

Programme d'études

# DEESCOM

## Diplôme Européen d'Etudes Supérieures en Communication

Niveau Licence Bachelor



# Poursuivre vos études à Bac+3 en DEES niveau Licence/Bachelor

## 1- Pourquoi poursuivre vos études à Bac+3?

De plus en plus exigeante en qualification professionnelle, la compétition pour l'emploi impose des niveaux de certification sans cesse plus élevés.

La réforme LMD (Licence, Maîtrise, Doctorat), qui vise à harmoniser l'enseignement supérieur en Europe et à faciliter les échanges d'étudiants s'inscrit dans cette optique. Elle rend cependant plus pressante la question de la poursuite des études pour les titulaires d'un BTS, DUT ou tout autre diplôme Bac+2.



Les avantages de la poursuite de vos études après votre Bac+2 sont très nombreux.

- Vous allez acquérir un niveau supérieur de compétences validé par un diplôme nettement plus valorisant, vous rendant ainsi plus concurrentiel sur le marché de l'emploi (par exemple un Bac+3 en Marketing Approfondi après un BTS commercial).
- Vous pouvez également en profiter pour vous spécialiser dans un domaine professionnel porteur (par exemple Manager dans le secteur du Tourisme-Hôtellerie).
- La poursuite d'études peut également correspondre à la volonté d'obtenir une double compétence et élargir ainsi votre palette professionnelle (par exemple un Bac+3 en Gestion/Management après un Bac+2 Marketing)

Le dispositif de la formation en alternance école/entreprise permet à l'étudiant, quel que soit le cursus suivi à Bac+2, de poursuivre ses études tout en démarrant sa carrière professionnelle, avec tous les avantages matériels que cela représente. Les entreprises se disputent ces profils de candidats, rapidement opérationnels et qui constitueront les futurs managers sur lesquels elles appuieront leur développement.

## 2- Le DEES, niveau Licence/Bachelor

Plutôt que d'intégrer une filière universitaire classique, plus axée sur l'aspect théorique, vous avez la possibilité d'opter pour un Diplôme Européen d'Etudes Supérieures (DEES), qui se prépare en 1 an après votre Bac+2.

Le DEES a pour vocation de permettre aux étudiants issus d'un cycle Bac + 2 (BTS, DUT, etc...) d'acquérir les compétences pour passer d'un niveau de technicien supérieur à celui de cadre.

Votre diplôme sera reconnu au plan européen dans le cadre du Système Européen de Transfert et d'Accumulation de Crédits (ECTS) et vous permet d'obtenir le total de 180 crédits ECTS. Il vous apportera le niveau Bac+3, très convoité dans la nouvelle architecture LMD.

### *La Fédération Européenne des Ecoles (FEDE)*

*Le Diplôme Européen d'Etudes Supérieures est validé par la FEDE. C'est une Organisation Non Gouvernementale dotée du statut participatif au près du Conseil de l'Europe et qui regroupe 500 écoles supérieures, proposant des formations de niveau Licence/Bachelor à Master Européen.*



Le DEES permet également de poursuivre ses études par un Master Européen et d'accéder au grade de Master du schéma européen d'organisation des études supérieures LMD.

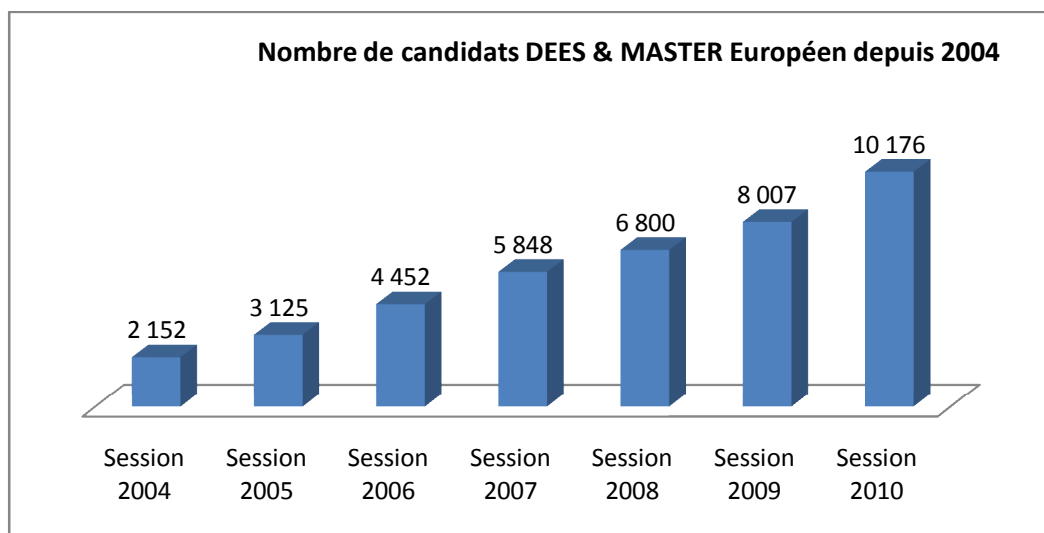
Le DEES bénéficie d'une reconnaissance très importante dans le monde des entreprises qui plébiscitent ce diplôme.

