

Programme d'études

DEESMA

Diplôme Européen d'Etudes Supérieures en Marketing

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.

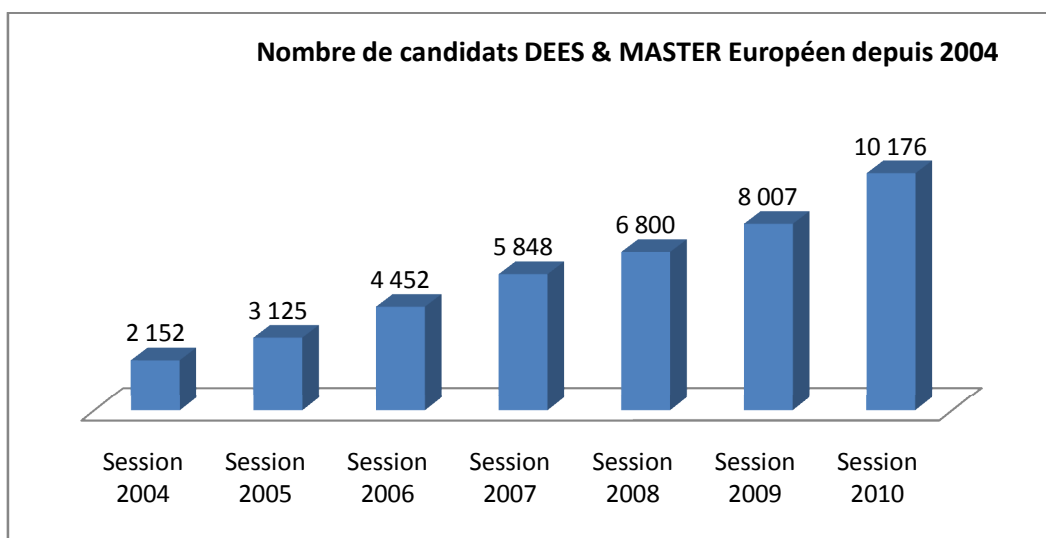
Le DEES bénéficie d'une reconnaissance très importante dans le monde des entreprises qui plébiscitent ce diplôme.

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

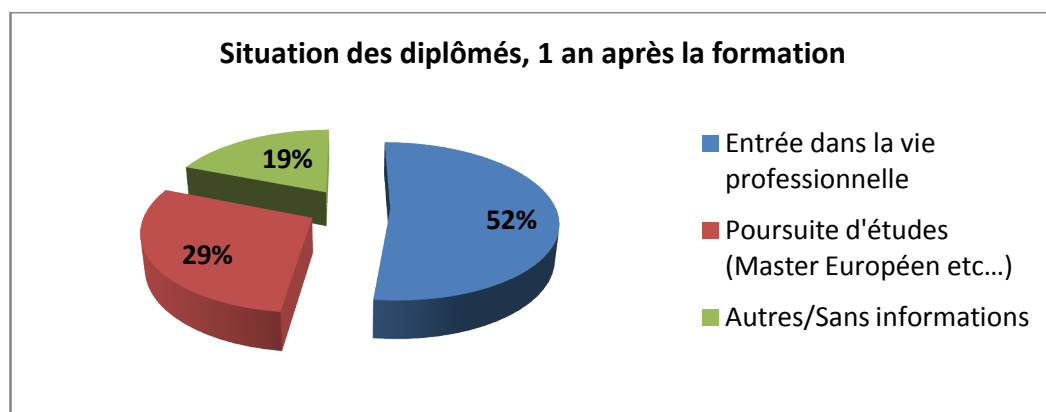
- **DEESMA** - Diplôme Européen d'Etudes Supérieures en Marketing
- **DEESARH** - Diplôme Européen d'Etudes Supérieures Assistant de Gestion Ressources Humaines
- **DEESGEST** - Diplôme Européen d'Etudes Supérieures en Management et Gestion des PME
- **DEESTH** - Diplôme Européen d'Etudes Supérieures 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

