

**Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation :  
Grade Master - Marketing & Stratégie**

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
	Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention	Mémoire Étude de cas Rapport de stage Restitution d'articles académiques Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.)	<b>Évaluation des impacts de l'évolution des usages numériques sur le marketing :</b>  L'étudiant identifie les principaux usages numériques liés au marketing  L'étudiant décrit les grandes évolutions des usages numériques liés au marketing, notamment la généralisation de l'usage de l'IA générative.  L'étudiant propose une évaluation pertinente des potentiels impacts de ces évolutions sur le marketing (gestion financière, stratégique, humaine, etc.)
	Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine	Mémoire Étude de cas Rapport de stage Restitution d'articles académiques Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.)	<b>Utilisation des outils numériques</b> L'étudiant maîtrise les principaux outils bureautiques  L'étudiant maîtrise des outils de gestion de projet (Notion, Trello, etc.)  L'étudiant maîtrise des outils de communication et de travail collaboratif.
	Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale	Mémoire Restitutions d'articles académiques Étude de cas Rapport de stage	<b>Définition d'objectifs clairs</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant identifie précisément la question relative au marketing, ce qui lui permet d'anticiper la méthode utilisée.</li> <li>• L'étudiant définit un objectif atteignable.</li> </ul>

			<p><b>Description de la méthode de travail</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La description de la méthode de travail est complète, détaillée et structurée, comprenant les références appropriées, permettant à quiconque de refaire le travail effectué</li> </ul> <p><b>Recherche de littérature pertinente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant produit une revue de littérature à jour, et ciblée sur les objectifs, en identifiant les travaux les plus importants</li> <li>• L'étudiant sélectionne des sources originales et crédibles</li> <li>• Il effectue des citations à bon escient</li> <li>• Il accompagne ces citations d'un commentaire explicatif et/ou critique</li> </ul> <p><b>Résultats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les résultats sont complets, ciblés sur le thème du mémoire, organisés</li> <li>• L'étudiant utilise de manière adéquate les tableaux et figures, sans redondances</li> <li>• L'étudiant propose des analyses statistiques cohérentes et pertinentes (si applicable)</li> </ul> <p><b>Discussion critique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant fait un rappel des résultats principaux</li> <li>• Il met en perspective les résultats en faisant le lien avec les connaissances existantes</li> <li>• L'étudiant auto-évalue la qualité du travail effectué</li> <li>• Il discute les limites de ce travail</li> </ul> <p><b>Lisibilité du mémoire</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant rédige de manière fluide et concise</li> </ul>
--	--	--	---

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• La structure du mémoire est claire, avec chacun des éléments à sa place (pas de résultats dans la méthode...)</li> <li>• La mise en page est aérée, facilitant la lecture</li> <li>• Les tableaux et les figures utilisés sont de qualité</li> </ul> <p><b>Abstract</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le résumé est structuré, clair, rappelant les objectifs, la méthode, les résultats importants, les conclusions et/ou les recommandations</li> </ul> <p><b>Analyse du cas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant distingue et caractérise les éléments de l'environnement externe du cas d'étude : légal-règlementaire, technologique, économique, social, politique et juridique</li> <li>• L'étudiant formule le problème posé par le cas d'étude</li> <li>• L'étudiant propose une analyse cohérente du cas d'étude</li> </ul> <p><b>Résolution du cas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant construit une argumentation structurée pour étayer le diagnostic issu de son analyse</li> <li>• L'étudiant fait des choix de méthodes et de démarches de résolution du cas d'étude pertinents au regard de son analyse et de son diagnostic</li> <li>• L'étudiant explicite ses choix de méthodes et de démarches de résolution</li> <li>• L'étudiant propose des pistes d'action cohérentes avec l'analyse et le diagnostic formulés</li> </ul>
--	--	--	--

