

Participer au développement commercial de l'entreprise.**Le cursus DEESMA**

Le DEESMA (Diplôme Européen d'Etudes Supérieures Communication) est un diplôme européen de la FEDE, la Fédération Européenne des Écoles. Cette association européenne d'écoles a pour mission principale d'établir et de valider des programmes d'enseignement et des conditions d'examen permettant de délivrer des diplômes spécifiques européens.

Le DEESMA prépare aux fonctions commerciales et marketing, comme directeur commercial, chef de produit, chef de secteur, directeur des études, directeur marketing ou communication dans des secteurs variés au sein de moyennes ou grandes entreprises.

Le DEESMA est une formation de deuxième cycle accessible aux candidats titulaires d'un Bac +2 : BTS ou DUT. Il propose une formation en un an orientée selon trois axes : la culture européenne, une langue vivante européenne et un approfondissement en marketing stratégique, opérationnel et international.

Les compétences acquises

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure :

- D'élaborer une stratégie de communication (interne et externe),
- De définir et mettre en place des outils de communication
- De promouvoir l'identité d'une marque, d'un produit,
- D'élaborer et mettre en place des plans marketing,
- De gérer le développement d'un produit, tant en terme de communication que de plan marketing

L'emploi à l'issue de la formation

Chef de produit junior, Assistant de Communication, Assistant en Marketing Opérationnel.
Chargé de Communication au sein des moyennes et grandes entreprises.

Les enseignements**Matières générales (230 heures) :**

- Culture et citoyenneté européenne
 - L'Europe, une Histoire et une Géographie
 - Les Institutions et le Droit Communautaire
 - Les Grands enjeux de l'Europe
- Langue vivante 1 européenne : Anglais et / ou Allemand

Matières professionnelles (242 heures) :

- Marketing opérationnel
 - Le marché et son environnement
 - Les techniques d'études
 - Les différentes études marketing
 - .../...
- Marketing stratégique
 - Les différentes stratégies de croissance
 - Les différentes stratégies concurrentielles
 - Processus d'élaboration d'une stratégie
 - .../...
- Marketing international
 - Spécificités des différentes techniques marketing
 - Spécificités des stratégies européennes
 - Etude du plan de marchéage au niveau européen

➤ Marketing spécifique

- Le marketing bancaire
- Le marketing industriel
- Le marketing des services

➤ Gestion appliquée au marketing

- Fondements de la comptabilité
- Analyse des équilibres économiques
- Gestion des stocks

➤ NTIC

- La maîtrise stratégique de l'information
- Les sources d'information
- Organisation d'une structure de veille dans l'entreprise
- Les NTIC : outil stratégique pour l'aide à la décision

Stage (6 à 12 semaines) ou projet tutoré :**➤ Activités**

- Réalisation d'une ou plusieurs actions de marketing autonomes (réalisation d'outils, lancement de produit de communication...)
- Réalisation d'activités autonomes de recherche appliquées
- .../...

Les activités en entreprise

Stage de 6 à 12 semaines pour les apprenants en formation initiale temps partiel ou rapport d'activités pour les étudiants salariés (contrat ou période de professionnalisation, CIF) .

REFERENTIEL DES ACTIVITES PROFESSIONNELLES

Public visé par ce diplôme

La formation DEESMA s'adresse à des jeunes diplômé « bac+2 » (BTS, DUT, ...) désirant obtenir une qualification professionnelle dans le domaine du commercial et du marketing.

Emplois visés

Le DEESMA prépare aux fonctions commerciales et marketing : directeur commercial, chef de produit, chef de secteur, directeur des études, directeur marketing ou communication dans des secteurs variés au sein de moyennes ou grandes organisations .

Description des activités en entreprise

- * Organisation d'évènements
- * Créer un site Internet
- * Gérer et mettre à jour des bases de données
- * Participer à la veille concurrentielle
- * Réalisations de mailings commerciaux
- * Organiser des actions : conceptions de réunions, foires exposition, séminaires, colloques, conférences, sponsoring
- * Promotion et publicité sur le lieu de vente
- * Etudes de marchés

2 dispositifs possibles :

Formation initiale temps partiel (avec statut de stagiaire volontaire de la formation professionnelle)
Formation par alternance (contrat de professionnalisation)
Calendrier des formations joint.

Stage :

Pour les apprenants en formation initiale (ou dans le cadre d'un emploi salarié), le stage sera d'une durée de 6 à 12 semaines. Le stagiaire détermine avec son tuteur en entreprise les études, actions et missions qui lui seront confiées et qui constitueront la matière de son rapport d'activité.

Projet tutoré :

Les apprenants en formation par alternance ou les candidats qui n'ont pas la possibilité d'accomplir un stage en entreprise peuvent appuyer leur mémoire sur les travaux effectués en entreprise ou sur des travaux théoriques. Dans ce cas, le projet de mémoire est déterminé en concertation avec l'équipe pédagogique.

Par exemple :

- Réalisation et conception de plusieurs actions de communication (création d'outils, lancement de produits de communication)
- Réalisation d'activités autonomes de recherches appliquées en relation avec le tuteur d'entreprise.