



## POUR QUEL AVENIR ?

Ce diplôme vient en complément d'une formation en marketing dans le but d'élargir son champs de compétences et d'obtenir un BAC+3. La polyvalence de cette formation vous permettra de devenir responsable des ventes, chef de produits, directeur de magasin ou encore directeur marketing.

### > Diplôme DEESMA

Ce diplôme se prépare sur 12 mois, il est délivré par la fédération européenne des écoles (FEDE). Il se compose de 3 certificats :

- Certificat de langue étrangère (oral + écrit)
- Certificat de culture européenne (écrit)
- Certificat à caractère technique et professionnel (écrit + oral)

La FEDE a été créée à Barcelone le 9 Avril 1963. Elle a son siège à Zurich. C'est une association organisée corporative selon les articles 60 à 79 du code civil Suisse. Admise au conseil de l'Europe au sein des organisations non-gouvernementales, elle est dotée ainsi du statut consultatif auprès de ce conseil.

### > Diplôme Européen

La signature en 1986 de l'acte unique Européen portant sur la création d'un vaste espace Européen sans frontière en 1993, et la reconnaissance par la directive communautaire des diplômes européens sont deux faits qui attestent de l'intérêt de la préparation à ces diplômes, ouverts sur l'Europe.



## > Fonctionnement

### ■ Programmes et règlements

Ils sont établis en réunions d'études par des commissions de spécialistes appartenant au moins à trois pays Européens.

### ■ Délivrance des diplômes

Les diplômes sont obtenus à la suite d'examens assurés dans chaque pays membre, en un lieu fixé par les commissions internationales d'examens (Athènes, Madrid, Zurich...) sous la direction et le contrôle du Commissaire Général aux Diplômes.

## > Conditions d'admission

Seront admis les étudiants issus d'un BAC+2 (BTS, DUT, DEUG...)

## > Programme

### ■ Module 1 : Culture Européenne

L'Europe géographique, l'Europe institutionnelle, l'Europe économique, Droit Européen et actualités Européennes.

### ■ Module 2 : Langues

Acquisition de vocabulaire spécifique permettant à l'étudiant de dialoguer avec ses partenaires étrangers, méthodologie pour suivre une conversation commerciale, présentation orale de documents. Possibilité de se présenter au TOEFL et aux diplômes de chambres de commerce.

### ■ Module 3 : Techniques Spécifiques

Marketing stratégique (MIX, la politique de prix, de distribution, de communication).  
Stratégie marketing et marché unique : marketing entre cultures, choix stratégique et actions marketing ;  
Approche de la stratégie marketing Européenne.  
Marketing Européen et problèmes posés par l'étude de marché à l'export. Approche inter-culturelle pour la mise en place d'une stratégie ; gestion de l'image liée à la marque et à la nationalité.  
Traitement des problèmes de la fixation des prix, de la communication, du lancement d'un produit dans le contexte d'une stratégie d'internationalisation

Marketing direct et promotionnel :  
Environnement juridique, mailing phoning, VPC, meetings, intégration à la force de vente, promotions...

Marketing spécialisé : marketing industriel, distribution, audit marketing ;  
Négociation commerciale : approche, conduite à tenir, techniques de prospection.

Techniques publicitaires

Communication (techniques d'expression écrite et orale)

Informatique appliquée

Outils de gestion et d'aide à la décision : Analyse financière de l'entreprise, calcul et analyse des coûts, gestion budgétaire, les méthodes d'ordonnancement, la gestion des approvisionnements, statistiques descriptives et prévisionnelles.



"STC Ville de Toulouse"

*Dans un cadre de la mondialisation, il est nécessaire au responsable Marketing de s'attacher à la culture Européenne, avant de mettre en place une stratégie d'internationalisation de son entreprise, de ses services ou de ses produits...*