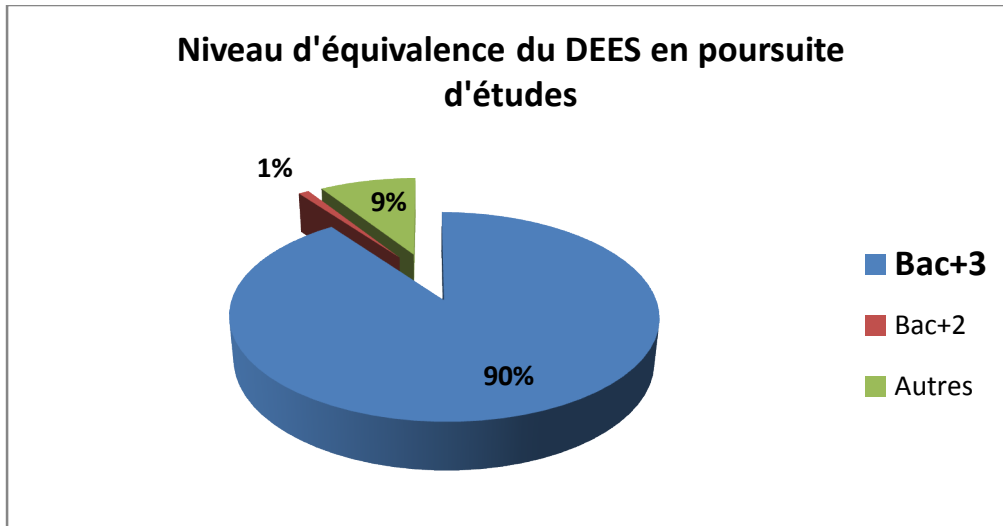
Des filières au développement accéléré



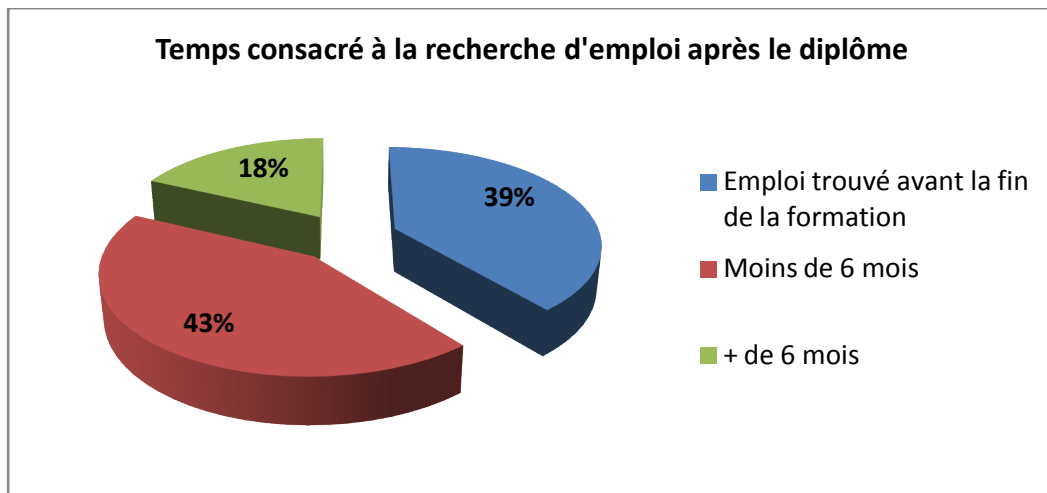
Le DEES niveau Licence/Bachelor : un tremplin pour votre carrière



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 DEESMA

1- Contenu du DEESMA : Compétences/Thèmes/Carrières

Compétences visées

- Etre capable de mener une étude marketing opérationnelle
- Mettre en oeuvre une stratégie marketing
- Maîtriser le marketing international et ses marchés
- Connaître les spécificités du marketing des services et de la mercatique bancaire
- Savoir mettre en oeuvre un plan de marketing B to B

Thèmes abordés au cours de la formation

(Programme de formation détaillé en fin de brochure)



- Marketing opérationnel
- Marketing et internet
- Marketing stratégique
- Marketing d'analyse
- Marketing international
- Marketing en B to B
- Marketing des services
- Marketing bancaire

Postes visés

- Responsable marketing opérationnel
- Responsable marketing client
- Chef de marché
- Responsable commercial
- Consultant en marketing direct
- Responsable développement produit
- Chef de produit
- Chef de projet en marketing
- Chargé de clientèle
- Chef de publicité



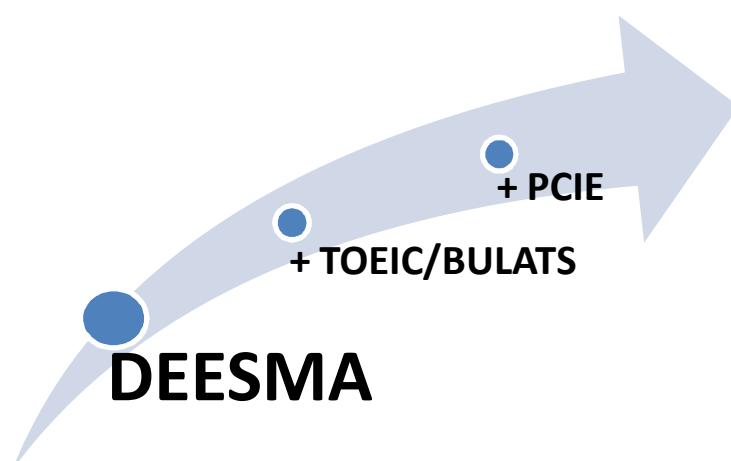
2- L'IEF donne plus de valeur ajoutée à votre DEESMA

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 DEESMA 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 DEESMA selon planning.



