Un seul redoublement peut être autorisé l'année suivant la première inscription. Tout étudiant redoublant conserve le bénéfice des unités d'enseignement acquises lors de sa précédente scolarité et doit repasser l'ensemble des épreuves de contrôle continu et de contrôle terminal des unités d'enseignement non validées.

ARTICLE 12 Mentions

L'acquisition du semestre ou des 120 ECTS de la formation, donne droit à l'une des mentions suivantes :

- PASSABLE à partir de 10/20
- ASSEZ BIEN à partir de 12/20
- BIEN à partir de 14/20
- TRES BIEN à partir de 16/20

Cette mention peut être obtenue grâce à la prise en compte des points de bonification.

Fait à Toulouse le 13 mai 2025
Le Président du Conseil des Études et de la Vie Étudiante

Hugues KENFACK

PJ : annexes

Annexe 1- Maquette des enseignements
Master mention Marketing, vente parcours-type International Marketing of Innovation
(sur 4 semestres)

Programme suivi par les étudiants ayant choisi l'option 1 - Hong Kong Metropolitan University (HKMU)

Semestre 1	Enseignements suivis à Toulouse School of Management Université Toulouse Capitole	Crédits Coeff.	Volume horaire			Modalités évaluation	
			CM	TD	APS*	Session initiale	Seconde session
UE01	**International Strategic Marketing, Market Analyses & Planning**	8	45	15			
	Digital Marketing - Analytics	3	12	10		CC - 100 %	Report CC - 100%
	Business Experiments & A/B Testing	3	18	0		CC - 100 %	Report CC - 100%
	Technology Innovation Strategy	2	15	5		CC - 100 %	Report CC - 100%
UE02	**Digital Marketing & Consumer Behavior in the Digital World**	8	40	12		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE03	**Innovation Management (a. Customer Engagement, b. Technology Acceptance)**	8	45	12			
	Customer engagement	4	20	2		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Innovation and Technology Acceptance Modeling	4	25	10		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE04	**CRM & Sustainable Marketing**	8	39	24			
	Customer Relationship and Engagement Management in the Digital Age	4	24	12		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Sustainable Marketing	4	15	12		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE05	**Business Research Methodology**	6	30	15			
	Research in Management Science	0	10	0		*non évalué*	*non évalué*
	Methodology in Management Science	6	20	15		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE06	**Missions/International Study Tour** ***(Company project)*** *Encadrement de projet (APS)*	8	10	0	Forfait maximal 1,5h/étudiant	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE07	**Language /Comparison Asian/European Culture**	6	6	36			
	Language	3	0	30		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Comparison Asian/European Culture	3	6	6		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE08	**Career development**	2	0	9		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 1		54	215	123			

Semestres 2 & 3	Enseignements suivis à Hong Kong Metropolitan University (HKMU)	Crédits Coeff.	Volume horaire			Modalités évaluation	
			CM	TD	APS*	Session initiale	Seconde session
UE09	MGT B815: Strategic Management (10 credits) OR MGT B820F: Strategy (10 credits)	9	63	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE10	BUS B860F Applied Business Project (1 year) (20 credits)	0	0	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE11	BUS B088F Global Immersion Programme (Postgraduate Programme) (a. Asian Business Culture, b. Professional Development Workshops)	6	42	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE12	IB B890F International Management Strategy (10 credits)	9	63	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE13	IB B891F International Marketing Strategy (10 credits)	9	63	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE14	IB B893F Strategic Issues for Management in the Asia Pacific Region (10 credits)	9	63	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestres 2 &3		42	294	0			

Semestre 4	Enseignements	Crédits Coeff.	Volume horaire			Modalités évaluation	
			CM	TD	APS*	Session initiale	Seconde session
UE15	Company Internship *Encadrement de stage (APS)*	12			Forfait maximal 1h/étudiant	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE16	Master thesis *Encadrement de mémoire de recherche (APS)*	12			Forfait maximal 6h/étudiant	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 4		24	0	0			
	TOTAL semestres 1,2,3 et 4	120	509	123			

**APS : Activités Pédagogiques Spécifiques*

Progarmme suivi par les étudiants ayant choisi l'option 2 - Assumption University Thailand (AUT)

Semestre 1	Enseignements suivis à Toulouse School of Management Université Toulouse Capitole	Crédits Coeff.	Volume horaire			Modalités évaluation	
			CM	TD	APS*	Session initiale	Seconde session
UE01	**International Strategic Marketing, Market Analyses & Planning**	**8**	**45**	**15**		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Digital Marketing - Analytics	*3*	*12*	*10*		CC - 100 %	Report CC - 100%
	Business Experiments & A/B Testing	*3*	*18*	*0*		CC - 100 %	Report CC - 100%
	Technology Innovation Strategy	*2*	*15*	*5*		CC - 100 %	Report CC - 100%
UE02	**Digital Marketing & Consumer Behavior in the Digital World**	**8**	**40**	**12**		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE03	**Innovation Management (a. Customer Engagement, b. Technology Acceptance)**	**8**	**45**	**12**			
	Customer engagement	*4*	*20*	*2*		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Innovation and Technology Acceptance Modeling	*4*	*25*	*10*		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE04	**CRM & Sustainable Marketing**	**8**	**39**	**24**			
	Customer Relationship and Engagement Management in the Digital Age	*4*	*24*	*12*		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Sustainable Marketing	*4*	*15*	*12*		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE05	**Business Research Methodology**	**6**	**30**	**15**			
	Research in Management Science	*0*	*10*	*0*		*non évalué*	*non évalué*
	Methodology in Management Science	*6*	*20*	*15*		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE06	**Missions/International Study Tour *(Company project)*** *Encadrement de projet (APS)*	**8**	**10**		Forfait maximal 1,5h/étudiant	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE07	**Language /Comparison Asian/European Culture**	**6**	**6**	**36**			
	Language	*3*	*0*	*30*		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Comparison Asian/European Culture	*3*	*6*	*6*		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE08	**Career development**	**2**		**9**		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 1		**54**	**215**	**123**			

Semestres 2 & 3	Enseignements suivis à Assumption University Thailand (AUT)	Crédits Coeff.	Volume horaire			Modalités évaluation	
			CM	TD	APS*	Session initiale	Seconde session
UE09	BC 5006 Introduction to Quantitative Analysis (No MBA credit)	0	45	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE10	BC 6501 Introduction to Management Information Systems-C (3 credits)	6	45	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE11	BP 6903 Organizational Behaviour C (3 MBA credits)	6	45	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE12	BP6910 International Business Management-C (3 MBA credits)	6	45	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE13	BM 6806 International Marketing Management (3 MBA credits)	6	45	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE14	BA 6601 Managerial Accounting C (3 MBA credits)	6	45	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE15	BE 6401 Managerial Economics C (3 MBA credits)	6	45	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE16	BF 6701 Financial Management C (3 MBA credits)	6	45	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE17	BP 6904 Operations Management C (3 MBA credits)	6	45	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE18	BP6918 Strategic Management C (3 MBA credits)	6	45	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestres 2 &3		**54**	**450**	**0**			