			<p><b>Mobilisation des approches, outils et grilles en fonction des résultats à atteindre et du contexte organisationnel du cas d'étude</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La solution/ l'analyse proposée par l'étudiant s'appuie sur des approches et des outils du marketing</li> <li>• L'étudiant explicite l'articulation entre sa solution/son analyse et les approches et les outils de mise en œuvre d'un processus de marketing choisi</li> <li>• L'étudiant fait preuve de discernement et d'esprit critique dans ses choix d'approches et d'outils</li> </ul>
	<p>Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines</p>	<p>Mémoire Restitutions d'articles académiques Étude de cas Rapport de stage</p>	<p><b>Définition d'objectifs clairs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant identifie précisément la question relative au marketing, ce qui lui permet d'anticiper la méthode utilisée.</li> <li>• L'étudiant définit un objectif atteignable.</li> </ul> <p><b>Description de la méthode de travail</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La description de la méthode de travail est complète, détaillée et structurée, comprenant les références appropriées, permettant à quiconque de refaire le travail effectué</li> </ul> <p><b>Recherche de littérature pertinente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant produit une revue de littérature à jour, et ciblée sur les objectifs, en identifiant les travaux les plus importants</li> <li>• L'étudiant sélectionne des sources originales et crédibles</li> <li>• Il effectue des citations à bon escient</li> <li>• Il accompagne ces citations d'un commentaire explicatif et/ou critique</li> </ul> <p><b>Résultats</b></p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les résultats sont complets, ciblés sur le thème du mémoire, organisés</li> <li>• L'étudiant utilise de manière adéquate les tableaux et figures, sans redondances</li> <li>• L'étudiant propose des analyses statistiques cohérentes et pertinentes (si applicable)</li> </ul> <p><b>Discussion critique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant fait un rappel des résultats principaux</li> <li>• Il met en perspective les résultats en faisant le lien avec les connaissances existantes</li> <li>• L'étudiant auto-évalue la qualité du travail effectué</li> <li>• Il discute les limites de ce travail</li> </ul> <p><b>Lisibilité du mémoire</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant rédige de manière fluide et concise</li> <li>• La structure du mémoire est claire, avec chacun des éléments à sa place (pas de résultats dans la méthode...)</li> <li>• La mise en page est aérée, facilitant la lecture</li> <li>• Les tableaux et les figures utilisés sont de qualité</li> </ul> <p><b>Abstract</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le résumé est structuré, clair, rappelant les objectifs, la méthode, les résultats importants, les conclusions et/ou les recommandations</li> </ul> <p><b>Analyse du cas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant distingue et caractérise les éléments de l'environnement externe du cas d'étude : légal-règlementaire, technologique, économique, social, politique et juridique</li> </ul>
--	--	--	---

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant formule le problème posé par le cas d'étude</li> <li>• L'étudiant propose une analyse cohérente du cas d'étude</li> </ul> <p><b>Résolution du cas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant construit une argumentation structurée pour étayer le diagnostic issu de son analyse</li> <li>• L'étudiant fait des choix de méthodes et de démarches de résolution du cas d'étude pertinents au regard de son analyse et de son diagnostic</li> <li>• L'étudiant explicite ses choix de méthodes et de démarches de résolution</li> <li>• L'étudiant propose des pistes d'action cohérentes avec l'analyse et le diagnostic formulés</li> </ul> <p><b>Mobilisation des approches, outils et grilles en fonction des résultats à atteindre et du contexte organisationnel du cas d'étude</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La solution/ l'analyse proposée par l'étudiant s'appuie sur des approches et des outils du marketing</li> <li>• L'étudiant explicite l'articulation entre sa solution/son analyse et les approches et les outils de mise en œuvre d'un processus de marketing choisi</li> <li>• L'étudiant fait preuve de discernement et d'esprit critique dans ses choix d'approches et d'outils</li> </ul>
	Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines	Mémoire Restitutions d'articles académiques Étude de cas Rapport de stage	Identiques aux critères d'évaluations précédents

	Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux	Mémoire Restitutions d'articles académiques Étude de cas Rapport de stage	Identiques aux critères d'évaluations précédents
	Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation	Mémoire Restitutions d'articles académiques Étude de cas Rapport de stage	Identiques aux critères d'évaluations précédents
	Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation	Mémoire Restitutions d'articles académiques	<p><b>Définition d'objectifs clairs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant identifie précisément la question relative au marketing, ce qui lui permet d'anticiper la méthode utilisée.</li> <li>• L'étudiant définit un objectif atteignable.</li> </ul> <p><b>Description de la méthode de travail</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La description de la méthode de travail est complète, détaillée et structurée, comprenant les références appropriées, permettant à quiconque de refaire le travail effectué</li> </ul> <p><b>Recherche de littérature pertinente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant produit une revue de littérature à jour, et ciblée sur les objectifs, en identifiant les travaux les plus importants</li> <li>• L'étudiant sélectionne des sources originales et crédibles</li> <li>• Il effectue des citations à bon escient</li> <li>• Il accompagne ces citations d'un commentaire explicatif et/ou critique</li> </ul> <p><b>Résultats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les résultats sont complets, ciblés sur le thème du mémoire, organisés</li> <li>• L'étudiant utilise de manière adéquate les tableaux et figures, sans redondances</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>L'étudiant propose des analyses statistiques cohérentes et pertinentes (si applicable)</li> </ul> <p><b>Discussion critique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>L'étudiant fait un rappel des résultats principaux</li> <li>Il met en perspective les résultats en faisant le lien avec les connaissances existantes</li> <li>L'étudiant auto-évalue la qualité du travail effectué</li> <li>Il discute les limites de ce travail</li> </ul> <p><b>Lisibilité du mémoire</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>L'étudiant rédige de manière fluide et concise</li> <li>La structure du mémoire est claire, avec chacun des éléments à sa place (pas de résultats dans la méthode...)</li> <li>La mise en page est aérée, facilitant la lecture</li> <li>Les tableaux et les figures utilisés sont de qualité</li> </ul> <p><b>Abstract</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Le résumé est structuré, clair, rappelant les objectifs, la méthode, les résultats importants, les conclusions et/ou les recommandations</li> </ul>
	Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère	Mémoire Restitutions d'articles académiques	Identiques aux critères d'évaluation précédents
	Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles	Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.) Études de cas Rapport de stage	<p><b>Prise en compte du contexte projet et analyse du besoin :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>L'étudiant exprime clairement l'expression des besoins du client à partir d'une analyse besoin pertinente</li> </ul>