Une formule d'études vitaminée pour booster votre carrière !

- **TOEIC ou BULATS : certifications internationales en langues étrangères**

Le **TOEIC®** (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 DEESMA 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 DEESMA

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

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

Marketing Opérationnel

1. Etudes marketing

- Principes et acteurs du marketing
- Analyse des besoins
 - Diagnostiquer un besoin
 - Rédiger un cahier des charges
 - Prestataires extérieurs
 - Les différents types d'études
- Les études documentaires
 - Les sources d'information
 - Recherche d'informations sur internet
- Les études qualitatives
 - Méthodes de recueil d'informations
 - Construction d'un guide d'entretien adapté
 - Analyse des résultats
 - Restitution des résultats
- Les études quantitatives
 - Méthodologie de la collecte d'informations
 - Mise en place d'un questionnaire adapté
 - Définition d'une base de sondage

- Utilisation de statistiques
- L'échantillonnage
 - Analyse et restitution des résultats
 - Mise en place d'un plan d'actions
- Les autres études spécifiques
 - Enquêtes de satisfaction
 - Analyse de la valeur
 - Baromètre qualité

2. Le plan marketing opérationnel

- Elaboration du plan marketing opérationnel
 - Définition
 - Les principales étapes de l'élaboration du plan marketing
 - Recherche d'informations, détection des prévisions
 - Politiques de prix , produit, distribution et communication-vente
- Mise en oeuvre et mesure de l'impact du plan marketing
 - Définir des actions marketing cohérentes
 - Traduction du plan marketing en plan d'actions commerciales
 - Les actions publicitaires et promotionnelles
 - Définition des moyens nécessaires pour la mise en oeuvre du plan marketing : humains, techniques
 - Définition du budget
 - Contrôler les résultats à l'aide d'indicateurs et de tableaux de bord

3. Marketing et Internet

- Internet comme outils : attirer, conquérir et fidéliser
- Le e-mailing et la newsletter
- Suivre et mesurer une campagne sur internet

1. L'analyse stratégique

- Modèles classiques de l'analyse stratégique
- Notion de satisfaction du client
- Comment poser un problème stratégique
- Evaluation des conséquences en terme d'organisation commerciale
- Hiérarchiser les analyses et actions
- Marketing direct et gestion de la relation client
- Etablir un positionnement stratégique
 - Définition du Domaine d'Activité Stratégique (DAS)
 - Segmentation stratégique des marchés
 - Grille d'évaluation de la stratégie
 - Optimiser les choix
- Evaluer les coûts et les risques
- Politique d'innovation

2. Stratégies concurrentielles

- Définition
- Evaluation de l'environnement concurrentiel
 - Les déterminants de la concurrence
 - Les groupes stratégiques
 - Les systèmes concurrentiels
 - Evolution des attentes du client
- Modèle de Porter (Domination par les coûts, segmentation...)
- Modèle de Kotler : stratégies concurrentielles en fonction de la position concurrentielle

3. Les différentes stratégies de croissance

- Les différents modèles de croissance interne
- Les différents modèles de croissance externe

4. Les différentes matrices d'analyse

- Mc KINSEY
- DOO LITTLE
- BCG
- ANSOFF

5. La communication dans l'entreprise

- La communication corporate
- La communication media
- La communication hors media
- Le media planning
- La communication interne et externe

6. Les tableaux de bord adaptés à la stratégie

- Le pilotage par le budget
- Fixation des objectifs par le seuil de rentabilité
- La cohérence des ressources et des emplois
- Les différents schémas d'analyse d'une décision stratégique et ses répercussions

1. Environnement géopolitique : mondialisation et entreprises européennes

- Entreprises européennes, cadre des échanges internationaux et mondialisation
- Enjeux de l'exportation pour l'entreprise et différentes modalités de présence en Europe, à l'étranger, et dans les pays émergents
- Management multiculturel, spécificités européennes et politiques de communication adaptées
- Notion de géomarketing