Semestre 4	Enseignements	Crédits Coeff.	Volume horaire			Modalités évaluation	
			CM	TD	APS*	Session initiale	Seconde session
UE19	Company Internship *Encadrement de stage (APS)*	6			Forfait maximal 1h/étudiant	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE20	Master thesis *Encadrement de mémoire de recherche (APS)*	6			Forfait maximal 6h/étudiant	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 4		**12**	**0**	**0**			

	TOTAL semestres 1,2,3 et 4	**120**	**665**	**123**			

**APS : Activités Pédagogiques Spécifiques*

Progarmme suivi par les étudiants ayant choisi l'option 3 - Tongji University Shanghai (TUS)

Semestre 1	Enseignements suivis à Toulouse School of Management Université Toulouse Capitole	Crédits *Coeff.*	Volume horaire			Modalités évaluation	
			CM	TD	APS*	Session initiale	Seconde session
UE01	**International Strategic Marketing, Market Analyses & Planning**	**8**	**45**	**15**		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Digital Marketing - Analytics	*3*	*12*	*10*		CC - 100 %	Report CC - 100%
	Business Experiments & A/B Testing	*3*	*18*	*0*		CC - 100 %	Report CC - 100%
	Technology Innovation Strategy	*2*	*15*	*5*		CC - 100 %	Report CC - 100%
UE02	**Digital Marketing & Consumer Behavior in the Digital World**	**8**	**40**	**12**		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE03	**Innovation Management (a. Customer Engagement, b. Technology Acceptance)**	**8**	**45**	**12**			
	Customer engagement	*4*	*20*	*2*		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Innovation and Technology Acceptance Modeling	*4*	*25*	*10*		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE04	**CRM & Sustainable Marketing**	**8**	**39**	**24**			
	Customer Relationship and Engagement Management in the Digital Age	*4*	*24*	*12*		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Sustainable Marketing	*4*	*15*	*12*		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE05	**Business Research Methodology**	**6**	**30**	**15**			
	Research in Management Science	*0*	*10*	*0*		*non évalué*	*non évalué*
	Methodology in Management Science	*6*	*20*	*15*		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE06	**Missions/International Study Tour *(Company project)*** Encadrement de projet (APS)	**8**	**10**	**0**	Forfait maximal 1,5h/étudiant	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE07	**Language /Comparison Asian/European Culture**	**6**	**6**	**36**			
	Language	*3*	*0*	*30*		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Comparison Asian/European Culture	*3*	*6*	*6*		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE08	**Career development**	**2**	**0**	**9**		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 1		**54**	**215**	**123**			

Semestres 2 & 3	Enseignements suivis à Tongji University Shanghai (TUS)	Crédits *Coeff.*	Volume horaire			Modalités évaluation	
			CM	TD	APS*	Session initiale	Seconde session
UE09	First Foreign Language (Chinese) (6 credits)	6	102	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE10	2040340 Business Negotiation in China (2 credits)	5	36	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE11	Survey of China (3 credits)	0	54	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE12	2040344 Strategic Management & Entrepreneurship C (3 credits)	8	54	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE13	2040216 Advanced Management C (2 credits)	5	36	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE14	2040342 Big data Analytics (2 credits)	5	36	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE15	2040290 Managerial Economics in China (3 credits)	8	54	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE16	2900011 Academic Norms (1 credit)	8	0	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE17	2900011 Academic Lectures (2 credits)	0	0	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestres 2 &3		**45**	**372**	**0**			

Semestre 4	Enseignements	Crédits *Coeff.*	Volume horaire			Modalités évaluation	
			CM	TD	APS*	Session initiale	Seconde session
UE18	Company Internship *Encadrement de stage (APS)*	9			Forfait maximal 1h/étudiant	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE19	Master thesis *Encadrement de mémoire de recherche (APS)*	12			Forfait maximal 6h/étudiant	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 4		**21**	**0**	**0**			

TOTAL semestres 1,2,3 et 4	**120**	**587**	**123**			

**APS : Activités Pédagogiques Spécifiques*

Progarmme suivi par les étudiants ayant choisi l'option 4 - Universität Ingolstadt - Germany (KUI)

Semestre 1	Enseignements suivis à Toulouse School of Management Université Toulouse Capitole	Crédits *Coeff.*	Volume horaire			Modalités évaluation	
			CM	TD	APS**	Session initiale	Seconde session
UE01	**International Strategic Marketing, Market Analyses & Planning**	**5**	**45**	**15**		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
	Digital Marketing - Analytics	*2*	*12*	*10*		CC - 100 %	Report CC - 100%
	Business Experiments & A/B Testing	*2*	*18*	*0*		CC - 100 %	Report CC - 100%
	Technology Innovation Strategy	*1*	*15*	*5*		CC - 100 %	Report CC - 100%
UE02	**Digital Marketing & Consumer Behavior in the Digital World**	**5**	**40**	**12**		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE03	**Innovation Management (a. Customer Engagement, b. Technology Acceptance)**	**5**	**45**	**12**			
	Customer engagement	*2*	*20*	*2*		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
	Innovation and Technology Acceptance Modeling	*3*	*25*	*10*		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE04	**CRM & Sustainable Marketing**	**5**	**39**	**24**			
	Customer Relationship and Engagement Management in the Digital Age	*3*	*24*	*12*		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
	Sustainable Marketing	*2*	*15*	*12*		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE05	**Business Research Methodology**	**5**	**30**	**15**			
	Research in Management Science	*0*	*10*	*0*		*non évalué*	*non évalué*
	Methodology in Management Science	*5*	*20*	*15*		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE06	**Company Project** *Encadrement de projet (APS)*	**4**	**10**	**0**	Forfait maximal 1,5h/étudiant	*CT - 100%*	*Epreuve seconde session - 100%*
UE07	**Business Language (FLE ou Allemand)***	**1**	**0**	**30**		*CT - 100 %*	*Epreuve seconde session - 100%*
TOTAL semestre 1		**30**	**209**	**108**			

Semestres 2 & 3	Enseignements suivis à Universität Ingolstadt - Germany (KUI)	Crédits *Coeff.*	Volume horaire			Modalités évaluation	
			CM	TD	APS**	Session initiale	Seconde session
UE08	Innovation & Creativity in Indivuduals, Teams, Organisations SS	5	35	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE09	Return on Service Design & Customer Experiece SS	10	35	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE10	Service Management	5	35	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE11	Advanced Business Ethics (mandatory Ethics class) SS	5	35	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE12	BusinessLanguage (French/German)	5	35	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE13	Elective 1 to choose at KU	5	35	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE14	Elective 2 to choose at KU	5	35	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE15	Elective 3 to choose at KU	5	35	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE16	Elective 4 to choose at KU	5	35	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE17	Elective 5 to choose at KU	5	35	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE18	Elective 6 to choose at KU	5	35	0		CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestres 2 &3		**60**	**385**	**0**			

