

CONVENTION DE COOPERATION PEDAGOGIQUE

Entre d'une part

L'Université du Littoral Côte d'Opale

Etablissement public à caractère scientifique, culturel et professionnel
1 Place de l'Yser B.P. 1022 59375 Dunkerque Cedex 01
Représentée par son Président, Edward ANTHONY et ci-après dénommée « ULCO »

Et d'autre part

L'Université des Sciences et Technologies de Lille 1

Etablissement public à caractère scientifique, culturel et professionnel
Cité Scientifique, 59650 Villeneuve d'Ascq
Représentée par son Président, Philippe Rollet et ci-après dénommée « USTL »

IL EST CONVENU CE QUI SUIT

Préambule

Le Master de Sciences Economiques et de Gestion, mention Marketing, spécialité Métiers du Marketing, du Commerce et des Etudes (2^{ème} année), consiste en une formation dont l'objectif est double. Former aux différents métiers du marketing et du commerce dans leurs dimensions managériales en privilégiant les processus qui requièrent de fortes compétences d'intégration. Doter les étudiants des capacités de gestion et de développement des études et analyses dans le domaine.

Article 1 : Objet

La présente convention vise à organiser, entre l'ULCO et l'USTL, les enseignements et le contrôle des connaissances des usagers inscrits dans **la spécialité Métiers du Marketing, du Commerce et des Etudes**.

L'ULCO s'engage à ne pas conclure, sur la base de cette convention, un quelconque partenariat avec un établissement d'enseignement supérieur.

Article 2 : Constitution d'une Commission Permanente

A cet effet, il est constitué une commission permanente composée de :

Pour l'USTL :

- Le Président ou son représentant,
- Le Directeur de l'IAE de Lille,
- Le Président du jury du master.

Pour l'ULCO :

- Le Président ou son représentant,
- Le Directeur du Département Economie/Gestion,
- Le Président du jury du master.

Cette commission est présidée par le Président de l'USTL. Elle réunit sur convocation du Président, à la demande de l'une ou l'autre des parties, pour examiner et répondre à toutes questions afférentes à l'exécution de la présente convention. En fonction des problèmes étudiés, elle pourra s'adjoindre des personnalités compétentes.

Article 3 : Inscription administrative

Les étudiants de l'ULCO sont inscrits à l'USTL qui percevra les droits universitaires fixés réglementairement.

Le CUEEP-Littoral, service FC et apprentissage de l'ULCO assurera l'élaboration des dossiers, les suivis administratif et financier de ces stagiaires ; Il sera garant du respect du livre IX du code du travail.

Les fonds de la formation professionnelle (publics et privés) perçus seront répartis entre les deux universités à hauteur de 50% du bénéfice restant (déduction faite des coûts liés à l'enseignement et à la gestion des dossiers).

Article 4 : Information

L'ULCO et l'USTL s'engagent à présenter l'offre de formation en partenariat dans sa totalité et à en informer les étudiants.

Article 5 : Recrutement

Le recrutement est organisé selon les mêmes modalités (dossier et entretien) dans les deux établissements :

- En formation initiale :

Ce diplôme s'adresse aux étudiants pouvant justifier de 240 crédits ou équivalent.

- En formation continue :

Une demande de validation des acquis professionnels (VAP), pour les personnes non titulaires d'un diplôme bac + 4 ou équivalent, est jointe au dossier du candidat. Elle est examinée par la commission des acquis professionnels de l'USTL ou de l'ULCO. Les demandes de validation des acquis d'expérience (VAE) sont également examinées.

Article 6 : Organisation des enseignements (voir annexe : description des enseignements)

Les enseignements sont organisés selon les modalités de chacun des deux établissements en deux semestres, pour un total de 480 heures et 60 crédits ECTS et décomposés en 11 unités capitalisables, transférables et compensables. Ils seront identiques nonobstant une modularité de 20 % des enseignements compte tenu des spécificités et compétences des enseignants de chacun des deux établissements.

Il est prévu un stage de 4 mois minimum. Ce dernier peut être condensé en fin de second semestre ou réalisée tout au long de l'année. Il donne lieu à la rédaction et à la soutenance d'un mémoire de stage. L'activité déjà exercée par le candidat dans une entreprise ou tout autre organisation peut le dispenser de stage. Il doit toutefois rédiger et soutenir un mémoire de stage.