2. Méthodologie de sélection des marchés et choix d'implantation en Europe et à l'étranger

- Approche commerciale
 - Particularités des études de marché à l'international
 - Recherche, collecte de l'information, établissement d'un diagnostic export (veille institutionnelle et commerciale, portails européens...)
- Approche institutionnelle
 - Dispositifs de soutien à l'exportation, cas particuliers des soutiens communautaires
 - Les différents partenaires à l'exportation
 - Les instruments communautaires spécifiques (économiques, juridiques et financiers)
 - Euro partenariat, législation européenne et marchés publics

3. Gestion des opérations import-export

- Marketing opérationnel multinational
- Internationalisation des achats
 - Organisation des tâches et missions d'un service import-export
 - De la négociation à la finalisation des opérations
 - Montage et conduite des opérations

- Choix de la solution logistique
 - Mode de transport
 - Contrat de transport
 - Mise à disposition - réception des marchandises
 - Responsabilités
 - Tarification du fret international
 - Opérations annexes...

- Techniques, financement et garanties à l'international
 - Incoterms
 - Politique de prix
 - Assurances
 - Couverture des risques de change et de non paiement

L'entreprise européenne dans ses relations intracommunautaires

- Obligations déclaratives et documentaires,
 - TVA...
-
- L'entreprise européenne et ses opérations avec les pays tiers
 - Dédouanement
 - Droit commun et procédures simplifiées
 - Régimes douaniers

 - Règlement des litiges : juridictions étatiques, européennes et arbitrage

Marketing spécifique :

Marketing inter-entreprises (B to B)

1. Spécificités du B to B

- La démarche marketing inter-entreprises
- La fonction achat et le marketing B to B

2. Les outils du marketing inter-entreprises

- Le Système d'Information Marketing (SIM)
 - Sources d'informations primaires et secondaires
 - Etudes qualitatives et quantitatives
 - Réalisation et exploitation des études
 - La veille concurrentielle et technologique
- L'e-commerce en B to B
- Le marketing relationnel et le Web 2.0

3. Le marketing opérationnel inter-entreprises

- La segmentation en B to B
- Choix du positionnement
- Le mix marketing
 - Stratégie de prix,
 - Stratégie de produit,
 - Stratégie de distribution
 - Stratégie de communication
- La notion de produit global
- Conception et planification de projets
- Elaboration de tableaux de bord
- Le compte d'exploitation prévisionnel

4. La stratégie marketing

- Choix des orientations stratégiques
 - Sécurisation
 - Développement
 - Consolidation
- Elaboration du plan stratégique

5. Le B to B à l'international

- Le contexte économique et commercial
- La stratégie à l'international
- La présence à l'international

Marketing des services

1. Les entreprises de services et leurs spécificités

- Notion de service et d'environnement services
- Services et création de valeur immatérielle, notion d'intangibilité du service
- Spécificités des services et politique d'offre des Entreprises

2. La communication dans les services

- Intangibilité du service et attentes du client
- Marketing, construction de l'offre de services et communication externe
- Outils informatiques
 - Commerce électronique
 - E-branding...

3. La qualité des services et satisfaction -fidélisation des clients

- Marketing clients
- Normes de qualité dans la prestation de services
- Relation de service et compétitivité de l'entreprise
 - Gestion des ressources humaines
 - Définition des compétences et du professionnalisme dans les activités de service

4. L'organisation du marketing des services

- Coproduction du service et notion de servuction
- Politique relationnelle (CRM et Web 2.0)
- Place de la fonction marketing dans une entreprise de services

Marketing bancaire

1. Spécificités

- La notion de servuction
- Le comportement de consommation du client bancaire
- Les risques spécifiques des produits financiers
- Spécificités de l'offre
- Spécificités de la demande

2. Le Mix Marketing appliqué à la banque

- Les stratégies de prix, produit, distribution et publicité
- Contraintes juridiques

3.Stratégies marketing dans le secteur bancaire

- Approche globale
- Fidélisation de la clientèle
- Stratégie de différenciation
- La notion d'image

4.La relation client dans la banque

- Présentation de la relation client, de ses composantes
- Marketing relationnel
- Développement du multicanal dans la banque
- Segmentation de la clientèle bancaire
 - Clientèle de particuliers
 - Clientèle de professionnels
- La place des agences

5.Pratique de la fidélisation

- Objectifs d'un programme de fidélisation
- Pratiques actuelles de fidélisation des banques
- La stratégie de fidélisation
 - La valeur des jeunes
 - Clients particuliers : les seniors
 - Fidélisation autour de la solidarité, de la notion de proximité...
- Contraintes liées à la fidélisation
 - Développement du système d'information
 - Communication (internet et externe)
 - Implication et formation du personnel
 - Mesure des performances des équipes commerciales

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
TOTAL		20	60		

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