Semestre 4	Enseignements	Crédits *Coeff.*	Volume horaire			Modalités évaluation	
			CM	TD	APS**	Session initiale	Seconde session
UE19	Company Internship *Encadrement de stage (APS)*	15			Forfait maximal 1h/étudiant	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE20	Master thesis *Encadrement de mémoire de recherche (APS)*	15			Forfait maximal 6h/étudiant	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 4		**30**	**0**	**0**			

	TOTAL semestres 1,2,3 et 4	**120**	**594**	**108**			

** 30h TD de FLE pour les "entrants" et 30hTD d'Allemand pour les "sortants"*

***APS : Activités Pédagogiques Spécifiques*

RESULTAT DU VOTE
Nombre de votants : 24
Voix favorables : 23
Voix défavorables : 1
Abstentions : 0

CONSEIL DES ÉTUDES ET DE LA VIE ÉTUDIANTE
Séance du 13 mai 2025

DÉLIBÉRATION
N° CEVE-2025-20-TSM-M-035

relative au régime des études et contrôle des connaissances et compétences du Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Germany

- Vu le code de l'éducation,
- Vu le décret n°2022-1536 du 8 décembre 2022 portant création de l'Université Toulouse Capitole,
- Vu les statuts de l'Université Toulouse Capitole, notamment l'article 14.III,
- Vu la charte des examens en vigueur,
- Vu la délibération n°CEVE-2025-13-DEVE-001 du CEVE en date du 25 mars 2025 relative au régime commun des études et aux modalités générales du contrôle des connaissances et des compétences des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux et des diplômes d'université,
- Vu la délibération n°CEVE-2024-18 du CEVE relative aux conditions de réalisation des stages intégrés au cursus en date du 25 juin 2024,
- Vu l'avis du Comité exécutif de l'Ecole de Management de Toulouse en date du 10 avril 2025.

Le Conseil des Études et de la Vie Étudiante, après en avoir délibéré, adopte le régime des études et les règles de contrôle des connaissances et compétences du Diplôme Universitaire **«** International Marketing of Innovation » in Germany.

TITRE I - DISPOSITIONS GENERALES

ARTICLE 1 Objectif de la formation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Germany est un diplôme de haut niveau qui vise à former des étudiants à la direction d'équipe par le développement de compétences dans le management de technologies innovantes en Allemagne et en France.
La formation est enseignée entièrement en langue anglaise.
Cette formation permet d'accéder aux enseignements du MSc Betriebswirtschaftlehre de Université Catholique Eichstätt-Ingolstadt (KUI) et d'obtenir le diplôme correspondant.

ARTICLE 2 Organisation de la formation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Germany est organisé sur quatre semestres. Il est composé de 6 Unités d'Enseignement (UE1 à UE6) dispensés à l'Ecole de Management de Toulouse ainsi que des unités d'enseignement « Company Internship » (UE18) et « Master Thesis » (UE19), et de 11 cours MSc Betriebswirtschaftlehre à l'Université d'Ingolstadt (KUI) (Allemagne).
La maquette pédagogique de la formation est annexée à ce document.

ARTICLE 3 Obligation d'assiduité

L'enseignement comprend des cours magistraux en Anglais (UE1 à UE6), le stage (UE18), puis mémoire de recherche (UE19), ainsi que les onze cours à l'Université d'Ingolstadt (KUI). L'assiduité est obligatoire et est contrôlée par l'enseignant chargé des cours.

ARTICLE 4 Mémoire de recherche

Chaque étudiant doit effectuer un mémoire de recherche (UE 19 Master thesis). La réalisation de ce dernier donne lieu à la rédaction d'un mémoire écrit, évalué et éventuellement soutenu oralement. Le projet de mémoire de recherche doit obtenir l'accord du responsable du Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation.

TITRE II - CONTROLE DES CONNAISSANCES ET COMPETENCES

ARTICLE 5 Charte des examens

Tout étudiant a la responsabilité de prendre connaissance et de respecter la charte des examens en vigueur dans l'établissement.
Des aménagements spécifiques, pour les étudiants présentant un handicap (temporaire ou permanent) et compatibles avec la nature des épreuves pourront être mis en place sur indication du service de médecine préventive d'UT Capitole.

ARTICLE 6 Session initiale

Les modalités de contrôle des connaissances du Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Germany suivent les dispositions de l'arrêté du master Droit, Economie, Gestion, mention Marketing, parcours International Marketing of innovation.

Les enseignements de première et deuxième année du DU International Marketing of Innovation in Germany font l'objet d'une évaluation sous la forme d'un contrôle continu et/ou d'un contrôle terminal.
La note attribuée dans le cadre du contrôle continu et/ou du contrôle terminal d'une unité d'enseignement résulte d'une ou plusieurs épreuves pouvant être réalisées sous forme d'écrits, d'oraux, de projets ou de travaux de groupe.

ARTICLE 7 Validation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Germany est décerné aux étudiants ayant validé au total 120 ECTS repartis de la manière suivante :

- qui ont validé avec une moyenne supérieure ou égale à 10/20 les 6 unités d'enseignement (UE1 à UE6) à TSM.

- qui ont validé avec la note égale ou supérieure à « 4* » les 11 cours (UE7 à UE17) à l'Université d'Ingolstadt (KUI) (cf. annexe).

- qui ont validé le stage (UE18) et le mémoire (UE19) avec une note égale ou supérieure à « 4 » (cf. annexe) (égale ou supérieure à 10/20 dans le système de notation de TSM*).

**4 est la note du système de KUI qui correspond à un 10/20 à TSM.*

ARTICLE 8 Seconde session

Il est organisé une seconde session donnant aux étudiants la possibilité de valider les enseignements qui leur ont fait défaut. Cette session est mise en place au mois de septembre de chaque année universitaire.
La note obtenue en seconde session annule et remplace la note de session initiale.

ARTICLE 9 Absence aux épreuves

Toute absence à une épreuve de contrôle continu ou de contrôle terminal est sanctionnée par la note de ABI (absence injustifiée) ou ABJ (absence justifiée) équivalant 0/20 en session initiale et en seconde session.

Dans le cadre du contrôle continu, l'un des aménagements ci-dessous sera mis en place, uniquement si l'absence est justifiée auprès des services de scolarité :

- une épreuve de remplacement sera organisée si l'enseignement est évalué uniquement en contrôle continu
- la note finale de l'enseignement sera constituée par la note de contrôle terminal si l'enseignement est évalué en contrôle continu et en contrôle terminal

Le motif de l'absence sera laissé à l'appréciation du responsable de la formation.