L'Institut Européen de Formation, membre de la FEDE, propose aux étudiants, futurs managers, plusieurs filières de DEES parmi les plus porteuses :

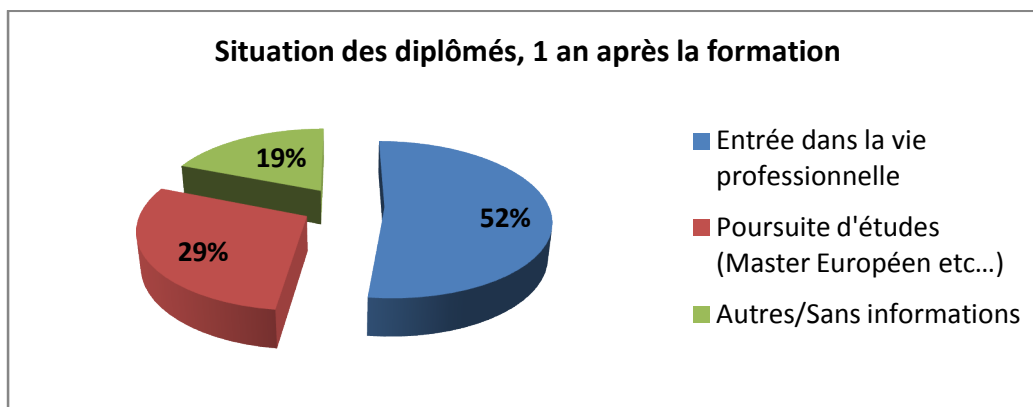
- **DEESMA** - Diplôme Européen d'Etudes Supérieures en Marketing
- **DEESARH** - Diplôme Européen d'Etudes Supérieures Assistant de Gestion Ressources Humaines
- **DEESGEST** - Diplôme Européen d'Etudes Supérieures en Management et Gestion des PME
- **DEESTH** - Diplôme Européen d'Etudes Supérieures en Tourisme et Hôtellerie
- **DEESCOM** - Diplôme Européen d'Etudes Supérieures en Communication
- **DEESCOM RP** - Diplôme Européen d'Etudes Supérieures en Communication Option Relations Publiques

### 3- Les chiffres clés

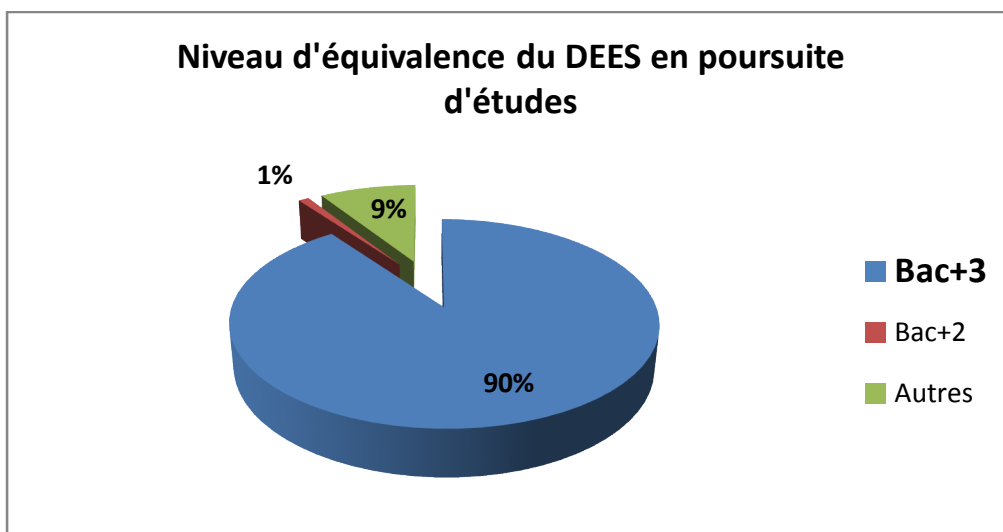
#### Des filières au développement accéléré



