

DEESMA - DIPLÔME EUROPÉEN D'ETUDES SUPÉRIEURES EN MARKETING (NIVEAU BAC +3)

Le **DEESMA** est un Diplôme Européen d'Etudes Supérieures de la FEDE, la Fédération Européenne des Écoles. Ce diplôme est reconnu au plan européen. Le DEES a pour but de permettre aux étudiants issus d'un cycle Bac +2 d'acquérir les compétences pour passer d'un niveau technicien supérieur à celui de cadre. Il sanctionne une troisième année d'études supérieures.

Rythme:

- 4 jours en entreprise et 1 journée en formation
- 3 jours de séminaire mensuel

Conditions d'admission:

- Être titulaire du BAC ou d'un diplôme de niveau équivalent et avoir suivi une formation équivalente au BTS ou au DUT.

Objectifs:

- Acquérir une expérience professionnelle de 1 an dans le marketing.
- Acquérir ou renforcer les bases du marketing et mener une étude marketing.
- Pouvoir concevoir et mettre en œuvre un plan de marchéage et une stratégie marketing.
- Distinguer les spécificités du marketing international et des stratégies européennes.
- Comprendre, concevoir et mettre en œuvre un plan de **marchéage** à l'international

Débouchés possibles:

- **Chef de produit:** il assure le développement d'un produit ou d'une ligne de produits, d'un service ou d'une ligne de services, depuis leur conception jusqu'à leur mise à disposition sur le marché, en suivant la loi des 4 P : produit, prix, promotion, publicité. A partir d'une analyse de marché (informations du terrain, études externes) et en fonction des objectifs de l'entreprise, il propose une définition du produit, conçoit les plans d'action commerciale et les campagnes promotionnelles. Le chef de produit suit l'évolution commerciale de sa gamme, assiste la force de vente, coordonne les activités qui concourent à la réalisation du plan marketing produit.
- **Chef des ventes:** il précise les objectifs de vente des attachés commerciaux de son équipe à partir des grandes lignes définies par la direction. Pour cela, il se base sur les statistiques de vente et sur des études de marché. Le chef de vente recrute les attachés commerciaux. Il contrôle, anime et forme l'équipe de vente. Il vérifie que la totalité du secteur *affecté* à un agent a bien été couverte, que tous les produits ont été bien présentés au client. Il participe à la vente et informe les commerciaux des nouveaux produits de l'entreprise et des concurrents.
- **Responsable marketing:** il est chargé de définir les grandes lignes de la stratégie commerciale d'une entreprise ou de l'un de ses services. Il réalise des analyses marketing très poussées, en recueillant des informations sur le marché et la concurrence et en tenant compte des besoins et des attentes du client. A partir de ces études, le Responsable marketing analyse les ventes et donne les objectifs commerciaux et stratégiques aux chefs de produit; il participe à la définition du plan marketing (catalogues, études de marché, argumentaires ...) et il contribue à l'élaboration de la stratégie produits et image de marque.

Le programme :

- Culture et Citoyenneté Européenne
 - L'Europe, une histoire et une géographie
 - Les institutions et le droit communautaires Les grands enjeux de l'Europe,

- Apprentissage d'une langue Vivante Européenne

- Marketing
 - Marketing opérationnel, stratégie, international et spécifique NTIC

 - Gestion appliquée au marketing