Dans le cadre du contrôle terminal, si l'étudiant n'a pas pu se présenter à tout ou partie des épreuves, il est autorisé à se présenter aux épreuves de seconde session sous réserve de présentation d'un justificatif dans les 10 jours calendaires suivants les épreuves de contrôles terminaux.

TITRE III – VALIDATION ET DIPLOMATION

ARTICLE 10 Jury d'examen

Le jury d'examen délibère souverainement à partir de l'ensemble des résultats obtenus par les étudiants, sur la base notamment des notes proposées par les examinateurs.
Le jury d'examen est composé d'enseignants et/ou de professionnels ayant contribué aux enseignements ou choisis, en raison de leurs compétences. Il est présidé par le responsable de la formation.

ARTICLE 11 Délivrance du diplôme

L'attribution du Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Germany donne droit aux mentions suivantes :

- PASSABLE à partir de 10/20
- ASSEZ BIEN à partir de 12/20
- BIEN à partir de 14/20
- TRES BIEN à partir de 16/20

Fait à Toulouse le 13 mai 2025
Le Président du Conseil des Études et de la Vie Étudiante

Hugues KENFACK

PJ : annexes

Annexe 1 - Maquette des enseignements
Diplôme Universitaire *« International Marketing of Innovation »* in Germany

Semestre 1	Enseignements suivis à Toulouse School of Management Université Toulouse Capitole	Crédits *Coeff.*	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE01	**International Strategic Marketing, Market Analyses & Planning**	**5**	**45**	**15**	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
	Digital Marketing - Analytics	*2*	*12*	*10*	CC - 100 %	Report CC - 100%
	Business Experiments & A/B Testing	*2*	*18*	*0*	CC - 100 %	Report CC - 100%
	Technology Innovation Strategy	*1*	*15*	*5*	CC - 100 %	Report CC - 100%
UE02	**Digital Marketing & Consumer Behavior in the Digital World**	**5**	**40**	**12**	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE03	**Innovation Management (a. Customer Engagement, b. Technology Acceptance)**	**5**	**45**	**12**		
	Customer engagement	*2*	*20*	*2*	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
	Innovation and Technology Acceptance Modeling	*3*	*25*	*10*	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE04	**CRM & Sustainable Marketing**	**5**	**39**	**24**		
	Customer Relationship and Engagement Management in the Digital Age	*3*	*24*	*12*	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
	Sustainable Marketing	*2*	*15*	*12*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE05	**Business Research Methodology**	**5**	**30**	**15**		
	Research in Management Science	*0*	*10*	*0*	*non évalué*	*non évalué*
	Methodology in Management Science	*5*	*20*	*15*	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE06	**Company Project**	**4**	**10**	**0**	*CT - 100%*	*Epreuve seconde session - 100%*
UE07	**Business Language (FLE ou Allemand)***	**1**	**0**	**30**	*CT - 100 %*	*Epreuve seconde session - 100%*
TOTAL semestre 1		**30**	**209**	**108**		

Semestres 2 & 3	Enseignements suivis à Universität Ingolstadt - Germany (KUI)	Crédits *Coeff.*	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE08	Innovation & Creativity in Indivuduals, Teams, Organisations SS	5	35	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE09	Return on Service Design & Customer Experiece SS	10	35	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE10	Service Management	5	35	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE11	Advanced Business Ethics (mandatory Ethics class) SS	5	35	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE12	BusinessLanguage (French/German)	5	35	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE13	Elective 1 to choose at KU	5	35	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE14	Elective 2 to choose at KU	5	35	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE15	Elective 3 to choose at KU	5	35	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE16	Elective 4 to choose at KU	5	35	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE17	Elective 5 to choose at KU	5	35	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE18	Elective 6 to choose at KU	5	35	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestres 2 &3		**60**	**385**	**0**		

Semestre 4	Enseignements	Crédits *Coeff.*	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE19	Company Internship	15			CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE20	Master thesis	15			CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 4		**30**	**0**	**0**		

TOTAL semestres 1,2,3 et 4	**120**	**594**	**108**		

** 30h TD de FLE pour les "entrants" et 30hTD d'Allemand pour les "sortants"*

RESULTAT DU VOTE
Nombre de votants : 24
Voix favorables : 23
Voix défavorables : 1
Abstentions : 0

CONSEIL DES ÉTUDES ET DE LA VIE ÉTUDIANTE
Séance du 13 mai 2025

DÉLIBÉRATION
N° CEVE-2025-20-TSM-M-032

relative au régime des études et contrôle des connaissances et compétences du Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Hong-Kong (Chine)

- Vu le code de l'éducation,
- Vu le décret n°2022-1536 du 8 décembre 2022 portant création de l'Université Toulouse Capitole,
- Vu les statuts de l'Université Toulouse Capitole, notamment l'article 14.III,
- Vu la charte des examens en vigueur,
- Vu la délibération n°CEVE-2025-13-DEVE-001 du CEVE en date du 25 mars 2025 relative au régime commun des études et aux modalités générales du contrôle des connaissances et des compétences des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux et des diplômes d'université,
- Vu la délibération n°CEVE-2024-18 du CEVE relative aux conditions de réalisation des stages intégrés au cursus en date du 25 juin 2024,
- Vu l'avis du Comité exécutif de l'Ecole de Management de Toulouse en date du 10 avril 2025.

Le Conseil des Études et de la Vie Étudiante, après en avoir délibéré, adopte le régime des études et les règles de contrôle des connaissances et compétences du Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Hong-Kong (Chine).

TITRE I - DISPOSITIONS GENERALES

ARTICLE 1 Objectif de la formation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Hong-Kong vise à former des étudiants au management de technologies innovantes, au CRM et au marketing digital, ainsi qu'au management interculturel euro-asiatique.
La formation est enseignée entièrement en langue anglaise.
Cette formation permet d'accéder aux enseignements du Master of Business Administration (MBAF) de Hong Kong Metropolitan University (Chine) et d'obtenir le diplôme correspondant.

ARTICLE 2 Organisation de la formation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Hong-Kong est organisé sur quatre semestres. Il est composé de 10 Unités d'Enseignement à l'École de Management de Toulouse - TSM (UE1 à UE8), un stage en entreprise (UE 15), un mémoire de fin d'études (UE 16), et de 6 cours MBAF à Hong Kong Metropolitan University (Chine) (UE9 à UE14).
La maquette pédagogique de la formation est annexée à ce document.

ARTICLE 3 Obligation d'assiduité

L'enseignement comprend des cours magistraux en anglais (UE1 à UE8), les 6 cours à Hong Kong Metropolitan University, le stage et le mémoire de fin d'études. L'assiduité est obligatoire et est contrôlée par l'enseignant chargé des cours.

