

# DEESMI

## Diplôme Européen d'Études Supérieures de Marketing International (Niveau Bac+3)

Le DEESMI 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 DEESMI 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, deux langues vivantes étrangères et un approfondissement en marketing stratégique, opérationnel et international.

### ■ PROGRAMME DE L'ANNEE D'ETUDES :

#### ■ CULTURE ET CITOYENNETÉ EUROPÉENNES

##### UCA1 : L'Europe, une histoire et une géographie

La construction européenne. Présentation de l'UE, des 12 candidats et des États associés.

##### UCA2 : Les institutions et le droit communautaires

Les institutions de l'UE. Les sources du droit communautaire. Application du droit communautaire dans l'ordre juridique.

##### UCA3 : Les grands enjeux de l'UE

La charte des droits fondamentaux. La citoyenneté européenne. Les recours juridictionnels du citoyen européen. Les mutations institutionnelles : le devenir de l'UE.

#### ■ 2 LANGUES VIVANTES EUROPÉENNES

L'objectif de cet enseignement en langue étrangère est de mener l'étudiant au niveau + 3 : "Utilisateur indépendant".

À ce niveau, le candidat :

- peut comprendre les points essentiels quand un langage clair et standard est utilisé et s'il s'agit de choses familières dans le travail, à l'école, dans les loisirs, en entreprise, etc. ;
- peut se débrouiller dans la plupart des situations linguistiques rencontrées en voyage dans le pays de la langue cible ;
- peut produire un discours simple et cohérent sur des sujets familiers et dans ses domaines d'intérêt professionnel.

#### ■ MARKETING

##### Marketing opérationnel

- Les fondements du marketing :
  - le marché et son environnement ;
  - les techniques d'études ;
  - les différentes études marketing.

- Le plan de marchéage :

- politique de produit ;
- politique de prix ;
- politique de distribution ;
- politique de communication.

##### Marketing stratégique

Différentes stratégies de croissance.

Différentes stratégies concurrentielles.

Processus d'élaboration d'une stratégie.

##### Marketing international

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

Spécificités des stratégies européennes.

Étude du plan de marchéage au niveau européen.

La politique douanière et logistique.

La politique de paiement.

Les opérations d'expédition.

Les opérations d'importation.

Les opérations d'exportation.

#### ■ STAGE OU PROJET TUTORÉ

##### Stage :

Pendant le stage, d'une durée de 12 semaines, ou dans le cadre d'un emploi salarié, 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 candidats qui n'ont pas la possibilité d'accomplir un stage en entreprise peuvent appuyer leur mémoire sur des travaux théoriques. Dans ce cas, le projet de mémoire est déterminé en concertation avec l'équipe pédagogique. Il peut avoir pour thème, par exemple, la création d'une entreprise, une étude de marché, la mise au point d'une méthode, d'un produit, l'étude d'un aspect théorique et son application dans l'entreprise, etc.



# DEESMI

## Diplôme Européen d'Études Supérieures de Marketing International (Niveau Bac+3)

### ■ L'EXAMEN :

UNITÉS D'ENSEIGNEMENT (UE)	UC	Crédits	Coeff.	Forme	Durée
UE A : Culture et citoyenneté européennes					
• L'Europe, une histoire et une géographie	A1	6	1	QCM	20 min
• Les institutions et le droit communautaires	A2	6	1	QCM	20 min
• Les grands enjeux de l'UE	A3	6	2	Étude de docts	3 h
UE B : Langues vivantes européennes					
• LVE 1 - Niveau B3 (utilisateur indépendant)	B31	6	2	Écrit	1 h
				Oral	45 min
• LVE 2 - Niveau B3 (utilisateur indépendant)	B32	6	2	Écrit	1 h
				Oral	45 min
UE D : Techniques professionnelles					
• Marketing international	D31	15	6	Étude de cas	6 h
• Épreuve professionnelle de soutenance	D32	15	6	Soutenance mémoire	30 min
<b>TOTAL</b>		<b>60</b>	<b>20</b>		
<b>ÉPREUVES FACULTATIVES</b>					
LVE 3 - Niveau B3 (utilisateur indépendant)*	B		2	Écrit	1 h
				Oral	45 min
NTIC et culture entrepreneuriale*	C		2	QCM	20 min

\* Seuls les points supérieurs à 10/20, multipliés par le coefficient 2, sont ajoutés au total des points des épreuves obligatoires.

- L'examen peut être passé sous une forme globale ou sous une forme progressive (comme le BTS).
- Les épreuves (UC) sont affectées d'un coefficient et sont regroupées en unités d'enseignement (UE).
- Pour être admis à l'examen, il faut satisfaire à deux conditions :
  - obtenir une moyenne générale égale ou supérieure à 10/20, compte tenu, le cas échéant des épreuves facultatives,
  - **et** avoir obtenu au moins 6/20 dans toutes les **unités d'enseignement**.
- Le succès à un certificat donne droit à des "crédits" qui représentent la somme de travail fournie pour obtenir ce certificat, selon le système ECTS (système européen de crédits transférables). Ces crédits figureront sur un "supplément au diplôme" remis au candidat.
- En cas d'échec à l'examen, on peut conserver le bénéfice des crédits acquis pendant 5 ans. On ne repasse que les UC manquantes à l'une des sessions suivantes.