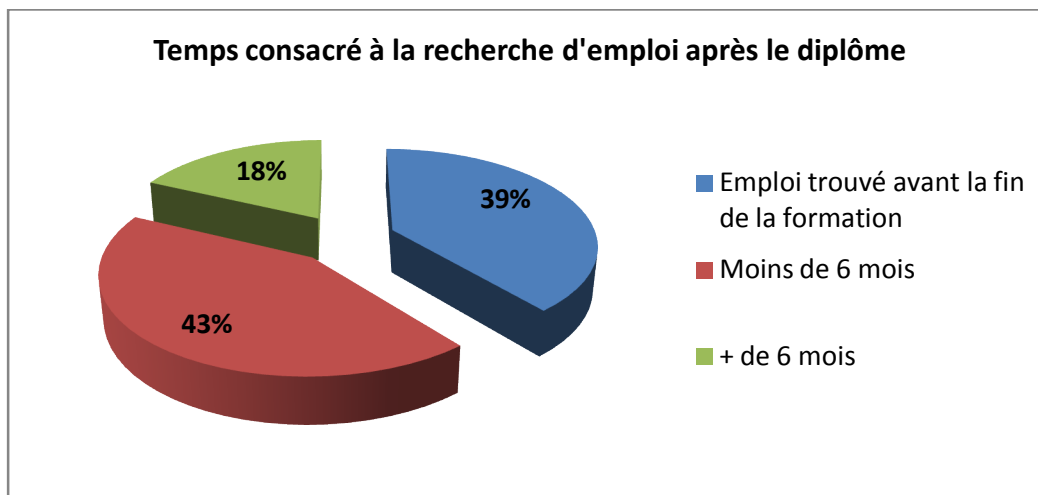
#### Le DEES niveau Licence/Bachelor : un tremplin pour votre carrière



**Vous souhaitez poursuivre en Master Européen etc... après votre DEES ?**



**82% des diplômés sont en poste 6 mois après la formation**



*(Source : FEDE Enquêtes 2010 auprès des anciens étudiants)*

# Organisation des études en DEESCOM

## 1- Contenu du DEESCOM : Compétences/Thèmes/Carrières

### Compétences visées

- Savoir établir un bon diagnostic en matière de communication
- Elaborer un projet de communication
- Monter un événement opérationnel sur le plan économique et de la communication en intégrant les technologies de l'information et de la communication
- Savoir travailler en équipe
- Intégrer les difficultés de comportements entre les continents

### Thèmes abordés au cours de la formation

*(Programme de formation détaillé en fin de brochure)*

- Communication stratégique
- Outils de la mercatique événementielle
- Communication fonctionnelle
- Communication électronique
- Techniques de communication
- Communication comportementale



### Postes visés



- Chef de Produit
- Responsable marketing opérationnel
- Chef de publicité
- Chargé de communication au sein des moyennes et grandes organisations

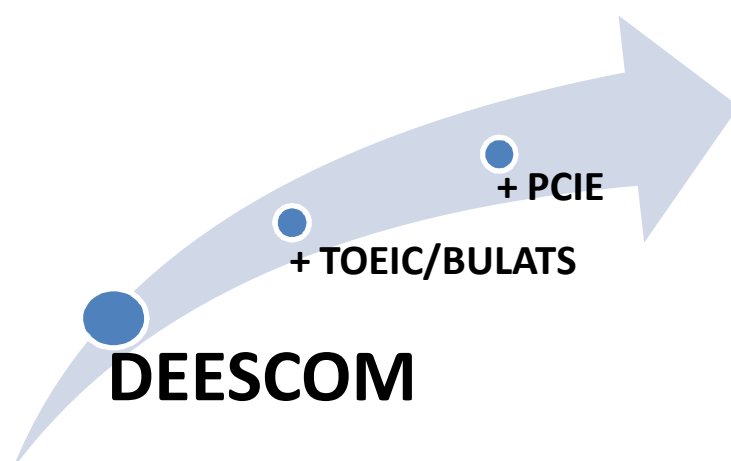
## 2- L'IEF donne plus de valeur ajoutée à votre DEESCOM