ARTICLE 4 Mémoire de recherche

Chaque étudiant doit effectuer un mémoire de fin d'études en anglais (UE 16). La réalisation du mémoire donne lieu à la rédaction d'un rapport écrit, et éventuellement d'une soutenance orale. Le projet de mémoire de fin d'études doit obtenir l'accord du responsable du Diplôme Universitaire International Marketing.

TITRE II - CONTROLE DES CONNAISSANCES ET COMPETENCES

ARTICLE 5 Charte des examens

Tout étudiant a la responsabilité de prendre connaissance et de respecter la charte des examens en vigueur dans l'établissement.

Des aménagements spécifiques, pour les étudiants présentant un handicap (temporaire ou permanent) et compatibles avec la nature des épreuves pourront être mis en place sur indication du service de médecine préventive d'UT Capitole.

ARTICLE 6 Session initiale

Les modalités de contrôle des connaissances du Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Hong-Kong suivent les dispositions de l'arrêté du master Droit, Economie, Gestion, mention Marketing, parcours International Marketing of innovation.

Les enseignements de première et deuxième année du DU International Marketing of Innovation in Hong-Kong font l'objet d'une évaluation sous la forme d'un contrôle continu et/ou d'un contrôle terminal.

La note attribuée dans le cadre du contrôle continu et/ou du contrôle terminal d'une unité d'enseignement résulte d'une ou plusieurs épreuves pouvant être réalisées sous forme d'écrits, d'oraux, de projets ou de travaux de groupe.

ARTICLE 7 Validation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Hong-Kong est décerné aux étudiants :

- qui ont validé avec une moyenne supérieure ou égale à 10/20 les 8 unités d'enseignement (UE1 à UE8) à TSM.
- qui ont validé avec la note « 40-57/ECTS C » ou supérieure les 6 cours (UE9 à UE14) à Hong Kong Metropolitan University.
- qui ont validé le stage (UE15) et le mémoire de fin d'études (UE16) avec une note « 50-57/ECTS C » ou supérieure (égale ou supérieure à 10/20 dans le système de notation de TSM*).

**50-57 est la note du système de HKMU qui correspond à un 10/20 à TSM*.

ARTICLE 8 Seconde session

Il est organisé une seconde session donnant aux étudiants la possibilité de valider les enseignements qui leur ont fait défaut. Cette session est mise en place au mois de septembre de chaque année universitaire. La note obtenue en seconde session annule et remplace la note de session initiale.

ARTICLE 9 Absence aux épreuves

Toute absence à une épreuve de contrôle continu ou de contrôle terminal est sanctionnée par la note de ABI (absence injustifiée) ou ABJ (absence justifiée) équivalant 0/20 en session initiale et en seconde session.

Dans le cadre du contrôle continu, l'un des aménagements ci-dessous sera mis en place, uniquement si l'absence est justifiée auprès des services de scolarité :

- une épreuve de remplacement sera organisée si l'enseignement est évalué uniquement en contrôle continu
- la note finale de l'enseignement sera constituée par la note de contrôle terminal si l'enseignement est évalué en contrôle continu et en contrôle terminal

Le motif de l'absence sera laissé à l'appréciation du responsable de la formation.

Dans le cadre du contrôle terminal, si l'étudiant n'a pas pu se présenter à tout ou partie des épreuves, il est autorisé à se présenter aux épreuves de seconde session sous réserve de présentation d'un justificatif dans les 10 jours calendaires suivants les épreuves de contrôles terminaux.

TITRE III – VALIDATION ET DIPLOMATION

ARTICLE 10 Jury d'examen

Le jury d'examen délibère souverainement à partir de l'ensemble des résultats obtenus par les étudiants, sur la base notamment des notes proposées par les examinateurs.
Le jury d'examen est composé d'enseignants et/ou de professionnels ayant contribué aux enseignements ou choisis, en raison de leurs compétences. Il est présidé par le responsable de la formation.

ARTICLE 11 Délivrance du diplôme

L'attribution du Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Hong-Kong donne droit aux mentions suivantes :

- PASSABLE à partir de 10/20
- ASSEZ BIEN à partir de 12/20
- BIEN à partir de 14/20
- TRES BIEN à partir de 16/20

Fait à Toulouse le 13 mai 2025
Le Président du Conseil des Études et de la Vie Étudiante

Hugues KENFACK

PJ : annexes

Annexe 1 - Maquette des enseignements
Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Hong-Kong

Semestre 1	Enseignements suivis à Toulouse School of Management Université Toulouse Capitole	Crédits *Coeff.*	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE01	International Strategic Marketing, Market Analyses & Planning	**8**	**45**	**15**		
	Digital Marketing - Analytics	*3*	*12*	*10*	CC - 100 %	Report CC - 100%
	Business Experiments & A/B Testing	*3*	*18*	*0*	CC - 100 %	Report CC - 100%
	Technology Innovation Strategy	*2*	*15*	*5*	CC - 100 %	Report CC - 100%
UE02	Digital Marketing & Consumer Behavior in the Digital World	**8**	**40**	**12**	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE03	Innovation Management (a. Customer Engagement, b. Technology Acceptance)	**8**	**45**	**12**		
	Customer engagement	*4*	*20*	*2*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Innovation and Technology Acceptance Modeling	*4*	*25*	*10*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE04	CRM & Sustainable Marketing	**8**	**39**	**24**		
	Customer Relationship and Engagement Management in the Digital Age	*4*	*24*	*12*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Sustainable Marketing	*4*	*15*	*12*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE05	Business Research Methodology	**6**	**30**	**15**		
	Research in Management Science	*0*	*10*	*0*	*non évalué*	*non évalué*
	Methodology in Management Science	*6*	*20*	*15*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE06	Missions/International Study Tour *(Company project)*	**8**	**10**		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE07	Language /Comparison Asian/European Culture	**6**	**6**	**36**		
	Language	*3*	*0*	*30*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Comparison Asian/European Culture	*3*	*6*	*6*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE08	Career development	**2**		**9**	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 1		**54**	**215**	**123**		

Semestres 2 & 3	Enseignements suivis à Hong Kong Metropolitan University (HKMU)	Crédits *Coeff.*	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE09	MGT B815: Strategic Management (10 credits) OR MGT B820F: Strategy (10 credits)	9	63	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE10	BUS B860F Applied Business Project (1 year) (20 credits)	0	0	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE11	BUS B088F Global Immersion Programme (Postgraduate Programme) (a. Asian Business Culture, b. Professional Development Workshops)	6	42	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE12	IB B890F International Management Strategy (10 credits)	9	63	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE13	IB B891F International Marketing Strategy (10 credits)	9	63	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE14	IB B893F Strategic Issues for Management in the Asia Pacific Region (10 credits)	9	63	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestres 2 &3		**42**	**294**	**0**		