			<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant situe le projet dans son environnement (technique et/ou économique, social, réglementaire, politique, juridique)</li> <li>• Il établit clairement le positionnement du projet vis à vis des parties prenantes (services, sous-traitants, fournisseurs, client)</li> <li>• Il fait une présentation concise du contexte</li> </ul> <p><b>Définition des objectifs projet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant a clairement défini les objectifs et les livrables du projet en cohérence avec les besoins exprimés</li> <li>• L'étudiant a défini des objectifs SMART</li> </ul> <p><b>La démarche ou le modèle de gestion de projet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une démarche en cohérence avec les objectifs fixés et les besoins exprimés</li> <li>• Une démarche explicitée, cohérente, structurée, justifiée</li> <li>• Une démarche valide au regard du contexte</li> </ul> <p><b>Le livrable projet :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le livrable répond aux besoins exprimés et aux objectifs fixés</li> <li>• Le livrable été délivré dans le respect des délais</li> <li>• Le livrable fonctionne</li> </ul> <p><b>La pertinence des résultats</b></p>
--	--	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les résultats sont cohérents vis à vis des objectifs fixés</li> <li>• Les résultats sont mis en perspective vis à vis des objectifs</li> <li>• Les résultats sont clairement présentés</li> <li>• L'étudiant évalue le degré de confiance des résultats (précision)</li> <li>• L'étudiant analyse et interprète ses résultats</li> </ul> <p><b>Evaluation des actions projet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant produit des indicateurs de suivi en adéquation avec le sujet du projet</li> <li>• <i>L'étudiant propose une solution qui prend en compte la performance économique, environnementale et sociale</i></li> <li>• L'étudiant propose des pistes d'amélioration</li> </ul> <p><b>Mobilisation des approches, outils et grilles en fonction des résultats à atteindre et du contexte organisationnel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La solution/ les résultats proposés par l'étudiant s'appuient sur des approches et des outils du marketing</li> <li>• L'étudiant explicite l'articulation entre sa solution/ses résultats et les approches et les outils de mise en œuvre d'un processus de marketing choisi</li> <li>• L'étudiant fait preuve de discernement et d'esprit critique dans ses choix d'approches et d'outils</li> </ul> <p><b>Collaborer au sein d'une équipe projet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant rentre facilement en relation avec les membres de son équipe</li> </ul>
--	--	--	---

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il communique aisément avec les différents interlocuteurs à l'oral comme à l'écrit</li> <li>• Il documente son travail en vue de le partager avec l'équipe</li> <li>• Il participe activement au travail de groupe en prenant la parole</li> </ul> <p><b>Conception d'approche stratégiques innovantes pour répondre à des contextes professionnels complexes et incertains</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant analyse le contexte professionnel en prenant en compte sa complexité et le degré d'incertitude de son environnement</li> <li>• L'étudiant conçoit et met en œuvre des approches stratégiques innovantes qui tiennent compte du degré d'incertitude et de complexité du contexte professionnel</li> <li>• L'étudiant produit des indicateurs de suivis afin de mesurer l'efficacité de ces stratégies dans le cadre d'une démarche qualité</li> </ul> <p><b>Analyse réflexive en situation professionnelle</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le rapport de stage reflète une démarche d'analyse des actions entreprises durant le stage.</li> </ul>
--	--	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant appuie sa démarche d'analyse sur des indicateurs de suivi pertinents</li> <li>• L'étudiant dégage des axes d'amélioration</li> </ul> <p><b>Analyse du cas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant distingue et caractérise les éléments de l'environnement externe du cas d'étude : légal-règlementaire, technologique, économique, social, politique et juridique</li> <li>• L'étudiant formule le problème posé par le cas d'étude</li> <li>• L'étudiant propose une analyse cohérente du cas d'étude</li> </ul> <p><b>Résolution du cas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant construit une argumentation structurée pour étayer le diagnostic issu de son analyse</li> <li>• L'étudiant fait des choix de méthodes et de démarches de résolution du cas d'étude pertinents au regard de son analyse et de son diagnostic</li> <li>• L'étudiant explicite ses choix de méthodes et de démarches de résolution</li> <li>• L'étudiant propose des pistes d'action cohérentes avec l'analyse et le diagnostic formulés</li> </ul> <p><b>Mobilisation des approches, outils et grilles en fonction des résultats à atteindre et du contexte organisationnel du cas d'étude</b></p>
--	--	--	---

