

Cours ouverts aux étudiants ERASMUS

IUT Nancy-Charlemagne – 2018/2019



Semestre A (septembre – décembre)

CHOIX DES COURS

- Le **DUT (Diplôme Universitaire Technologique)** correspond aux 2 premières années de Licence (Bachelor). La majorité des cours proposés ici sont des cours de deuxième année de DUT (2A).
- La mention **AS (Année Spéciale)** désigne un DUT réalisé en un an. Le niveau des enseignements est égal aux DUT 2A.
- Les **LP (Licences Professionnelles)** correspondent à la 3ème année de Licence (Bachelor).
- Les départements à l'IUT sont le plus souvent abrégés comme suivant : **INFO-COM** (Information-Communication) ; **TC** (Techniques de Commercialisation) ; **GEA** (Gestion des Entreprises et des Administrations) ; **MMI** (Métiers du Multimédia et de l'Internet).
- **CM** désigne un Cours Magistral ; **TD** désigne Travaux Dirigés.
- **Langue** correspond à la langue d'enseignement et d'évaluation des cours.
- **TRES IMPORTANT** : Pour éviter des conflits dans votre emploi du temps, il est fortement conseillé de **sélectionner la majorité de vos cours dans un seul département et une formation.**
- Cours de **Français Langue Étrangère (FLE)** : Tous les étudiants internationaux suivent le cours de FLE. Les étudiants francophones ou avec un très bon niveau de français en sont dispensés lors du premier cours.

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
Étudiants internationaux	3	Français Langue Étrangère (FLE) <i>Remise à niveau et cours de français pour des non-francophones en France</i>	-	30	

DEPARTEMENT INFORMATION-COMMUNICATION (2^{ème} étage)

DUT INFORMATION-COMMUNICATION

option COMMUNICATION DES ORGANISATIONS

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
AS CO PUB	4	Droit <i>Faire connaître les règles et les institutions juridiques français qui régissent la production et la diffusion de l'information</i>	30	-	
AS CO PUB	3	Relations presse	-	18	
AS CO PUB	3	Relations publiques	-	20	
AS CO PUB	3	Communication des organisations <i>Appréhender les différents types de communication d'entreprise ; être capable d'analyser la situation de communication ; proposer des outils d'information et de communication pertinents au regard du contexte</i>	-	20	
AS CO PUB	3	Communication événementielle <i>Découvrir la typologie (circonstances, modalités, objectifs, cibles, etc.) des différents événements des entreprises et des organisations ; connaître les exigences et les principes de la conception et de la promotion d'événements</i>	-	20	
AS CO PUB	3	Chaîne graphique	-	10	
AS CO PUB	4	Publication assistée par ordinateur (PAO) <i>Connaitre les principales techniques de production numérique et la chaîne graphique ; utiliser un logiciel de PAO et un logiciel de retouche d'image</i>	-	30	
AS CO PUB	4	Marketing <i>Comprendre les stratégies marketing d'une entreprise</i>	-	28	

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
AS CO PUB	3	Publicité – marketing direct <i>Connaitre les outils et les techniques du marketing direct ; intégrer le Marketing Direct dans la stratégie de communication globale</i>	-	20	
AS CO PUB	3	Rédaction* <i>Se perfectionner dans la discipline Rédaction ; apprendre à décliner, adapter un message sur plusieurs supports de communication</i> *Ce module nécessite une bonne maîtrise de la langue française	-	20	
AS CO PUB	3	Création <i>Approfondir les stratégies techniques et les méthodes de création publicitaire</i>	-	18	
AS CO PUB	3	Expression <i>Adapter son message aux différentes cibles et aux différents supports définis dans un plan de communication ; maîtriser des situations de communication problématiques</i>	-	26	
CO 2A	3	Sociologie de l'individu	-	20	
CO 2A	3	Logo <i>Prendre conscience des enjeux relatifs à la conception et à l'utilisation des signes graphiques-logotypes</i>	-	20	
CO 2A	3	English <i>Être capable de communiquer avec aisance dans l'environnement professionnel de la langue cible ; affiner l'approche des codes culturels des pays des langues-cible</i>	-	20	
CO 2A	3	Business English <i>Maîtriser le vocabulaire professionnel et spécialisé (écrit et oral) ; s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...)</i>	-	30	

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
CO 2A	3	Allemand <i>Maîtriser le vocabulaire professionnel et spécialisé (écrit et oral) ; s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...)</i>	-	30	
CO 2A	3	Espagnol <i>Maîtriser le vocabulaire professionnel et spécialisé (écrit et oral) ; s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...)</i>	-	30	