Semestre 4	Enseignements	Crédits *Coeff.*	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE15	Company Internship	12			CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE16	Master thesis	12			CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 4		**24**	**0**	**0**		

TOTAL semestres 1,2,3 et 4	**120**	**509**	**123**		

RESULTAT DU VOTE
Nombre de votants : 24
Voix favorables : 23
Voix défavorables : 1
Abstentions : 0

CONSEIL DES ÉTUDES ET DE LA VIE ÉTUDIANTE
Séance du 13 mai 2025

DÉLIBÉRATION
N° CEVE-2025-20-TSM-M-033

relative au régime des études et contrôle des connaissances et compétences du Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Shanghai (Chine)

- Vu le code de l'éducation,
- Vu le décret n°2022-1536 du 8 décembre 2022 portant création de l'Université Toulouse Capitole,
- Vu les statuts de l'Université Toulouse Capitole, notamment l'article 14.III,
- Vu la charte des examens en vigueur,
- Vu la délibération n°CEVE-2025-13-DEVE-001 du CEVE en date du 25 mars 2025 relative au régime commun des études et aux modalités générales du contrôle des connaissances et des compétences des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux et des diplômes d'université,
- Vu la délibération n°CEVE-2024-18 du CEVE relative aux conditions de réalisation des stages intégrés au cursus en date du 25 juin 2024,
- Vu l'avis du Comité exécutif de l'Ecole de Management de Toulouse en date du 10 avril 2025.

Le Conseil des Études et de la Vie Étudiante, après en avoir délibéré, adopte le régime des études et les règles de contrôle des connaissances et compétences du Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Shanghai (Chine).

TITRE I - DISPOSITIONS GENERALES

ARTICLE 1 Objectif de la formation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Shanghai vise à former des étudiants au management de technologies innovantes, au CRM et au marketing digital, ainsi qu'au management interculturel euro-asiatique.
La formation est enseignée entièrement en langue anglaise.
Cette formation permet d'accéder aux enseignements du MSc Technology & Economics in Management de Tongji University Shanghai (Chine) et d'obtenir le diplôme correspondant.

ARTICLE 2 Organisation de la formation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Shanghai est organisé sur quatre semestres. Il est composé de 10 Unités d'Enseignement à l'école de management de Toulouse - TSM (UE1 à UE8), un stage en entreprise (UE 18), un mémoire de fin d'études (UE 19) et de 9 cours du MSc Technology & Economics in Management à Tongji University Shanghai (Chine) (UE9 à UE17).
La maquette pédagogique de la formation est annexée à ce document.

ARTICLE 3 Obligation d'assiduité

L'enseignement comprend des cours magistraux en anglais (UE1 à UE8), les 9 cours à Tongji University Shanghai, le stage et le mémoire de fin d'études. L'assiduité est obligatoire et est contrôlée par l'enseignant chargé des cours.

ARTICLE 4 Mémoire de recherche

Chaque étudiant doit effectuer un mémoire de fin d'études en anglais (UE 19). La réalisation du mémoire donne lieu à la rédaction d'un rapport écrit, et éventuellement d'une soutenance orale. Le projet de mémoire de fin d'études doit obtenir l'accord du responsable du Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation.

TITRE II - CONTROLE DES CONNAISSANCES ET COMPETENCES

ARTICLE 5 Charte des examens

Tout étudiant a la responsabilité de prendre connaissance et de respecter la charte des examens en vigueur dans l'établissement.

Des aménagements spécifiques, pour les étudiants présentant un handicap (temporaire ou permanent) et compatibles avec la nature des épreuves pourront être mis en place sur indication du service de médecine préventive d'UT Capitole.

ARTICLE 6 Session initiale

Les modalités de contrôle des connaissances du Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Shanghai suivent les dispositions de l'arrêté du master Droit, Economie, Gestion, mention Marketing, parcours International Marketing of Innovation.

Les enseignements de première et deuxième année du DU International Marketing of Innovation in Shanghai font l'objet d'une évaluation sous la forme d'un contrôle continu et/ou d'un contrôle terminal.

La note attribuée dans le cadre du contrôle continu et/ou du contrôle terminal d'une unité d'enseignement résulte d'une ou plusieurs épreuves pouvant être réalisées sous forme d'écrits, d'oraux, de projets ou de travaux de groupe.

ARTICLE 7 Validation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Shanghai est décerné aux étudiants :

- qui ont validé avec une moyenne supérieure ou égale à 10/20 les 8 unités d'enseignement (UE1 à UE8) à TSM

- qui ont validé avec la note « E- Sufficient 60-69* » ou supérieure les 9 cours (UE9 à UE17) à Tongji University Shanghai

- qui ont validé le stage (UE18) et le mémoire de fin d'études (UE19) avec une note « E- Sufficient 66-69 » ou supérieure (égale ou supérieure à 10/20 dans le système de notation de TSM*).

**66-69 est la note du système de Tongi University Shanghai qui correspond à un 10/20 à TSM.*

ARTICLE 8 Seconde session

Il est organisé une seconde session donnant aux étudiants la possibilité de valider les enseignements qui leur ont fait défaut. Cette session est mise en place au mois de septembre de chaque année universitaire. La note obtenue en seconde session annule et remplace la note de session initiale.

ARTICLE 9 Absence aux épreuves

Toute absence à une épreuve de contrôle continu ou de contrôle terminal est sanctionnée par la note de ABI (absence injustifiée) ou ABJ (absence justifiée) équivalant 0/20 en session initiale et en seconde session.

Dans le cadre du contrôle continu, l'un des aménagements ci-dessous sera mis en place, uniquement si l'absence est justifiée auprès des services de scolarité :

- une épreuve de remplacement sera organisée si l'enseignement est évalué uniquement en contrôle continu
- la note finale de l'enseignement sera constituée par la note de contrôle terminal si l'enseignement est évalué en contrôle continu et en contrôle terminal

Le motif de l'absence sera laissé à l'appréciation du responsable de la formation.

Dans le cadre du contrôle terminal, si l'étudiant n'a pas pu se présenter à tout ou partie des épreuves, il est autorisé à se présenter aux épreuves de seconde session sous réserve de présentation d'un justificatif dans les 10 jours calendaires suivants les épreuves de contrôles terminaux.

TITRE III – VALIDATION ET DIPLOMATION

ARTICLE 10 Jury d'examen

Le jury d'examen délibère souverainement à partir de l'ensemble des résultats obtenus par les étudiants, sur la base notamment des notes proposées par les examinateurs.
Le jury d'examen est composé d'enseignants et/ou de professionnels ayant contribué aux enseignements ou choisis, en raison de leurs compétences. Il est présidé par le responsable de la formation.

