

**CIF (Congé Individuel de Formation)
Diplôme Européen bac +3
Marketing Option Nouvelles Technologies**

Titres (niveau II)

- **DEESMA** (Diplôme Européen d'Etudes Supérieures en Marketing / European Diploma Bachelor Level), délivré par la FEDE, avec 180 crédits ECTS
- **CSEP** (Certificat Supérieur d'Enseignement Professionnel) délivré par l'école

Emplois visés

a) Après la formation

- assistant marketing
- assistant chargé d'études
- assistant chef de produit
- ingénieur commercial

b) Après avoir accédé à des responsabilités

- directeur commercial
- directeur du marketing
- directeur de la clientèle
- directeur d'agence
- directeur des études
- responsable trade-marketing

Conditions d'admission, niveau d'études et compétences générales

- Formation bac +2 (BTS, Deug, DUT ou titres équivalents)
- Sens du commerce et du contact, réactivité, esprit d'analyse et de synthèse, disponibilité
- **Salariés ayant droit au CIF (Congé Individuel de Formation)**
 - **Salarié(e) en CDI** : justifier de 24 mois consécutifs ou non d'activité salariée, dont au moins 1 an dans l'entreprise actuelle.
 - **Salarié(e) en CDD** : justifier de 24 mois consécutifs ou non, en qualité de salarié au cours des 5 dernières années, dont 4 mois en CDD consécutifs ou non au cours des 12 derniers mois. Ou justifier de 6 mois consécutifs ou non en CDD au cours des 22 mois précédant la fin du dernier contrat.
- **Date limite de dépôt de dossier auprès de l'organisme financeur** (ex : Fongecif, AFDAS, FAFI, etc.) :
 - Salarié(e) en CDI : 2 mois avant le début de la formation.
 - Salarié(e) en CDD : 3 mois avant le début de la formation.

Durée de la formation

- 8 mois

Rythme hebdomadaire

CIF	2 jours de cours par semaine
	3 jours en entreprise

Contact : Patricia FLUXA

Par téléphone : 01 48 70 41 69 ou par mail : patricia.fluxa@plusvalues.fr

PROGRAMME

Le programme de spécialisation marketing tient compte du développement des NTIC, qui constitue un enjeu pour les entreprises

ENSEIGNEMENT GENERAL

1 CULTURE ET CITOYENNETE EUROPEENNES

- L'Europe une histoire, une géographie :
La construction européenne
Présentation de L'UE et des pays candidats
- Les institutions et le droit communautaire
Les institutions européennes
Les sources du droit communautaire
Application du droit communautaire dans l'ordre juridique des États
- Les grands enjeux de l'Europe
Citoyenneté démocratique et droits de l'homme
La citoyenneté européenne
Recours juridictionnels du citoyen
Mutations institutionnelles : devenir de l'Union

2 - LANGUES VIVANTES : LV1 OBLIGATOIRE

ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL

1 MARKETING OPERATIONNEL

- Étude marketing :
Principes et acteurs du marketing
Les études documentaires
Les études qualitatives
Les études quantitatives
Les autres études spécifiques
- Le marketing opérationnel
Élaboration du plan marketing opérationnel
Mise en œuvre et mesure de l'impact du plan marketing
- Marketing et internet

2 – MARKETING STRATEGIQUE

- L'analyse stratégique :
Modèles classiques de l'analyse stratégique
Satisfaction de client
Méthodologie de la démarche stratégique
Évaluation des conséquences sur l'organisation commerciale
Hierarchisation des analyses et des actions
Marketing direct et relation client
Le positionnement stratégique
Évaluation des coûts et risques
- Stratégies concurrentielles
Définition
Évaluation de l'environnement concurrentiel
Modèles : de Porter, de Kostler
Les différentes stratégies de croissance
Les matrices d'analyse (Mc Kinsley/Doo Little/BCG/ANSOFF)
- 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

3 – MARKETING INTERNATIONAL

- Environnement géopolitique : mondialisation et entreprises européennes
Entreprises européennes, cadres des échanges internationaux et mondialisation
Enjeux de l'exportation pour l'entreprise en Europe, dans les pays émergents
Management multiculturel : spécificités européennes
Notion de géomarketing
- Méthodologie de sélection des marchés et choix d'implantation en Europe et à l'étranger
Approche commerciale
Approche institutionnelle
- Gestion des opérations import/export

Marketing opérationnel international
Internationalisation des achats
Organisation d'un service import/export
Choix de la solution logistique
Techniques, financement et garanties à l'international
L'entreprise dans les relations intra-communautaires
L'entreprise européenne et ses opérations avec des pays tiers
Règlement des litiges : juridictions étatiques, européennes et arbitrage

4 – MARKETING SPECIFIQUE

- Marketing inter-entreprises (Business to business) :
Spécificités du BtoB
Les outils du marketing inter-entreprises
Le marketing opérationnel inter-entreprises
La stratégie marketing
Le B to B à l'international
- Marketing des services
Entreprises de services : spécificités
La communication dans les services
La qualité des services et satisfaction – fidélisation des clients
L'organisation du marketing des services
- Marketing bancaire
Spécificités
Mix Marketing appliqué à la banque
Stratégie marketing dans le secteur bancaire
La relation client dans la banque
La pratique de la fidélisation

5 - ÉTUDES DE CAS AVEC DES INTERVENANTS PROFESSIONNELS ET CONFERENCES

6 - CONDUITE DE PROJET : SOUTENANCE DE MEMOIRE

Option Nouvelles Technologies (Séminaire) :

Outils stratégiques et aide à la décision
Langage et outils de développement (HTML, Javascript, PHP, Mysql)
Gestion de bases de données
Fondamentaux d'Internet : structure, moteurs de recherche, optimisation du positionnement des sites pour les principales technologies
Gestion de la relation client e-CRM
Cellule de veille
Environnement économique d'Internet (données de cadrage, indicateurs et chiffres-clés)

REGLEMENT D'EXAMEN

Intitulé des épreuves	Mode	Durée	Coeff.
A. Culture et Citoyenneté Européennes :			
A1. L'Europe, une histoire et une géographie	QCM	20 min	1
A2. Les institutions et le droit communautaire	QCM	20 min	1
A3. Les grands enjeux de l'Europe	Étude et discussion	3 h	2
B. Langue Vivante	Écrit Oral	1 h 45 min	2 2
C. Techniques Professionnelles			
C1. Etude de cas	Écrit	6h	6
C2. Soutenance de mémoire	Oral	30 min	6

(Document non contractuel)