DUT INFORMATION-COMMUNICATION

option PUBLICITE

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
PUB 2A	3	Conception – rédaction <i>Se perfectionner dans la discipline conception-rédaction ; apprendre à décliner, adapter un message sur plusieurs supports de communication</i>	-	20	
PUB 2A	3	Webmarketing <i>Maîtriser les différents outils du webmarketing ; comprendre les enjeux du e-commerce</i>	-	20	
PUB 2A	3	Management <i>Connaître les principales techniques de communication et de management pour améliorer son leadership</i>	-	20	

PUB 2A	4	Marketing d'étude <i>Définir une méthodologie d'étude, la réaliser et l'analyser afin de faciliter la prise de décision au sein de l'entreprise</i>	-	30	
PUB 2A	3	Audiovisuel <i>Appréhender les techniques qui rendent efficace la communication par les films</i>	-	20	

LICENCE PROFESSIONNELLE CREATION PUBLICITAIRE

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
LP CREA	3	Maquette et mise en page <i>Le cours aborde les principes de la mise en page sur InDesign de la maquette jusqu'à la version finale. Il s'agit de concevoir des documents de communication variés (brochures, affiches, dépliants, magazines, etc.) en print et en numérique</i>	-	12	
LP CREA	3	Marketing stratégique <i>Le marketing stratégique permet de fixer des objectifs marketing pour le développement des marchés de l'entreprise en s'appuyant sur les résultats d'études et d'analyses</i>	-	14	
LP CREA	3	Stratégie de communication <i>Le cours s'intéresse au processus visant à choisir et mettre en œuvre les actions requises pour atteindre des objectifs de communication : cibles, messages, plan de communication, média et support</i>	-	16	
LP CREA	3	Comportement du consommateur <i>Le cours étudie les comportements des individus dans leur consommation de produits ; il cherche à détecter les motivations et les modes de fonctionnement des consommateurs</i>	6	6	

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
LP CREA	3	Communication Web <i>A partir d'étude marketing, le cours se concentre sur la communication digitale et déploie les méthodes adaptées aux stratégies sur le web</i>	-	14	
LP CREA	3	Dimension sociale de la publicité <i>Comme tout moyen de communication, la publicité puise son inspiration dans un bain psycho-social aussi bien qu'elle alimente ce bain. Le fil rouge de ce module consiste donc à interroger les liens entre publicité et société via la mobilisation de concepts de la psychologie sociale</i>	-	12	
LP CREA	3	Histoire de la publicité <i>A partir de campagnes publicitaires ciblées, le cours explore les grandes périodes de la publicité du XIXe siècle à nos jours. En parallèle, le module fait un focus sur une marque en particulier, son histoire, ses valeurs, sa communication</i>	6	6	
LP CREA	3	Webdesign <i>Le webdesign désigne la conception de l'interface d'un site internet : architecture, organisation des pages, arborescence et navigation</i>	-	16	
LP CREA	3	Charte graphique <i>Le cours vise à bâtir une charte graphique professionnelle par la conception des différents éléments graphiques (logos, couleurs, polices, typographies, symboles, etc.) qui sont utilisés sur les différents supports de communication</i>	-	12	

LICENCE PROFESSIONNELLE COMMUNICATION PUBLIQUE ET OUTILS NUMERIQUES

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
LP CP&ON	4	Stratégie de communication	10	16	
LP CP&ON	3	Communication interne	-	14	
LP CP&ON	3	Communication culturelle et touristique	-	14	
LP CP&ON	3	Communication et démocratie de proximité	-	14	
LP CP&ON	3	Connaissance des médias et relations presse	-	14	
LP CP&ON	3	Connaissance des institutions nationales et internationales	6	8	
LP CP&ON	3	Collectivités territoriales et décentralisation	-	14	
LP CP&ON	3	Connaissance de l'administration publique	-	14	
LP CP&ON	3	Les outils du web	6	8	
LP CP&ON	3	Conception de sites web et applications mobiles	-	15	
LP CP&ON	3	Graphisme et PAO	-	20	

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
LP CP&ON	3	Réseaux sociaux	-	14	
LP CP&ON	3	Gestion de projets	4	10	
LP CP&ON	3	Rédaction professionnelle	-	14	
LP CP&ON	3	Expression orale	-	10	
LP CP&ON	3	Projet professionnel personnalisé	-	10	
LP CP&ON	6	Projet tutoré	-	60 (travail personnel)	

DEPARTEMENT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION (3^{ème} étage)

DUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
TC 1A	3	Marketing fundamentals	12	-	
TC 1A	3	Business English <i>Branding ; advertising ; money and finance ; telephoning</i>	-	22,5	
TC 2A	4	Gestion financière et budgétaire <i>Comprendre les équilibres bilanciaux ; comprendre l'incidence des actions commerciales sur la performance ; appréhender la dimension prévisionnelle</i>	12	15	
TC 2A	4	Marketing direct – gestion de la relation client <i>Comprendre les enjeux de la relation client ; maîtriser les outils de la relation client ; maîtriser la réalisation de documents</i>	12	15	
TC 2A	4	Marketing du point de vente <i>Mener une étude d'implantation ; analyser quantitativement et qualitativement l'assortiment d'un rayon / d'un univers ; aménager et animer l'espace de vente</i>	12	15	
TC 2A	4	Économie <i>Décrypter l'information économique ; exercer un regard critique sur les grands débats économiques</i>	12	15	
TC 2A	4	Logistique <i>Identifier tous les maillons de la chaîne logistique ; acquérir le vocabulaire logistique ; réaliser un diagnostic logistique ; trouver une solution à une problématique logistique</i>	12	15	
TC 2A	4	Communication commerciale <i>Élaborer un plan de communication commerciale ; évaluer une campagne de communication ; mesurer l'impact de la campagne ; accompagner la force de vente</i>	12	15	

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
TC 2A	3	Négociation* <i>Maîtriser l'entretien de vente dans différentes situations ; gérer la préparation de l'entretien</i> *Ce module nécessite une bonne maîtrise de la langue française	-	19,5	
TC 2A	3	Allemand <i>Comprendre un document professionnel ou général (écrit /oral) ; communiquer à l'écrit comme à l'oral ; acquérir les outils pour faire une présentation orale ; acquérir les outils pour interagir dans une situation professionnelle</i>	-	24	
TC 2A	3	Espagnol <i>Comprendre un document professionnel ou général (écrit /oral) ; communiquer à l'écrit comme à l'oral ; acquérir les outils pour faire une présentation orale ; acquérir les outils pour interagir dans une situation professionnelle</i>	-	24	

LICENCE PROFESSIONNELLE COMMERCE INTER-ENTREPRISES, COMMERCE DE GROS ET COMMERCE INTERNATIONAL*

*Les cours ont lieu le jeudi et vendredi

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
LP CGCI	3	Marketing fundamentals (Fondementaux du marketing)	-	15	
LP CGCI	4	International markets and analysis (Prospection des marchés internationaux)	10	20	

LP CGCI	4	Strategy of multinationals and global presence (Stratégies des groupes internationaux et implantation internationale)	10	20	
LP CGCI	3	Gestion des flux internationales (Introduction to international transport)	7	13	
LP CGCI	3	Business English and international business	-	24	

LICENCE PROFESSIONNELLE MARKETING DES ACHATS ET DES VENTES A L'INTERNATIONAL*

*Les cours ont lieu le jeudi et vendredi

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
LP MAVI	4	International negotiation techniques (Techniques de négociation internationale)	16	-	
LP MAVI	3	International marketing (Marketing international)	-	20	
LP MAVI	3	Panorama of Latin America (Panorama de l'Amérique Latine)	-	18	
LP MAVI	3	Managing cross-cultural differences (Gestion des différences culturelles)	-	20	

DEPARTEMENT GESTION DES ENTREPRISES ET DES ADMINISTRATIONS (4^{ème} étage)

DUT GESTION DES ENTREPRISES ET DES ADMINISTRATIONS

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
GEA 2A	4	Mathématiques - Applications professionnelles statistiques <i>Tests statistiques de comparaison, test de Chi 2 d'indépendance et d'homogénéité, coefficient de corrélation, régression linéaire</i>	6	18	

DEPARTEMENT METIERS DU MULTIMEDIA ET DE L'INTERNET (5^{ème} étage)

LICENCE PROFESSIONNELLE ANIMATION DES COMMUNAUTÉS ET RESEAUX SOCIONUMÉRIQUES

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
LP ACoRS	3	Communication numérique dans les organisations	-	20	

Cours ouverts aux étudiants ERASMUS

IUT Nancy-Charlemagne – 2018/2019



Semestre B (janvier – mars)

DEPARTEMENT INFORMATION-COMMUNICATION (2^{ème} étage)