ARTICLE 11 Délivrance du diplôme

L'attribution du Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Shanghai **donne droit aux mentions suivantes :**

- PASSABLE à partir de 10/20
- ASSEZ BIEN à partir de 12/20
- BIEN à partir de 14/20
- TRES BIEN à partir de 16/20

Fait à Toulouse le 13 mai 2025
Le Président du Conseil des Études et de la Vie Étudiante

Hugues KENFACK

PJ : annexes

Annexe 1 - Maquette des enseignements
Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Shanghai

Semestre 1	Enseignements suivis à Toulouse School of Management Université Toulouse Capitole	Crédits *Coeff.*	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE01	International Strategic Marketing, Market Analyses & Planning	**8**	**45**	**15**	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Digital Marketing - Analytics	*3*	*12*	*10*	CC - 100 %	Report CC - 100%
	Business Experiments & A/B Testing	*3*	*18*	*0*	CC - 100 %	Report CC - 100%
	Technology Innovation Strategy	*2*	*15*	*5*	CC - 100 %	Report CC - 100%
UE02	Digital Marketing & Consumer Behavior in the Digital World	**8**	**40**	**12**	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE03	Innovation Management (a. Customer Engagement, b. Technology Acceptance)	**8**	**45**	**12**		
	Customer engagement	*4*	*20*	*2*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Innovation and Technology Acceptance Modeling	*4*	*25*	*10*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE04	CRM & Sustainable Marketing	**8**	**39**	**24**		
	Customer Relationship and Engagement Management in the Digital Age	*4*	*24*	*12*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Sustainable Marketing	*4*	*15*	*12*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE05	Business Research Methodology	**6**	**30**	**15**		
	Research in Management Science	*0*	*10*	*0*	*non évalué*	*non évalué*
	Methodology in Management Science	*6*	*20*	*15*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE06	Missions/International Study Tour *(Company project)*	**8**	**10**		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE07	Language /Comparison Asian/European Culture	**6**	**6**	**36**		
	Language	*3*	*0*	*30*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Comparison Asian/European Culture	*3*	*6*	*6*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE08	Career development	**2**		**9**	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 1		**54**	**215**	**123**		

Semestres 2 & 3	Enseignements suivis à Tongji University Shanghai (TUS)	Crédits *Coeff.*	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE09	First Foreign Language (Chinese) (6 credits)	6	102	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE10	2040340 Business Negotiation in China (2 credits)	5	36	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE11	Survey of China (3 credits)	0	54	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE12	2040344 Strategic Management & Entrepreneurship C (3 credits)	8	54	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE13	2040216 Advanced Management C (2 credits)	5	36	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE14	2040342 Big data Analytics (2 credits)	5	36	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE15	2040290 Managerial Economics in China (3 credits)	8	54	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE16	2900011 Academic Norms (1 credit)	8	0	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE17	2900011 Academic Lectures (2 credits)	0	0	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestres 2 &3		**45**	**372**	**0**		

Semestre 4	Enseignements	Crédits *Coeff.*	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE18	Company Internship	9			CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE19	Master thesis	12			CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 4		**21**	**0**	**0**		

TOTAL semestres 1,2,3 et 4	**120**	**587**	**123**		

RESULTAT DU VOTE
Nombre de votants : 24
Voix favorables : 23
Voix défavorables : 1
Abstentions : 0

CONSEIL DES ÉTUDES ET DE LA VIE ÉTUDIANTE
Séance du 13 mai 2025

DÉLIBÉRATION
N° CEVE-2025-20-TSM-M-034

relative au régime des études et contrôle des connaissances et compétences du Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Thailand

- Vu le code de l'éducation,
- Vu le décret n°2022-1536 du 8 décembre 2022 portant création de l'Université Toulouse Capitole,
- Vu les statuts de l'Université Toulouse Capitole, notamment l'article 14.III,
- Vu la charte des examens en vigueur,
- Vu la délibération n°CEVE-2025-13-DEVE-001 du CEVE en date du 25 mars 2025 relative au régime commun des études et aux modalités générales du contrôle des connaissances et des compétences des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux et des diplômes d'université,
- Vu la délibération n°CEVE-2024-18 du CEVE relative aux conditions de réalisation des stages intégrés au cursus en date du 25 juin 2024,
- Vu l'avis du Comité exécutif de l'Ecole de Management de Toulouse en date du 10 avril 2025.

Le Conseil des Études et de la Vie Étudiante, après en avoir délibéré, adopte le régime des études et les règles de contrôle des connaissances et compétences du Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Thailand.

TITRE I - DISPOSITIONS GENERALES

ARTICLE 1 Objectif de la formation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Thailand est un diplôme de haut niveau qui vise à former des étudiants au management de technologies innovantes, au CRM et au marketing digital, ainsi qu'au management interculturel euro-asiatique.
La formation est enseignée entièrement en langue anglaise.
Cette formation permet d'accéder aux enseignements du Master of Business Administration (MBA) de l'Université d'Assumption à Bangkok (Thaïlande) et d'obtenir le diplôme correspondant.

ARTICLE 2 Organisation de la formation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Thailand est organisé sur quatre semestres. Il est composé de 10 Unités d'Enseignement à l'École de Management de Toulouse - TSM (UE1 à UE8), un stage en entreprise (UE 19), un mémoire de fin d'études (UE 20), et de 10 cours MBA à l'Université d'Assumption à Bangkok (Thaïlande) (UE9 à UE18).
La maquette pédagogique de la formation est annexée à ce document.

ARTICLE 3 Obligation d'assiduité

L'enseignement comprend des cours magistraux en anglais (UE1 à UE8), les 10 cours à l'Université d'Assumption, le stage et le mémoire de fin d'études. L'assiduité est obligatoire et est contrôlée par l'enseignant chargé des cours.

ARTICLE 4 Mémoire de recherche

Chaque étudiant doit effectuer un mémoire de fin d'études en anglais (UE 20). La réalisation du mémoire donne lieu à la rédaction d'un rapport écrit, et éventuellement d'une soutenance orale. Le projet de mémoire de fin d'études doit obtenir l'accord du responsable du Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation.

TITRE II - CONTROLE DES CONNAISSANCES ET COMPETENCES

ARTICLE 5 Charte des examens

Tout étudiant a la responsabilité de prendre connaissance et de respecter la charte des examens en vigueur dans l'établissement.

Des aménagements spécifiques, pour les étudiants présentant un handicap (temporaire ou permanent) et compatibles avec la nature des épreuves pourront être mis en place sur indication du service de médecine préventive d'UT Capitole.

ARTICLE 6 Session initiale

Les modalités de contrôle des connaissances du Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Thailand suivent les dispositions de l'arrêté du master Droit, Economie, Gestion, mention Marketing, parcours International Marketing of Innovation.