La concurrence est chaque jour plus intense sur le marché du travail. Pour chaque recrutement, les entreprises opèrent souvent leur sélection parmi des centaines de candidatures. Deux domaines de compétences spécifiques s'avèrent souvent déterminants pour départager les candidats : la maîtrise d'une ou plusieurs **langues étrangères** et une maîtrise efficiente des **outils bureautiques** du manager, lacune récurrente.

Pour doper vos chances d'être le meilleur candidat, l'IEF vous offre d'augmenter la valeur ajoutée de votre cycle d'études DEESCOM en complétant cette formation par 2 certifications supplémentaires qui viendront prouver un niveau de compétences élevé :

- **TOEIC/BULATS**, certifications internationales en langues étrangères
- **PCIE**, standard européen pour la maîtrise des outils informatiques du manager

La préparation à ces 2 certifications s'effectue dans le cadre du cycle d'études DEESCOM selon planning.



### Une formule d'études vitaminée pour booster votre carrière !

- **TOEIC** ou **BULATS** : certifications internationales en langues étrangères  
Le **TOEIC**<sup>®</sup> (Test Of English for International Communication) constitue une norme unanimement reconnue dans les entreprises. Les compréhensions écrites et orales sont évaluées.  
Le **BULATS** (Business Language Testing) évalue les compétences en langue allemande dans des situations professionnelles. Les compréhensions écrite et orale sont évaluées ainsi que le vocabulaire et la grammaire.

### ▪ PCIE Passeport de Compétences Informatiques Européen

Le PCIE constitue à ce jour le véritable standard mondial de validation et de certification des compétences en Technologies de l'Information. Il valide les compétences dans 7 domaines différents :

Connaissances générales / Gestion des documents / Traitement de texte / Tableur / Base de données / PAO / Internet et courrier électronique



## 3- Le DEESCOM en alternance : poursuite d'études et début de carrière en simultané

Le dispositif de la formation par alternance permet à l'étudiant de poursuivre ses études à Bac+3 tout en intégrant une entreprise. Les cours ont lieu à raison de deux jours par semaine. Il bénéficie ainsi des importants avantages matériels liés à ce statut :

- gratuité de la formation
- rémunération/gratification versée par l'entreprise d'accueil

2 formules sont envisageables après entretien de positionnement avec les conseillers de l'IEF :



### **Le Contrat de Professionnalisation**

L'étudiant signe avec l'entreprise un contrat de professionnalisation pour toute la durée du cycle d'études et **perçoit un salaire**. Le coût de la formation est entièrement pris en charge par l'Organisme Collecteur Paritaire Agréé de l'entreprise.

### **Le Stage Longue Durée**

La formation fait l'objet d'une convention de stage longue durée signée avec l'entreprise d'accueil, pour toute la durée du cycle d'études. **L'étudiant perçoit une gratification de stage** ou peut percevoir des **indemnités en qualité de demandeur d'emploi** inscrit à une formation. L'entreprise est exonérée de toutes charges et assume le coût de la formation

Les conseillers de l'IEF accompagnent techniquement l'étudiant pour l'ensemble des démarches administratives.

*Toutefois, l'étudiant qui le souhaite peut également choisir d'effectuer ce cycle d'études en cycle classique. Dans ce cas de figure, il n'aura à effectuer que 6 semaines de stage mais assumera le coût de la formation qui s'élève à 4.300 € pour l'année.*

#### **4- Qualités requises / Conditions d'admission**

La clé de la réussite pour ce cycle d'études Bac+3 réside dans une forte motivation personnelle du candidat et dans un haut niveau d'engagement personnel.