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• La solution/ l'analyse proposée par l'étudiant s'appuie sur des approches et des outils du marketing</li> <li>• L'étudiant explicite l'articulation entre sa solution/son analyse et les approches et les outils de mise en œuvre d'un processus de marketing choisi</li> <li>• L'étudiant fait preuve de discernement et d'esprit critique dans ses choix d'approches et d'outils</li> </ul>
	Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe	Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.) Études de cas Rapport de stage	Identiques aux critères précédents
	Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif	Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.) Études de cas Rapport de stage	Identiques aux critères précédents
	Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité	Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.) Études de cas Rapport de stage	Identiques aux critères précédents
	Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale	Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.) Études de cas Rapport de stage	<p><b>Respecter une éthique professionnelle</b></p> <p>L'étudiant respecte les règles éthiques et déontologiques (discretion, confidentialité, traçabilité des sources, fiabilité des informations relayées et produites, etc.)</p>
	Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles	Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.) Études de cas Rapport de stage	<p><b>Prendre en compte la dimension d'accessibilité dans ses actions professionnelles</b></p> <p>Il prend en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans les solutions qu'il propose</p>

<p>Mettre en œuvre et piloter le plan d'action décidé en s'appuyant sur des données et informations pertinentes</p>	<p>Maîtriser la vision d'ensemble des techniques d'études de marché qualitatives et quantitatives</p>	<p>Mémoire Étude de cas Rapport de stage Restitution d'articles académiques Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.)</p>	<p><b>Prise en compte du contexte projet et analyse du besoin :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant exprime clairement l'expression des besoins du client à partir d'une analyse besoin pertinente</li> <li>• L'étudiant situe le projet dans son environnement (technique et/ou économique, social, réglementaire, politique, juridique)</li> <li>• Il établit clairement le positionnement du projet vis à vis des parties prenantes (services, sous-traitants, fournisseurs, client)</li> <li>• Il fait une présentation concise du contexte</li> </ul> <p><b>Définition des objectifs projet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant a clairement défini les objectifs et les livrables du projet en cohérence avec les besoins exprimés</li> <li>• L'étudiant a défini des objectifs SMART</li> </ul> <p><b>La démarche ou le modèle de gestion de projet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une démarche en cohérence avec les objectifs fixés et les besoins exprimés</li> <li>• Une démarche explicitée, cohérente, structurée, justifiée</li> <li>• Une démarche valide au regard du contexte</li> </ul>
---	---	---	---

			<p><b>Le livrable projet :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le livrable répond aux besoins exprimés et aux objectifs fixés</li> <li>• Le livrable été délivré dans le respect des délais</li> <li>• Le livrable fonctionne</li> </ul> <p><b>La pertinence des résultats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les résultats sont cohérents vis à vis des objectifs fixés</li> <li>• Les résultats sont mis en perspective vis à vis des objectifs</li> <li>• Les résultats sont clairement présentés</li> <li>• L'étudiant évalue le degré de confiance des résultats (précision)</li> <li>• L'étudiant analyse et interprète ses résultats</li> </ul> <p><b>Evaluation des actions projet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant produit des indicateurs de suivi en adéquation avec le sujet du projet</li> <li>• <i>L'étudiant propose une solution qui prend en compte la performance économique, environnementale et sociale</i></li> <li>• L'étudiant propose des pistes d'amélioration</li> </ul> <p><b>Mobilisation des approches, outils et grilles en fonction des résultats à atteindre et du contexte organisationnel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La solution/ les résultats proposés par l'étudiant s'appuient sur des approches et des outils du marketing</li> </ul>
--	--	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant explicite l'articulation entre sa solution/ses résultats et les approches et les outils de mise en œuvre d'un processus du marketing choisi</li> <li>• L'étudiant fait preuve de discernement et d'esprit critique dans ses choix d'approches et d'outils</li> </ul> <p><b>Collaborer au sein d'une équipe projet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant rentre facilement en relation avec les membres de son équipe</li> <li>• Il communique aisément avec les différents interlocuteurs à l'oral comme à l'écrit</li> <li>• Il documente son travail en vue de le partager avec l'équipe</li> <li>• Il participe activement au travail de groupe en prenant la parole</li> </ul> <p><b>Mémoire de recherche</b>  <b>Définition d'objectifs clairs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant identifie précisément la question relative au marketing, ce qui lui permet d'anticiper la méthode utilisée.</li> <li>• L'étudiant définit un objectif atteignable.</li> </ul> <p><b>Description de la méthode de travail</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La description de la méthode de travail est complète, détaillée et structurée, comprenant les références appropriées, permettant à quiconque de refaire le travail effectué</li> </ul>
--	--	--	--