Article 7 : Contrôle des connaissances

Le contrôle des connaissances donne lieu à deux sessions. Lors de la première, le contrôle continu représente 50% de la note finale. Le contrôle final seul est pris en compte pour la deuxième session. La note obtenue lors de la deuxième session se substitue à la note de contrôle continu obtenue à la première session. Les modules se compensent par semestre.

Pour la première session, le contrôle continu peut être le résultat d'un ou plusieurs contrôles, à l'écrit ou à l'oral, individuel ou en groupe. La note peut résulter d'un ou plusieurs travaux. Dans tous les cas, elle doit faire l'objet d'au moins une évaluation concrète sous forme d'épreuve écrite ou orale. L'absence à une évaluation du contrôle continu entraîne la note 0 à cette évaluation. Aucun rattrapage n'est possible.

Article 8 : Obtention du diplôme

L'étudiant doit valider les deux semestres de 30 crédits chacun pour obtenir le diplôme de master. Une partie des unités peut être validée au titre des acquis professionnels. La validation est prononcée par le jury compétent.

En formation continue, le diplôme faisant l'objet d'une décomposition en 11 unités capitalisables, transférables et compensables, le salarié peut préparer une ou plusieurs unités durant chaque année universitaire. Le diplôme est délivré lorsque les deux semestres pédagogiques sont validés.

Article 9 : JURY

Le jury, pour les étudiants concernés, est constitué en début d'année universitaire et nommé par le Président de l'USTL, en accord avec le Président de l'ULCO.

Article 10 : Constitution d'une équipe de formation

La constitution d'une équipe de formation répond aux dispositions de l'arrêté du 25 avril 2002 sur les masters.

Article 11 : Durée et résiliation

La présente convention est conclue pour la durée de l'année universitaire 2007/2008 et renouvelable par tacite reconduction.

Elle peut être révisée ou résiliée à la fin de chaque année universitaire sous réserve d'un préavis de deux mois à la demande de l'une ou l'autre des parties.

Elle pourra être révisée en cas de nouvelles dispositions légales et réglementaires applicables au diplôme de Master.

Dunkerque, le

Le président de l'Université du
Littoral Côte d'Opale

Edward ANTHONY

Villeneuve d'Ascq, le

Le Président de l'Université des
Sciences et Technologies de Lille

Philippe Rollet

Annexe

Description des enseignements

Programme pédagogique

M2 S3 option : marketing et commerce (30 ects)

UE : Développement et gestion des produits et des gammes

- Développement et lancement des nouveaux produits/nouvelles marques
- Gestion des gammes et des assortiments : analyses, modifications, abandon de produits

UE : Développement et gestion des réseaux commerciaux

- Développement géographique national et international des réseaux de point de vente, des équipes de vente
- Gestion des réseaux, analyses, remaillage

UE : Marketing d'événement et de crise

- Développement des campagnes événementielles
- Communication marketing de crise, campagnes de rappel de produits

UE : Etudes et décisions marketing

- Etudes et bases de données orientées client. Techniques d'analyse et de datamining
- Méthodes de prévision. Aide à la décision

UE : Langues et mission/projet international

- Perfectionnement (anglais, allemand ou espagnol)
- Appui de mission/projet international

UE : Diagnostique marketing et commercial

Au choix.

a) Marketing et commerce grande consommation : étude approfondie d'un grand secteur/marché

b) Marketing et vente industriels : étude approfondie d'un grand secteur/marché

M2 S4 option : marketing et commerce (30 ects)

UE : Analyses et contrôle de rentabilité de l'offre et des canaux

- Les systèmes d'analyse de la rentabilité des offres et des canaux de vente et de service
- Les types de contrôles : analyse des écarts. Audit

UE : Motivation et gestion des équipes et des réseaux commerciaux

- Diagnostic motivationnels, analyse des responsabilités, équipes internationales
- Gestion des compétences commerciales, formation, conduite du changement dans les réseaux commerciaux.

UE : Gestion et développement des relations clients

- Analyse des portefeuilles de clientèle et des bases-clients
- Politiques et programmes de fidélisation et de développement

UE : Etudes et décisions marketing

- Etudes qualitatives. Analyse de l'organisation marketing et des relations interentreprises. Diagnostique relationnel

- Programmes et projets d'études dans les entreprises de dimension internationale

UE : Stage de longue durée avec tutorat. Projet

Le stage constitue le cadre du développement d'un projet à forte valeur ajoutée avec tuteur universitaire et pilote d'entreprise.