##### **Qualités requises :**

- Sens relationnel développé
- Polyvalence et adaptabilité
- Ouverture sur le monde extérieur/ouverture d'esprit, bon niveau de culture générale
- Esprit d'initiative
- Capacité à travailler en autonomie

##### **Conditions d'admission :**

L'admission au cycle d'études DEES est ouverte aux candidats :

- qui sont titulaires d'un diplôme, BTS-DEUG-DUT-Bacharel-Bachelor-Staatsprüfung-Diploma Universitario-Licenciado-Doctorandus
- qui sont titulaires d'un diplôme ou d'une attestation délivrés par une école ou une université validant l'obtention d'au moins 120 crédits selon le système européen de crédits transférables (ECTS)

L'admission est également ouverte, sous condition stricte à même de motiver l'exception, aux candidats non titulaires d'un des diplômes ou attestations sus mentionnés.

L'admission se fera sur analyse du dossier, tests écrits et entretiens individuels approfondis permettant d'apprécier la motivation de l'étudiant et sa capacité à intégrer et suivre avec succès ce cycle d'études.



---

**Procédure d'admission :**

- Dépôt et analyse approfondie du dossier de candidature dès le 1er février 2011
- Entretien individualisé sur rendez vous / Tests écrits
- Réunion pour avis de la commission spécialisée d'admission

Délai : 2 semaines environ après dépôt initial du dossier

## 5- Modalités pratiques 2011/2012

---

**Agenda pédagogique :**

Pré -Rentrée prévue Jeudi 6 octobre 2011 - Fin des cours fin mai 2012

Examen juin et/ou octobre 2012

---

**Frais d'inscription aux examens :**

DEES : 260 à 350 € selon spécialité \* ( hors option )

Préparation – Entraînement – Tests - Certificat : PCIE / TOEIC / BULATS : 80 € \*

*\*Ces montants, n'étant pas perçus par l'IEF, sont communiqués à titre indicatif*

# Programme de formation DEESCOM

Le référentiel de formation est décomposé en Unités Capitalisables (UC) :

## Unité d'Enseignement A : UE A – Culture et Citoyenneté Européennes

UC A1	L'Europe, une histoire et une géographie
UC A2	Les institutions et le droit communautaire
UC A3	Les grands enjeux de l'Europe

## Unité d'Enseignement B : UE B – Langue Vivante Européenne

UC B31	Langue vivante Européenne 1 ( <i>Anglais ou Allemand</i> )
--------	--

## Unité d'Enseignement D : UE D – Techniques Professionnelles

UC D31	Techniques Professionnelles Projet Tutoré ou Stage
--------	---

## UC A1 : L'Europe, une histoire et une géographie

### 1- La construction européenne

- - Naissance de l'unité européenne
- - Le Conseil de l'Europe
- - L'Organisation pour la Sécurité et la Coopération en Europe (OSCE)
- - Naissance des trois communautés
- - La Coopération militaire
- - La construction horizontale de l'Europe
- - Le Traité de Rome : établissement du marché commun
- - Acte unique : mise en place du marché unique
- - Traité de Maastricht ou Traité de l'UE
- - Traité d'Amsterdam, Traité de Nice et CIG
- - Le projet de traité constitutionnel
- - Le Traité de Lisbonne

---

## **2- Présentation de l'UE et des pays candidats**

- - Aspects géographiques (superficies, capitales...)
- - Aspects démographiques
- - Aspects économiques
- - Aspects politiques
- - Aspects culturels

## **UC A2 : Les institutions et le droit communautaire**

---

### **1- Les institutions de l'Union européenne**

- - Le système exécutif
- - Le système législatif
- - Le système juridictionnel
- - Le système bancaire
- - Le système consultatif

---

### **2- Les sources du droit communautaire**

- Sources écrites
- Sources non écrites

---

### **3- Application du droit communautaire dans l'ordre juridique des Etats**

- L'applicabilité immédiate
- L'applicabilité directe ou effet direct
- La primauté du droit communautaire

## **UC A3 : Les grands enjeux de l'Europe**

---

### **1- Citoyenneté démocratique et Droits de l'Homme**

- La Convention européenne des Droits de l'Homme et protocoles additionnels
- La charte des droits fondamentaux

---

### **2- La citoyenneté européenne**

- Droit de vote et d'éligibilité
- Droit à une bonne administration
- Accès aux documents
- Recours au Médiateur
- Droit de pétition
- Liberté de circulation et de séjour
- Protection diplomatique et consulaire

---

### **3- Recours juridictionnels du citoyen**

- La Cour de justice des communautés européennes
- La Cour Européenne des Droits de l'Homme