DUT INFORMATION-COMMUNICATION

option COMMUNICATION DES ORGANISATIONS

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
CO2	3	Webmarketing <i>Maîtriser les différents outils du webmarketing ; comprendre les enjeux du e-commerce</i>	20	-	
CO2	3	Rédaction* <i>Se perfectionner dans la discipline Rédaction ; apprendre à décliner, adapter un message sur plusieurs supports de communication</i> *Ce module nécessite une bonne maîtrise de la langue française	-	20	
CO2	3	Gestion des ressources humaines <i>Acquérir les méthodologies de l'audit de communication interne ; comprendre et analyser les enjeux, les discours et les stratégies mises en œuvre dans les entreprises pour gérer les collectifs de travail</i>	-	15	
CO2	3	Design et communication visuelle <i>Comprendre les enjeux stratégiques de la communication visuelle ; maîtriser des moyens théoriques, techniques et pratiques pour donner une forme et du sens à une idée ; comprendre les qualités expressives de la lettre ; maîtriser le traitement graphique de l'image</i>	-	20	
CO2	3	Approfondissement en Info-Com	-	20	
CO2	3	Transmedia et storytelling <i>Apprendre à raconter une histoire dans une stratégie de communication</i>	-	20	

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
CO2	4	Ateliers : études de cas <i>Comprendre le projet et le positionnement d'une organisation à partir d'études de cas et des productions concrètes</i>	-	20	
CO2	3	Communication numérique <i>Appréhender les techniques qui permettent de mettre en place une stratégie de communication efficace sur le web</i>	-	20	
CO2	3	Communication publique <i>Appréhender les stratégies de communication dans une organisation publique ou associative</i>	-	20	
CO2	3	Marketing <i>Analyser l'environnement ; comprendre la stratégie marketing d'une organisation ; poser un diagnostic (situation, marché, positionnement...) ; élaborer un mix marketing</i>	-	20	
CO2	3	International cultures <i>Appréhender la diversité sociale et culturelle ; savoir repérer et utiliser les codes culturels propres aux différents pays</i>	-	20	
CO2	3	English <i>Utiliser l'anglais pour créer des documents de communication (posters, publicités...) ; études de cas</i>	-	22	
CO2	3	Allemand <i>Être capable de communiquer avec aisance dans l'environnement professionnel de la langue cible ; affiner l'approche des codes culturels des pays des langues-cible</i>	-	20	
CO2	3	Espagnol <i>Être capable de communiquer avec aisance dans l'environnement professionnel de la langue cible ; affiner l'approche des codes culturels des pays des langues-cible</i>	-	20	

DUT INFORMATION-COMMUNICATION

option PUBLICITE

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
PUB 2A	3	Genre de films	-	20	
PUB 2A	4	Atelier créatif <i>Étudier, réfléchir et concevoir une recommandation créative d'après les aspects stratégiques (marketing et communication et opérationnels)</i>	-	30	
PUB 2A	3	Storytelling <i>Apprendre à raconter une histoire dans une stratégie de communication</i>	-	20	
PUB 2A	3	Design et communication visuelle	-	20	
PUB 2A	3	Analyse du discours* <i>*Ce module nécessite une bonne maîtrise de la langue française</i>	-	20	
PUB 2A	3	Stratégie marketing <i>Établir un diagnostic stratégique et formuler des recommandations en termes de stratégies de développement et les conséquences au niveau de la segmentation, du ciblage, du positionnement et du marketing mix</i>	-	20	
PUB 2A	3	Stratégie de communication digitale <i>Appréhender le webmarketing, le marketing des réseaux sociaux ; identifier un contexte, le besoin de l'annonceur ; faire une analyse de l'existant en termes d'image et de communication produit ; identifier une problématique de communication et y répondre</i>	-	20	

DUT INFORMATION-COMMUNICATION

option INFORMATION NUMERIQUE

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
MMI 2A	3	Analyse de l'actualité <i>Analyse de la couverture informationnelle par différents supports ; connaissance de l'environnement journalistique : médias et journalisme ; comprendre les enjeux politiques, économiques et sociétaux contemporains</i>	-	20	

LICENCE PROFESSIONNELLE CREATION PUBLICITAIRE

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
LP CREA	3	Conception et création publicitaire <i>A partir de briefs, l'objectif est la conception d'actions de communication et la création des supports publicitaires adéquates</i>	-	20	
LP CREA	3	Conception-rédaction <i>Le cours se focalise sur le message publicitaire, les textes, les slogans, les formules. Il s'agit de mettre les mots sur une idée en concevant les messages publicitaires des campagnes de communication en fonction des produits mais aussi des publics visés et des supports utilisés</i>	-	18	