			<p><b>Recherche de littérature pertinente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant produit une revue de littérature à jour, et ciblée sur les objectifs, en identifiant les travaux les plus importants</li> <li>• L'étudiant sélectionne des sources originales et crédibles</li> <li>• Il effectue des citations à bon escient</li> <li>• Il accompagne ces citations d'un commentaire explicatif et/ou critique</li> </ul> <p><b>Résultats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les résultats sont complets, ciblés sur le thème du mémoire, organisés</li> <li>• L'étudiant utilise de manière adéquate les tableaux et figures, sans redondances</li> <li>• L'étudiant propose des analyses statistiques cohérentes et pertinentes (si applicable)</li> </ul> <p><b>Discussion critique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant fait un rappel des résultats principaux</li> <li>• Il met en perspective les résultats en faisant le lien avec les connaissances existantes</li> <li>• L'étudiant auto-évalue la qualité du travail effectué</li> <li>• Il discute les limites de ce travail</li> </ul> <p><b>Lisibilité du mémoire</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant rédige de manière fluide et concise</li> <li>• La structure du mémoire est claire, avec chacun des éléments à sa place (pas de résultats dans la méthode...)</li> </ul>
--	--	--	---

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• La mise en page est aérée, facilitant la lecture</li> <li>• Les tableaux et les figures utilisés sont de qualité</li> </ul> <p><b>Abstract</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le résumé est structuré, clair, rappelant les objectifs, la méthode, les résultats importants, les conclusions et/ou les recommandations</li> </ul> <p><b>Étude de cas</b> <b>Analyse du cas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant distingue et caractérise les éléments de l'environnement externe du cas d'étude : légal-règlementaire, technologique, économique, social, politique et juridique</li> <li>• L'étudiant formule le problème posé par le cas d'étude</li> <li>• L'étudiant propose une analyse cohérente du cas d'étude</li> </ul> <p><b>Résolution du cas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant construit une argumentation structurée pour étayer le diagnostic issu de son analyse</li> <li>• L'étudiant fait des choix de méthodes et de démarches de résolution du cas d'étude pertinents au regard de son analyse et de son diagnostic</li> </ul>
--	--	--	---

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant explicite ses choix de méthodes et de démarches de résolution</li> <li>• L'étudiant propose des pistes d'action cohérentes avec l'analyse et le diagnostic formulés</li> </ul> <p><b>Mobilisation des approches, outils et grilles en fonction des résultats à atteindre et du contexte organisationnel du cas d'étude</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La solution/ l'analyse proposée par l'étudiant s'appuie sur des approches et des outils du marketing</li> <li>• L'étudiant explicite l'articulation entre sa solution/son analyse et les approches et les outils de mise en œuvre d'un processus de gestion choisis</li> <li>• L'étudiant fait preuve de discernement et d'esprit critique dans ses choix d'approches et d'outils</li> </ul> <p><b>Rapport de stage</b></p> <p><b>Conception d'approche stratégiques innovantes pour répondre à des contextes professionnels complexes et incertains</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant analyse le contexte professionnel en prenant en compte sa complexité et le degré d'incertitude de son environnement</li> </ul>
--	--	--	---

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant conçoit et met en œuvre des approches stratégiques innovantes qui tiennent compte du degré d'incertitude et de complexité du contexte professionnel</li> <li>• L'étudiant produit des indicateurs de suivis afin de mesurer l'efficacité de ces stratégies dans le cadre d'une démarche qualité</li> </ul> <p><b>Analyse réflexive en situation professionnelle</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le rapport de stage reflète une démarche d'analyse des actions entreprises durant le stage.</li> <li>• L'étudiant appuie sa démarche d'analyse sur des indicateurs de suivi pertinents</li> <li>• L'étudiant dégage des axes d'amélioration</li> </ul>
<p>Mettre en œuvre et piloter le plan d'action décidé en s'appuyant sur des données et informations pertinentes</p> <p>Mettre en place un projet</p>	<p>Maîtriser les principes du recueil de données comportementales sur le Web</p>	<p>Mémoire</p> <p>Étude de cas</p> <p>Rapport de stage</p> <p>Restitution d'articles académiques</p> <p>Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.)</p>	<p>Identiques aux critères précédents</p>

