



142 bd Longchamp
13001 MARSEILLE
Tél. 04 91 621 584 Fax : 04 91 64 62 97
Code APE 804C – Siret 451 035 976 00021

Enregistré le 19/03/2004 sous le numéro d'existence : 93 13 11 337 13
Auprès du Préfet de Région Provence Alpes Côte d'Azur

Programme de formation DEESMA

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le titulaire du *DEESMA* a pour perspective de prendre la responsabilité de tout ou partie d'une unité commerciale.

Une unité commerciale est un lieu physique ou virtuel permettant à un client potentiel d'accéder à une offre de produits ou de services (exemples d'appellation : magasin, supermarché, hypermarché, agence commerciale, site marchand...).

Dans le cadre de cette unité commerciale, le titulaire du *DEESMA* remplit les missions suivantes :

- management de l'unité commerciale
- gestion de la relation avec la clientèle
- gestion et animation de l'offre de produits et de services
- recherche et exploitation de l'information nécessaire à l'activité commerciale

Il doit ainsi exploiter en permanence les informations commerciales disponibles pour suivre et développer l'activité de l'unité commerciale. Au contact direct de la clientèle, il mène des actions pour l'attirer, l'accueillir et lui vendre les produits et/ou les services répondant à ses attentes, le fidéliser. Chargé des relations avec les fournisseurs, il veille à adapter en permanence l'offre commerciale en fonction de l'évolution du marché. Il assure l'équilibre d'exploitation et la gestion des ressources humaines de l'unité commerciale qu'il anime.

Les contenus décrits ci-après par discipline représentent les nouveaux apports qui s'ajouteront aux connaissances antérieures. La formation DEESMA s'adresse à des élèves ou stagiaires ayant déjà une formation de niveau III.

	PARTICIPANT(S) ET OBJECTIFS
Objectif	Préparation au DEESMA Diplôme Européen d'Etudes Supérieures en Management
Suivi de la formation	<p>Yohan Taxil – 04 91 62 15 84 - ESTC 142 Bd Longchamp - 13001 Marseille</p> <p>Se tient à la disposition des intéressés pour mettre en œuvre avec les formateurs adaptés et les organisme concernés tous les moyens en vue de la réussite du programme. Il est leur contact pour les aider à résoudre toutes difficultés éventuelles quant au suivi de la formation et du contrat.</p>



I- POLE MARKETING OPERATIONNEL ET STRATEGIQUE

1. Fondements du marketing
2. Différentes études marketing
3. Le plan de marchéage
4. Politique de produit, de prix
5. Politique de distribution
6. Politique de communication
7. Différentes stratégies de croissance
8. Différentes stratégies concurrentielles

II- POLE MARKETING SPECIFIQUE ET INTERNATIONAL

Spécificités des différentes techniques marketing au niveau international et en particulier au niveau européen

1. Spécificités des stratégies européennes
2. Etude du plan de marchéage au niveau européen
3. Marketing bancaire
4. Marketing industriel
5. Marketing des services

III- POLE GESTION APPLIQUEE AU MARKETING

1. Fondement de la comptabilité
2. Analyse des équilibres économiques
3. Mathématiques financières
4. Gestion des stocks

IV- NOUVELLES TECHNOLOGIES ET CULTURE ENTREPRENEURIALE

Economie d'entreprise (définitions, principes de fonctionnement)

1. Appréciation de la rentabilité de l'entreprise, appréciation de sa solvabilité, étude de sa situation patrimoniale (bilan et outils d'analyse)
2. Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
Maîtrise des outils logiciels ; maîtrise des possibilités offertes par l'Internet (outils de recherche, courrier électronique, liste de diffusion, forums de discussion, téléphonie et visioconférence, chat, transfert de fichiers) Intranet
3. Traitement et circulation de l'information
4. La protection et la sécurité de l'information
5. Outil stratégique d'aide à la décision

V- POLE INTERNATIONAL

1. La place de l'Union Européenne dans le monde
2. Histoire de la construction européenne
3. Les institutions et le droit communautaires
4. Application du droit communautaire dans l'ordre juridique

VI- POLE LANGUE VIVANTE EUROPEENNE (ANGLAIS OU ESPAGNOL)

1. L'acquisition du vocabulaire du monde du travail
2. La rédaction de courriers commerciaux (lettre, fax, mail ou mémo), accueil téléphonique

VII- POLE APPLICATIONS PROFESSIONNELLES

Professionaliser la formation par une mise en pratique des connaissances acquises sous forme d'études de cas ou de jeux d'entreprise.

Développer l'esprit d'analyse et la créativité grâce à un mémoire ayant pour cadre l'entreprise.

ÉPREUVES	COEFF.	FORME PONCTUELLE	DURÉE
<u>A 1</u> : L'Europe, une histoire et une géographie	1	QCM	20 mn
<u>A 2</u> : Les institutions et le droit communautaire	1	QCM	20 mn
<u>A 3</u> : Les grands enjeux de l'UE	2	Etude et discussion	3 h
<u>B 3</u> : Langue vivante européenne	4	Écrit + Oral	1 h 45 mn
<u>D 31</u> : Marketing	6	Étude de cas	6 h
<u>D 32</u> : Epreuve professionnelle de soutenance	6	Mémoire avec soutenance	30 mn
TOTAL	20		