Les enseignements de première et deuxième année du DU International Marketing of Innovation in Thailand font l'objet d'une évaluation sous la forme d'un contrôle continu et/ou d'un contrôle terminal.

La note attribuée dans le cadre du contrôle continu et/ou du contrôle terminal d'une unité d'enseignement résulte d'une ou plusieurs épreuves pouvant être réalisées sous forme d'écrits, d'oraux, de projets ou de travaux de groupe.

ARTICLE 7 Validation

Le Diplôme Universitaire International Marketing of Innovation in Thailand est décerné aux étudiants :

- qui ont validé avec une moyenne supérieure ou égale à 10/20 les 8 unités d'enseignement (UE1 à UE8) à TSM
- qui ont validé avec la note « B* » ou supérieure les 10 cours (UE9 à UE18) à l'Université d'Assumption de Bangkok.
- qui ont validé avec la note « B » ou supérieure dans les examens finaux (comprehensive examination) de l'Université d'Assumption dans les matières suivantes :
  1. Financial Management,
  2. Strategic Management,
  3. Management Case study.
- qui ont validé le stage (UE19) et le mémoire de fin d'études (UE20) avec une note « B » ou supérieure (égale ou supérieure à 10/20 dans le système de notation de TSM*).

**B est la note du système de AU qui correspond à un 10/20 à TSM.*

ARTICLE 8 Seconde session

Il est organisé une seconde session donnant aux étudiants la possibilité de valider les enseignements qui leur ont fait défaut. Cette session est mise en place au mois de septembre de chaque année universitaire. La note obtenue en seconde session annule et remplace la note de session initiale.

ARTICLE 9 Absence aux épreuves

Toute absence à une épreuve de contrôle continu ou de contrôle terminal est sanctionnée par la note de ABI (absence injustifiée) ou ABJ (absence justifiée) équivalant 0/20 en session initiale et en seconde session.

Dans le cadre du contrôle continu, l'un des aménagements ci-dessous sera mis en place, uniquement si l'absence est justifiée auprès des services de scolarité :

- une épreuve de remplacement sera organisée si l'enseignement est évalué uniquement en contrôle continu
- la note finale de l'enseignement sera constituée par la note de contrôle terminal si l'enseignement est évalué en contrôle continu et en contrôle terminal

Le motif de l'absence sera laissé à l'appréciation du responsable de la formation.

Dans le cadre du contrôle terminal, si l'étudiant n'a pas pu se présenter à tout ou partie des épreuves, il est autorisé à se présenter aux épreuves de seconde session sous réserve de présentation d'un justificatif dans les 10 jours calendaires suivants les épreuves de contrôles terminaux.

TITRE III – VALIDATION ET DIPLOMATION

ARTICLE 10 Jury d'examen

Le jury d'examen délibère souverainement à partir de l'ensemble des résultats obtenus par les étudiants, sur la base notamment des notes proposées par les examinateurs.
Le jury d'examen est composé d'enseignants et/ou de professionnels ayant contribué aux enseignements ou choisis, en raison de leurs compétences. Il est présidé par le responsable de la formation.

ARTICLE 11 Délivrance du diplôme

L'attribution du Diplôme Universitaire « International Marketing of Innovation » in Thailand donne droit aux mentions suivantes :

- PASSABLE à partir de 10/20
- ASSEZ BIEN à partir de 12/20
- BIEN à partir de 14/20
- TRES BIEN à partir de 16/20

Fait à Toulouse le 13 mai 2025
Le Président du Conseil des Études et de la Vie Étudiante

Hugues KENFACK

PJ : annexes

Annexe 1 - Maquette des enseignements
Diplôme Universitaire *« International Marketing of Innovation »* in Thailand

Semestre 1	Enseignements suivis à Toulouse School of Management Université Toulouse Capitole	Crédits *Coeff.*	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE01	International Strategic Marketing, Market Analyses & Planning	**8**	**45**	**15**	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Digital Marketing - Analytics	*3*	*12*	*10*	CC - 100 %	Report CC - 100%
	Business Experiments & A/B Testing	*3*	*18*	*0*	CC - 100 %	Report CC - 100%
	Technology Innovation Strategy	*2*	*15*	*5*	CC - 100 %	Report CC - 100%
UE02	Digital Marketing & Consumer Behavior in the Digital World	**8**	**40**	**12**	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE03	Innovation Management (a. Customer Engagement, b. Technology Acceptance)	**8**	**45**	**12**		
	Customer engagement	*4*	*20*	*2*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Innovation and Technology Acceptance Modeling	*4*	*25*	*10*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE04	CRM & Sustainable Marketing	**8**	**39**	**24**		
	Customer Relationship and Engagement Management in the Digital Age	*4*	*24*	*12*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Sustainable Marketing	*4*	*15*	*12*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE05	Business Research Methodology	**6**	**30**	**15**		
	Research in Management Science	*0*	*10*	*0*	*non évalué*	*non évalué*
	Methodology in Management Science	*6*	*20*	*15*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE06	Missions/International Study Tour *(Company project)*	**8**	**10**		CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE07	Language /Comparison Asian/European Culture	**6**	**6**	**36**		
	Language	*3*	*0*	*30*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
	Comparison Asian/European Culture	*3*	*6*	*6*	CT - 100 %	Epreuve seconde session - 100%
UE08	Career development	**2**		**9**	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 1		**54**	**215**	**123**		

Semestres 2 & 3	Enseignements suivis à Assumption University Thailand (AUT)	Crédits *Coeff.*	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE09	BC 5006 Introduction to Quantitative Analysis (No MBA credit)	0	45	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE10	BC 6501 Introduction to Management Information Systems-C (3 credits)	6	45	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE11	BP 6903 Organizational Behaviour C (3 MBA credits)	6	45	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE12	BP6910 International Business Management-C (3 MBA credits)	6	45	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE13	BM 6806 International Marketing Management (3 MBA credits)	6	45	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE14	BA 6601 Managerial Accounting C (3 MBA credits)	6	45	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE15	BE 6401 Managerial Economics C (3 MBA credits)	6	45	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE16	BF 6701 Financial Management C (3 MBA credits)	6	45	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE17	BP 6904 Operations Management C (3 MBA credits)	6	45	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE18	BP6918 Strategic Management C (3 MBA credits)	6	45	0	CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestres 2 &3		**54**	**450**	**0**		

Semestre 4	Enseignements	Crédits *Coeff.*	Volume horaire		Modalités évaluation	
			CM	TD	Session initiale	Seconde session
UE19	Company Internship	6			CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
UE20	Master thesis	6			CT - 100%	Epreuve seconde session - 100%
TOTAL semestre 4		**12**	**0**	**0**		

TOTAL semestres 1,2,3 et 4	**120**	**665**	**123**		