---

### **4- Les mutations institutionnelles : le devenir de l'Union européenne**

- Défis et mise en place de la convention européenne
- Composition et fonctionnement
- Les propositions principales sur la future gouvernance de l'Union
- Une « Constitution » pour l'Europe

## **UC B31 : Langue vivante Européenne 1 (Anglais ou Allemand) - Niveau B1 du Cadre Européen Commun de Référence**

Thèmes abordés à l'oral et à l'écrit :

L'Europe, le mode du travail, l'économie générale, la vie pratique, la communication, les sujets d'actualité

## **UC D31 : Techniques professionnelles**

### **1. Histoire de la communication d'entreprise**

#### **• Les grandes étapes de la communication d'entreprise**

- La communication commerciale et non commerciale
- La communication non commerciale (interne et externe)

### **2. Etudes et outils quantitatifs appliqués à la communication des entreprises**

#### **2.1. Les études appliquées à la communication commerciale**

- Identification du besoin d'informations
- Recherche des différentes formes d'informations et finalités
- Différents types d'études : objet et finalités des études documentaires, qualitatives, quantitatives
- Sources de l'information
- Collecte de l'information (banque de données, entretiens, questionnaires, vidéo-observations...)
- Notion d'échantillon, méthodes probabilistes et empiriques de l'échantillonnage
- Objectifs de l'étude et cahier des charges

---

## 2.2. Les outils quantitatifs appliqués à la communication commerciale

- Outils statistiques et probabilistes
- Outils commerciaux (pourcentage, indices, réduction, majoration, TVA, devis, bons de commande, facture...)
- Outils quantitatifs de gestion (notions comptables de base, marge commerciale, valeur ajoutée, coûts complets, variables, seuil de rentabilité)
- Budget communication et suivi
- Outils informatiques appliqués (maîtrise des logiciels les plus courants)

---

## 3. Conception des différentes études appliquées à la communication commerciale des entreprises

---

### 3.1. Conception d'une étude documentaire

- Identification des sources documentaires
- Utilisation d'un matériel informatique approprié
- Méthodologie d'une étude documentaire
- Présentation synthétiques des résultats

---

### 3.2. Conception et exploitation d'une étude quantitative

- Définition des domaines d'application et limites d'une étude quantitative
- Modes de collecte de l'information
- Elaboration et administration d'un questionnaire
- Traitement des informations recueillies
- Utilisation de logiciels informatiques professionnels (Sphinx, Ethnos...)
- Présentation et interprétation des résultats

---

### 3.3. Conception et exploitation d'une étude qualitative

- Définition, domaines d'application et limites d'une étude qualitative
- Modes de collecte de l'information (entretiens, tests...)
- Traitement des informations recueillies et méthodes d'analyse
- Motivations, freins et attitudes des différents publics observés
- Analyse, interprétation et présentation des résultats

---

### 4. Les différents domaines des études de communication commerciale

- L'étude de marché
  - Définition, intérêt et limites des études de marché
  - Domaines concernés (attitudes et comportement des consommateurs, produit, prix, influenceurs,...)
  - Outils spécifiques utilisés (études documentaires, relevés magasin, questionnaires, marchés tests, panels...)
- L'étude d'audience des médias
  - - Définition, intérêt et limites des études d'audience
  - - Les organismes chargés de réaliser les études
  - - Les outils mesurant l'audience et leurs principales caractéristiques (presse, radio, TV, affichage, cinéma, internet...)
- La mesure de l'efficacité de ces différents domaines
  - - Définition, méthodologie de mise en œuvre, intérêt et limites des pré-tests et post-tests
  - - Mesure de l'efficacité d'une action de communication

---

## **5. Prospection et négociation dans le cadre d'une action de communication commerciale**

- Prospection de la clientèle (recherche de prospects, choix des moyens de communication adaptés)
- Mise en pratique et gestion de la prospection (contrat, argumentaire, guide d'entretien, suivi des prospects...)
- Mise en pratique de la négociation (outils, phases principales et techniques de communication appropriés)
- Conclure l'accord, chiffrer les coûts de prospection et de négociation, mesurer les résultats obtenus et assurer le suivi de l'action)
- Négociation avec des fournisseurs et/ou prestataires de services

(Lancement de l'appel d'offre, tableaux comparatifs de choix de fournisseurs, sélection, signature du contrat et suivi)