de marketing digital dans une organisation			
Mettre en œuvre et piloter le plan d'action décidé en s'appuyant sur des données et informations pertinentes Exercer une veille concurrentielle	Maîtriser la recherche documentaire et de veille sur un marché, détecter les tendances et réaliser des benchmarks	Mémoire Restitutions d'articles académiques Étude de cas Rapport de stage	<p><b>Définition d'objectifs clairs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>L'étudiant identifie précisément la question relative (discipline) au marketing, ce qui lui permet d'anticiper la méthode utilisée.</li> <li>L'étudiant définit un objectif atteignable.</li> </ul> <p><b>Description de la méthode de travail</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La description de la méthode de travail est complète, détaillée et structurée, comprenant les références appropriées, permettant à quiconque de refaire le travail effectué</li> </ul> <p><b>Recherche de littérature pertinente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>L'étudiant produit une revue de littérature à jour, et ciblée sur les objectifs, en identifiant les travaux les plus importants</li> <li>L'étudiant sélectionne des sources originales et crédibles</li> <li>Il effectue des citations à bon escient</li> <li>Il accompagne ces citations d'un commentaire explicatif et/ou critique</li> </ul> <p><b>Résultats</b></p>
Bâtir une stratégie marketing Elaborer un plan marketing efficient Analyser l'environnement commercial de l'entreprise	Définir un plan d'étude adapté aux problématiques marketing rencontrées	Mémoire Restitutions d'articles académiques Étude de cas Rapport de stage	<p><b>Définition d'objectifs clairs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>L'étudiant identifie précisément la question relative au marketing, ce qui lui permet d'anticiper la méthode utilisée.</li> <li>L'étudiant définit un objectif atteignable.</li> </ul> <p><b>Description de la méthode de travail</b></p>

<p>Gérer la communication des marques et de l'entreprise</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• La description de la méthode de travail est complète, détaillée et structurée, comprenant les références appropriées, permettant à quiconque de refaire le travail effectué</li> </ul> <p><b>Recherche de littérature pertinente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant produit une revue de littérature à jour, et ciblée sur les objectifs, en identifiant les travaux les plus importants</li> <li>• L'étudiant sélectionne des sources originales et crédibles</li> <li>• Il effectue des citations à bon escient</li> <li>• Il accompagne ces citations d'un commentaire explicatif et/ou critique</li> </ul> <p><b>Résultats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les résultats sont complets, ciblés sur le thème du mémoire, organisés</li> <li>• L'étudiant utilise de manière adéquate les tableaux et figures, sans redondances</li> <li>• L'étudiant propose des analyses statistiques cohérentes et pertinentes (si applicable)</li> </ul> <p><b>Discussion critique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant fait un rappel des résultats principaux</li> <li>• Il met en perspective les résultats en faisant le lien avec les connaissances existantes</li> <li>• L'étudiant auto-évalue la qualité du travail effectué</li> <li>• Il discute les limites de ce travail</li> </ul> <p><b>Lisibilité du mémoire</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant rédige de manière fluide et concise</li> <li>• La structure du mémoire est claire, avec chacun des éléments à sa place (pas de résultats dans la méthode...)</li> </ul>
--	--	--	---

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• La mise en page est aérée, facilitant la lecture</li> <li>• Les tableaux et les figures utilisés sont de qualité</li> </ul> <p><b>Abstract</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le résumé est structuré, clair, rappelant les objectifs, la méthode, les résultats importants, les conclusions et/ou les recommandations</li> </ul> <p><b>Analyse du cas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant distingue et caractérise les éléments de l'environnement externe du cas d'étude : légal-règlementaire, technologique, économique, social, politique et juridique</li> <li>• L'étudiant formule le problème posé par le cas d'étude</li> <li>• L'étudiant propose une analyse cohérente du cas d'étude</li> </ul> <p><b>Résolution du cas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant construit une argumentation structurée pour étayer le diagnostic issu de son analyse</li> <li>• L'étudiant fait des choix de méthodes et de démarches de résolution du cas d'étude pertinents au regard de son analyse et de son diagnostic</li> <li>• L'étudiant explicite ses choix de méthodes et de démarches de résolution</li> <li>• L'étudiant propose des pistes d'action cohérentes avec l'analyse et le diagnostic formulés</li> </ul> <p><b>Mobilisation des approches, outils et grilles en fonction des résultats à atteindre et du contexte organisationnel du cas d'étude</b></p>
--	--	--	---