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
LP CREA	3	Contenu de marque <i>Dans le contexte du brand content, le cours aborde la technique du placement de produits notamment dans le cinéma de fiction</i>	6	6	
LP CREA	3	Créativité lexicale <i>Le cours analyse les différents procédés de la créativité lexicale et explore les formules de style récurrentes dans les campagnes de communication publicitaire</i> *Ce module nécessite une bonne maîtrise de la langue française	-	10	

LICENCE PROFESSIONNELLE COMMUNICATION PUBLIQUE ET OUTILS NUMERIQUES

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
LP CP&ON	2	Gestion de l'identité et des traces numériques	-	10	
LP CP&ON	3	Techniques d'enquêtes	-	14	
LP CP&ON	2	Droit de la communication publique	4	6	
LP CP&ON	3	Anglais professionnel	-	20	
LP CP&ON	2	Sémiologie de l'image	4	6	

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
LP CP&ON	2	Photographie numérique	-	10	
LP CP&ON	3	Technique et pratique audiovisuel	-	20	
LP CP&ON	2	Géomatique	-	8	
LP CP&ON	3	Référencement SEO	-	14	
LP CP&ON	3	PAO Approfondissement	-	20	
LP CP&ON	3	Données massives, données ouvertes	4	6	
LP CP&ON	3	Ergonomie	-	14	
LP CP&ON	5	Programmation web et bases de données	-	35	
LP CP&ON	6	Projet tutoré	-	90 (travail personnel)	

DEPARTEMENT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION (3^{ème} étage)

DUT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
TC 1A	3	Operational marketing	-	12	
TC 1A	3	Business English <i>Companies, news project, business communication and emails, getting a job, marketing, negotiation (role play)</i>	-	27	
TC 2A	4	E-marketing <i>Comprendre les enjeux marketing des TIC ; utiliser les différents outils de web marketing ; intégrer le e-commerce dans une approche multi-canal</i>	12	12	
TC 2A	4	Stratégie d'entreprise* <i>Être capable de cerner la stratégie d'entreprise et ses différents niveaux ; appréhender le diagnostic stratégique ; identifier les différentes alternatives de développement stratégique des entreprises</i> *Ce module comprend 2 jours (15 heures TD) de formation intensive	12	22,5	
TC 2A	4	Management de l'équipe commerciale <i>Comprendre le fonctionnement d'une équipe commerciale (spécificité des métiers commerciaux, organisation de l'équipe de vente, organisation du travail du commercial) ; comprendre les principes du management d'une équipe commerciale (principaux leviers d'animation et outils de gestion)</i>	9	15	
TC 2A	4	Achat et qualité <i>Comprendre les enjeux des fonctions achat et qualité dans l'entreprise ; appréhender les principaux outils et méthodes de la qualité et de l'achat</i>	12	15	

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
TC 2A	3	Allemand <i>Comprendre un document professionnel ou général (écrit /oral) ; communiquer à l'écrit comme à l'oral ; acquérir les outils pour faire une présentation orale ; acquérir les outils pour interagir dans une situation professionnelle</i>	-	24	
TC 2A	3	Espagnol <i>Comprendre un document professionnel ou général (écrit /oral) ; communiquer à l'écrit comme à l'oral ; acquérir les outils pour faire une présentation orale ; acquérir les outils pour interagir dans une situation professionnelle</i>	-	24	

LICENCE PROFESSIONNELLE COMMERCE INTER-ENTREPRISES, COMMERCE DE GROS ET COMMERCE INTERNATIONAL*

*Les cours ont lieu les jeudis et vendredis

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
LP CGCI	4	Place de marché et système d'échange électronique (E-commerce)	15	15	
LP CGCI	3	Business English and international business	-	24	

DEPARTEMENT GESTION DES ENTREPRISES ET DES ADMINISTRATIONS

(4^{ème} étage)

DUT GESTION DES ENTREPRISES ET DES ADMINISTRATIONS

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
GEA 2A	4	Économie	-	30	
GEA 2A	3	Études de cas pratiques	-	15	
GEA 2A	3	Gestion des achats et des ventes	-	20	
GEA 2A	4	Mathématiques - Applications professionnelles statistiques <i>Tests statistiques de comparaison, test de Chi 2 d'indépendance et d'homogénéité, coefficient de corrélation, régression linéaire</i>	6	18	
GEA 2A	3	International management			

DEPARTEMENT METIERS DU MULTIMEDIA ET DE L'INTERNET (5^{ème} étage)

DUT METIERS DU MULTIMEDIA ET DE L'INTERNET

Groupe d'étudiants	ECTS	Libellé et descriptif de la matière	Heures CM	Heures TD	Langue
MMI 2A	4	Hybrid mobile application development* <i>*Ce module nécessite des connaissances en programmation</i>			