---

## **6. Etablir une stratégie de communication : la démarche de communication commerciale des entreprises**

- Informations utiles à recenser autour d'une action de communication globale
  - - Image de l'entreprise en interne et en externe
  - - Image et offre de l'entreprise (produit, service, prix, distribution)
  - - Les acteurs autour de l'image (consommateurs, influenceurs, personnel...)
  - - Intérêt d'une communication globale pour l'entreprise
- Définition d'une démarche stratégique de communication commerciale
  - - Définition des différentes stratégies (générale, mercatique...)
  - - Analyse de l'existant et définition des objectifs stratégiques à atteindre
  - - Les différentes étapes de la démarche stratégique (cibles, messages...)
  - - Les contraintes à toute démarche stratégique (ressources, délais...)

---

## **7. Etablir une stratégie de communication : le cadre de la communication commerciale des entreprises**

- Nature des entreprises concernées par le projet de communication (statut juridique, secteur d'activité, publics visés, zone d'influence...)
- Les publics visés par le projet de communication (personnel, fournisseurs et distributeurs, partenaires financiers, prestataires de services, consommateurs, pouvoirs publics...)
- Les annonceurs (les différents métiers) et intervenants externes (agences, centrales, régies...)
- Le cadre réglementaire et déontologique de la profession.

---

## **8. Les fondamentaux de la communication commerciale des entreprises**

---

### **8.1. La connaissance du marché de l'entreprise**

- Etude de la demande
- Etude de l'offre
- Evaluation de la position concurrentielle
- Mise en place d'une veille concurrentielle

---

### **8.2. Communication commerciale et plan marketing**

- Elaboration du plan marketing opérationnel et communication
  - - Communication et produit
  - - Communication et prix
  - - Communication et distribution
- Mise en œuvre et mesure de l'impact du plan marketing
  - - Définir des actions marketing cohérentes
  - - Traduction du plan marketing en plans d'actions commerciale et de communication
  - - Définition des moyens nécessaires pour la mise en œuvre du plan marketing : humains, techniques
  - - Définition du budget et contrôle des résultats

---

### 8.3. Les moyens de la communication commerciale des entreprises

- Les moyens d'identification permanents de l'entreprise (nom, logo, charte graphique stylisée, signalétique...)
- Communication et médias (presse, TV, radio, cinéma, internet...)
- Communication et hors médias (primes, cadeaux, promotion, stimulation...)
- Le média-planning
- Les autres moyens de la communication d'entreprise (communication directe, parrainage, mécénat, relations publiques, communication presse et événementiels...)

---

### 8.4. La stratégie de communication de l'entreprise

- Notion d'analyse stratégique
- Diagnostic marketing et analyse stratégique
- Positionnement stratégique du produit
- Adéquation entre objectifs commerciaux, type de communication choisi et les divers types de cibles (acheteurs, consommateurs, influenceurs...)
- Notion de cœur de cible, cible directe et indirecte
- Création de messages publicitaires et stratégie choisie
- Performances des différents moyens de communication commerciale, budgétisation des actions et analyse des résultats (taux de remontée en communication directe, les mesures de performances d'un plan média...)

# Référentiel d'examen

Epreuves	UC	Coeff	ECTS	Forme	Durée
A1 L'Europe, une histoire et une géographie	A1	1	6	QCM	0h20
A2 Les institutions et le droit communautaire	A2	1	6	QCM	0h20
A3 Les grands enjeux de l'Europe	A3	2	6	Etude et discussion	3h
B3 Langue vivante européenne 1	B31	4	12	Ecrit + oral	105 min
D3 Techniques professionnelles	D31	6	15	Epreuve professionnelle écrite	6h00
	D32	6	15	Entretien professionnel	0h30
<b>TOTAL</b>		<b>20</b>	<b>60</b>		

Le diplôme est délivré aux candidats dont les résultats aux examens répondent aux deux conditions suivantes :

- obtention d'une moyenne générale supérieure ou égale à 10/20
- obtention d'une note supérieure à 6/20 dans chaque unité d'enseignement.

**EPREUVES FACULTATIVES (les points au dessus de 10/20, multipliés par 2 s'ajoutent au total des points) :**

B3 Langue vivante européenne 2	B32		6	Ecrit + oral	105 min
B3 Langue vivante européenne 3	B33		6	Ecrit + oral	105 min
D3 Modules de compétences prof.	D33		6	Ecrit	2h00