

Semestre 3

Éléments constitutifs de l'U.E.	Heures		Formation en alternance			ECTS	Coef.	Evaluation Session 1		Evaluation Session 2		Mutualisation
	CM	TD	Face à face pédagogique	Travail guidé et supervisé	Total			Etudiant assidu	Dispensé assiduité	Etudiant assidu	Dispensé assiduité	
<b>UE3-1 Fondamentaux techniques</b>	<b>44</b>	<b>44</b>	<b>88</b>	<b>9</b>	<b>97</b>	<b>11</b>	<b>10</b>					
Programmation : Python		20	20		20	2		VAL / NON VAL (présentiel)		VAL / NON VAL (présentiel)		
Datavisualisation	4	12	16	3	19	2	2	CC		EX (écrit 1h)		
Webanalytics	12		12	3	15	3	2	CC		EX (écrit 1h)		
Analyses de données marketing	12	12	24		24	2	4	EX (écrit 2h)		EX (écrit 2h)		M2 CPR
Référencement naturel avancé	16		16	3	19	2	2	CC		EX (écrit 1h)		
<b>UE3-2 Gestion de projet</b>	<b>32</b>	<b>12</b>	<b>44</b>	<b>3</b>	<b>47</b>	<b>7</b>	<b>6</b>					
Gestion de projet	8	12	20	3	23	3	2	CC		EX (écrit 1h)		M2 CPR
Conduite du changement	12		12		12	1		VAL / NON VAL (présentiel)		VAL / NON VAL (présentiel)		M2 CPR
Mener un projet d'étude marketing	12		12		12	3	4	CC		EX (écrit 2h)		M2 CPR
<b>UE3-3 Stratégie de marque et communication digitale</b>	<b>32</b>	<b>40</b>	<b>72</b>	<b>6</b>	<b>78</b>	<b>12</b>	<b>12</b>					
Management de marque et storytelling	16		16		16	3	4	EX (écrit 2h)		EX (écrit 2h)		M2 CPR
Suite Adobe		20	20	3	23	3	2	CC		EX (écrit 1h)		
Anglais		20	20	3	23	3	2	CC		EX (écrit 1h)		
Stratégie de communication digitale	16		16		16	3	4	EX (écrit 2h)		EX (écrit 2h)		
<b>Total Semestre 3</b>	<b>108</b>	<b>96</b>	<b>204</b>	<b>18</b>	<b>222</b>	<b>30</b>	<b>28</b>					

Semestre 4

<b>UE4-1 Design et management d'expériences</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>77</b>	<b>3</b>	<b>80</b>	<b>6</b>	<b>6</b>					
Management de l'expérience client	16	8	24		24	3	4	EX (écrit 2h)		EX (écrit 2h)		M2 CPR
Design sprint	6	31	37		37	1		VAL / NON VAL (présentiel)		VAL / NON VAL (présentiel)		
UX Design	16		16	3	19	2	2	CC		EX (écrit 1h)		M2 CPR
<b>UE4-2 Stratégies multicanales</b>	<b>64</b>	<b>0</b>	<b>64</b>	<b>6</b>	<b>70</b>	<b>10</b>	<b>12</b>					
Stratégie phygitale	16		16		16	3	4	CT (oral 30 min)		CT (oral 30 min)		M2 CPR
Marketing direct et emailing	16		16	3	19	2	2	CC		EX (écrit 1h)		
Techniques d'acquisition en ligne	16		16	3	19	2	2	CC		EX (écrit 1h)		
Droit du Marketing Digital	16		16		16	3	4	EX (écrit 2h)		EX (écrit 2h)		
<b>UE4-3 Marketing digital et développement durable</b>	<b>32</b>	<b>35</b>	<b>67</b>	<b>3</b>	<b>70</b>	<b>6</b>	<b>2</b>					
Engagement Etudiant			0		0	1		VAL / NON VAL		VAL / NON VAL		
Transition écologique et numérique responsable	16		16		16	1		VAL / NON VAL (présentiel)		VAL / NON VAL (dossier)		
Regroupements et mobilité (learning expedition)		35	35		35	1		VAL / NON VAL (présentiel)		VAL / NON VAL (dossier)		
IA et Marketing Digital	16		16	3	19	3	2	CC		EX (écrit 1h)		
<b>UE4-4 Professionnalisation</b>	<b>26</b>	<b>12</b>	<b>38</b>	<b>52</b>	<b>90</b>	<b>8</b>	<b>7</b>					
Alternance		12	12	32	44	7	7	Mémoire + soutenance		Mémoire + soutenance		
Conférences Professionnelles	20		20		20			Non évalué		Non évalué		M2 CPR
Préparation et restitution learning			0	14	14			Non évalué		Non évalué		
Préparation à la Certification Voltaire			0	6	6	1		VAL / NON VAL		VAL / NON VAL		
Rentrée solennelle IAE et rentrée alternance	6		6		6			Non évalué		Non évalué		
<b>Total Semestre 4</b>	<b>160</b>	<b>86</b>	<b>246</b>	<b>64</b>	<b>310</b>	<b>30</b>	<b>27</b>					
<b>Total Master 2</b>	<b>268</b>	<b>182</b>	<b>450</b>	<b>82</b>	<b>532</b>	<b>60</b>	<b>55</b>					

Conditions d'évaluations de l'année : 10/20 de moyenne générale sur l'année + score 600 minimum + Alternance : validation 10/20 obligatoire