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• La solution/ l'analyse proposée par l'étudiant s'appuie sur des approches et des outils du management et de la stratégie</li> <li>• L'étudiant explicite l'articulation entre sa solution/son analyse et les approches et les outils de mise en œuvre d'un processus de marketing choisi</li> <li>• L'étudiant fait preuve de discernement et d'esprit critique dans ses choix d'approches et d'outils</li> </ul> <p><b>Conception d'approche stratégiques innovantes pour répondre à des contextes professionnels complexes et incertains</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'étudiant analyse le contexte professionnel en prenant en compte sa complexité et le degré d'incertitude de son environnement</li> <li>• L'étudiant conçoit et met en œuvre des approches stratégiques innovantes qui tiennent compte du degré d'incertitude et de complexité du contexte professionnel</li> <li>• L'étudiant produit des indicateurs de suivis afin de mesurer l'efficacité de ces stratégies dans le cadre d'une démarche qualité</li> </ul> <p><b>Analyse réflexive en situation professionnelle</b></p>
--	--	--	---



			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le rapport de stage reflète une démarche d'analyse des actions entreprises durant le stage.</li> <li>• L'étudiant appuie sa démarche d'analyse sur des indicateurs de suivi pertinents</li> <li>• L'étudiant dégage des axes d'amélioration</li> </ul>
Mettre en œuvre et piloter le plan d'action décidé en s'appuyant sur des données et informations pertinentes	Piloter un projet d'étude externalisé auprès d'un prestataire / institut d'études dans un budget donné	Mémoire Étude de cas Rapport de stage Restitution orale d'ateliers de conception innovante Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.)	Identiques aux critères d'évaluations précédents
Mettre en œuvre et piloter le plan d'action décidé en s'appuyant sur des données et informations pertinentes	Maîtriser des logiciels d'analyse de données (ex. Excel, SPSS, Tableau, Power BI...) et selon parcours SAS, Python, AMOS, Alceste, ...)	Mémoire Étude de cas Rapport de stage Restitution orale d'ateliers de conception innovante Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.)	Identiques aux critères d'évaluations précédents
Elaborer un plan marketing efficient Analyser l'environnement commercial de l'entreprise	Elaborer un diagnostic du marché et de ses acteurs	Mémoire Restitution orale d'ateliers de conception innovante Étude de cas Rapport de stage	Identiques aux critères d'évaluations précédents

Exercer une veille concurrentielle		Livrables projets : challenges étudiants (hackathon, etc.) Restitutions d'articles académiques	
Bâtir une stratégie marketing Analyser l'environnement commercial de l'entreprise	Mener une démarche de segmentation et de ciblage, puis positionner une offre B2B et B2C	Mémoire Restitution orale d'ateliers de conception innovante Étude de cas Rapport de stage Livrables projets : challenges étudiants (hackathon, etc.) Restitutions d'articles académiques	Identiques aux critères d'évaluations précédents
Bâtir une stratégie marketing Elaborer un plan marketing efficient Contribuer aux processus transverses de l'entreprise dans une approche « global marketing » Analyser l'environnement commercial de l'entreprise	Identifier et proposer des axes de développement et des opportunités de croissance	Mémoire Restitution orale d'ateliers de conception innovante Étude de cas Rapport de stage Livrables projets : challenges étudiants (hackathon, etc.) Restitutions d'articles académiques	Identiques aux critères d'évaluations précédents
Bâtir une stratégie marketing Elaborer un plan marketing efficient Contribuer aux processus transverses de l'entreprise dans une approche « global marketing » Gérer la communication des marques et de l'entreprise	Concevoir / faire évoluer l'offre produit / services en collaboration avec les différents services de l'entreprise (production / opérations, juridique, commercial, logistique...)	Mémoire Restitution orale d'ateliers de conception innovante Étude de cas Rapport de stage Livrables projets : challenges étudiants (hackathon, etc.) Restitutions d'articles académiques	Identiques aux critères d'évaluations précédents

Bâtir une stratégie marketing	Définir une stratégie prix adaptée	Mémoire Restitution orale d'ateliers de conception innovante Étude de cas Rapport de stage Livrables projets : challenges étudiants (hackathon, etc.) Restitutions d'articles académiques	Identiques aux critères d'évaluations précédents
Elaborer un plan marketing efficient Analyser l'environnement commercial de l'entreprise	Identifier les ressorts du comportement des consommateurs et les analyser	Mémoire Restitution orale d'ateliers de conception innovante Étude de cas Rapport de stage Livrables projets : challenges étudiants (hackathon, etc.) Restitutions d'articles académiques	Identiques aux critères d'évaluations précédents
Bâtir une stratégie marketing Elaborer un plan marketing efficient	Penser le marché de manière alternative et faciliter l'innovation de valeur	Mémoire Restitution orale d'ateliers de conception innovante Étude de cas Rapport de stage Livrables projets : challenges étudiants (hackathon, etc.) Restitutions d'articles académiques	Identiques aux critères d'évaluations précédents
Bâtir une stratégie marketing Elaborer un plan marketing efficient Analyser l'environnement commercial de l'entreprise Gérer la communication des marques et de l'entreprise	Définir la stratégie de distribution optimale pour le produit / service (distribution omnicanale)	Étude de cas Rapport de stage Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.)	Identiques aux critères d'évaluations précédents

