

# MASTER MARKETING VENTE

Spécialité

## APPROCHES CULTURELLES

# DE LA DISTRIBUTION ET DE LA CONSOMMATION

Deuxième Année

## Enseignements

### SEMESTRE 3

#### Unité d'Enseignement Fondamental

Méthodologie de la recherche	5	36 h
Théorie de la distribution	5	36 h
Théorie du marketing avancée	5	36 h
Démarches de la veille et la prospective	2	20 h
Collecte et exploitation des données qualitatives	5	36 h
Séminaire de recherche	4	20 h
Ethnomarketing	2	20 h
Ouverture interdisciplinaire	2	20 h

### SEMESTRE 4

#### Unité d'Enseignement Fondamental

Exploitation de données quantitatives	5	36 h
Recherche en comportement du consommateur	5	36 h
Séminaire de recherche (2)	2	20 h
Projet collectif	2	20 h
Mémoire	15	5 h
Stage (laboratoire ou entreprise)	1	