

Titres (niveau II)

- **DEESMI** (Diplôme Européen d'Etudes Supérieures en Marketing International / 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

- chargé de mission
- chargé d'études marketing
- assistant import/export
- responsable de clientèle import/export

b) Après avoir accédé à des responsabilités

- directeur de clientèle
- directeur des études
- directeur du marketing international
- acheteur international

Niveau et compétences générales

- formation bac +2 (BTS, Deug, DUT ou titres équivalents)
- bon niveau en langues, sens du commerce et du contact, réactivité, esprit d'analyse et de synthèse, disponibilité

Durée de la formation

- 1 an

Rythme hebdomadaire

Classique	2 jours de cours et 1 journée de mission tutorée 6 à 12 semaines de stages en milieu professionnel
------------------	---

PROGRAMME

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 ET LV2 OBLIGATOIRES

3 ANALYSE FINANCIERE ET BUDGETAIRE

Analyse et contrôle des coûts
Diagnostic financier, analyse des comptes de l'entreprise
Procédures budgétaires
Contrôle de gestion et audit

ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL

1 MARKETING STRATEGIQUE

- L'analyse stratégique
- Stratégies concurrentielles
- Les différentes stratégies de croissance
- Les différentes matrices d'analyse
- La communication dans l'entreprise
- Les tableaux de bord adaptés à la stratégie

2 MARKETING OPERATIONNEL

- Etudes marketing
- Le plan marketing opérationnel
- Marketing et internet

3 MARKETING INTERNATIONAL ET SPECIFITES DES MARCHES EUROPEENS, ETRANGERS ET EMERGENTS

- Environnement Géopolitique : mondialisation et entreprises européennes
- Approches Commerciales et Institutionnelles
- Cadre des échanges internationaux et mondialisation
- Enjeux de l'exportation pour l'entreprise
- Management multiculturel
- Management interculturel
- Techniques import-export
- Choix logistiques et incoterms
- Techniques douanières
- Paiements et techniques bancaires internationales
- Couverture des risques
- Etudes d'implantation export, filiales et joint ventures
- Droit anglo-saxon
- Fiscalité internationale et européenne

4 LES NOUVELLES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION (NTIC) : OUTILS DU DEVELOPPEMENT DE L'E-BUSINESS

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

5 ETUDES DE CAS AVEC DES INTERVENANTS PROFESSIONNELS ET CONFERENCES

6 CONDUITE DE PROJET : SOUTENANCE DE MEMOIRE

REGLEMENT EXAMEN

Intitulé des épreuves	Mode	Durée	Coeff.
Epreuves obligatoires			
UE1. Culture et Citoyenneté Européenne			
UCA.1 : QCM	Ecrit	20 min	1
UCA.2 : QCM	Ecrit	20 min	1
UCA.3 : Etude et discussion de documents	Ecrit	3 h	2
UE2. Langue Vivante Européenne			
UC.1 : B1/2/3	Ecrit	1 h	2
	Oral	45 min	2
UC.2 : Langue 2	Ecrit	1 h	2
	Oral	45 min	2
UE3. Techniques professionnelles			
UC.3 : D31 Etude de cas	Ecrit	6 h	6
UC.4 : D32 Epreuve Professionnelle de soutenance	Oral	30 min	6
Epreuve(s) facultative(s)			
UE4. LV3 : les points au dessus de 10/20, multipliés par 2, s'ajoutent au total des points			

(Document non contractuel)