Elaborer un plan marketing efficient	Définir une stratégie d' acquisition et de fidélisation des clients en mobilisant les outils adaptés (Base de données, CRM...)	Étude de cas Rapport de stage Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.)	Identiques aux critères d'évaluations précédents
Bâtir une stratégie marketing Elaborer un plan marketing efficient Analyser l'environnement commercial de l'entreprise	Bâtir un plan marketing efficace articulant les points de contact stratégiques pour la marque / l' entreprise (point de vente et canaux de communication digitaux ou physiques, media et hors media)	Étude de cas Rapport de stage Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.)	Identiques aux critères d'évaluations précédents
Contribuer aux processus transverses de l'entreprise dans une approche « global marketing »	Comprendre le contexte juridique dans lequel s'inscrivent les actions marketing	Étude de cas Rapport de stage Livrables projets : projets transverses, challenges étudiants (hackathon, etc.)	Identiques aux critères d'évaluations précédents
Mettre en œuvre et piloter le plan d'action décidé en s'appuyant sur des données et informations pertinentes	Identifier et suivre des indicateurs de performance adaptés et réalistes	Livrables projets : projets transverses Mises en situation Rapport de Stage Restitution orale d'ateliers de conception innovante	Identiques aux critères d'évaluations précédents
Mettre en œuvre et piloter le plan d'action décidé en s'appuyant sur des données et informations pertinentes	Gérer des projets en planifiant les tâches dans le temps imparti et en coordonnant les acteurs de l'équipe Coordonner des partenaires externes et internes (agences de publicité et digital, agences de design, agences media, instituts d'étude)	Livrables projets : projets transverses Mises en situation Rapport de Stage Restitution orale d'ateliers de conception innovante	Identiques aux critères d'évaluations précédents

Manager, animer et encadrer les équipes marketing			
Appréhender de manière critique les enjeux du marketing et de la stratégie dans l'organisation/ dans la société	Mobiliser des nouveaux cadres conceptuels issus de la littérature académique pour approfondir la compréhension des marchés	Mémoire Restitution d'articles académiques	Identiques aux critères précédents
Appréhender de manière critique les enjeux du marketing et de la stratégie dans l'organisation/ dans la société Gérer la communication des marques et de l'entreprise	Maîtriser l'environnement dans lequel les organisations non marchandes évoluent ainsi que leurs enjeux et définir la stratégie marketing d'une organisation non marchande	Mémoire Restitution d'articles académiques	Identiques aux critères précédents
Appréhender de manière critique les enjeux du marketing et de la stratégie dans l'organisation/ dans la société	Exercer un œil critique sur le marketing commercial relativement au marketing non marchand ainsi que sur les externalités négatives du marché	Mémoire Restitution d'articles académiques	Identiques aux critères précédents
Appréhender de manière critique les enjeux du marketing et de la stratégie dans l'organisation/ dans la société	Identifier les ressorts de mouvements alternatifs à la consommation (anti-consommation, simplicité volontaire, sobriété)	Mémoire Restitution d'articles académiques	Identiques aux critères précédents

Appréhender de manière critique les enjeux du marketing et de la stratégie dans l'organisation/ dans la société	Développer une analyse critique des organisations du management, du marketing et de la consommation	Mémoire Restitution d'articles académiques	Identiques aux critères précédents
Appréhender de manière critique les enjeux du marketing et de la stratégie dans l'organisation/ dans la société	Comprendre les enjeux liés à l'éthique des affaires et à la responsabilité sociale des marchés et des organisations	Mémoire Restitution d'articles académiques	Identiques aux critères précédents
Appréhender de manière critique les enjeux du marketing et de la stratégie dans l'organisation/ dans la société	Appréhender l'histoire du marketing	Mémoire Restitution d'articles académiques	Identiques aux critères précédents
Appréhender de manière critique les enjeux du marketing et de la stratégie dans l'organisation/ dans la société	Etudier les interactions entre art et entreprise, pour apprécier comment le contexte artistique amène à repenser le management, et comment la managérialisation des mondes de l'art transforme ceux-ci	Mémoire Restitution d'articles académiques	Identiques aux critères précédents

