

## PLAN D'ÉTUDES

# BACHELOR EUROPÉEN MARKETING INTERNATIONAL

Pré-requis :  
**Bac +2**  
ou 120 crédits ECTS  
(à défaut, expérience  
professionnelle requise)

Durée théorique :  
**1 an**  
(inscription garantie pendant 3 ans)

Nombre d'heures de formation :  
**600 heures**

### Objectif de formation

Le titulaire du Bachelor européen Marketing International a pour perspective de prendre en charge, au sein d'un service marketing, le développement international d'une entreprise. Spécialiste dans tous les domaines du marketing et du commerce international, il/elle exerce de larges responsabilités dans un cadre multiculturel :

- Réalisation des études de marché
- Conception des plans marketing à l'international
- Mise en oeuvre et suivi des campagnes internationales
- Gestion des opérations d'import-export
- Mise en place de réseaux de vente et de distribution

### Diplôme européen

Le Bachelor européen Marketing International est un diplôme de niveau Bac +3 délivré par la FEDE (Fédération Européenne Des Ecoles) qui attribue 60 crédits ECTS.

Diplôme **BAC +3**



### Stage

La durée de stage est comprise entre 6 et 12 semaines. Les stages servent de support à l'épreuve professionnelle de soutenance.

Pour les candidats salariés dans le domaine de la formation, le stage n'est pas obligatoire. Leurs missions en entreprise doivent leur permettre de réaliser les dossiers professionnels.

### Organisation de la formation

Le programme de formation est structuré en unités d'enseignement, conformément au référentiel. Chaque unité d'enseignement est composée d'un ou plusieurs cours qui sont organisés en séquences. Chaque cours comporte des exercices auto-corrigés de type QCM pour vérifier l'assimilation des connaissances (en moyenne 1 exercice par séquence). A la fin de chaque cours, vous devrez réaliser, pour vous entraîner, les devoirs notés et corrigés par vos professeurs (en moyenne 2 devoirs par cours). Pour conclure, à l'issue de chaque unité d'enseignement, vous aurez à effectuer les examens blancs pour vous préparer efficacement aux épreuves (1 à 3 examens blancs par unité d'enseignement).

### Examens

Les examens se dérouleront en janvier, juin et octobre, de façon globale ou progressive, dans un centre de la FEDE situé dans le département français de votre choix ou dans le pays de votre choix (dans les 2 cas, en fonction des disponibilités).

# PROGRAMME DU BACHELOR EUROPÉEN

## MARKETING INTERNATIONAL\*

Enseignement général	Enseignement professionnel
<p><b>L'Europe, unicité des valeurs, diversité culturelle</b> L'histoire de la construction européenne ; Cultures et religions, pratiques et politiques des états européens ; Géopolitique mondiale de l'Europe actuelle ; Le citoyen européen</p>	<p><b>Géopolitique et marketing international</b> Environnement géopolitique : Mondialisation et entreprises européennes ; Méthodologie de sélection des marchés et choix d'implantation en Europe et à l'étranger ; Conduite des opérations douanières et logistiques à l'international : Choix et modalités opérationnelles</p>
<p><b>La construction européenne, ses institutions dans le cadre international</b> Les grandes organisations internationales et leurs liens avec l'Europe ; Le conseil de l'Europe et l'OSCE ; L'Union européenne, ses institutions et leur fonctionnement ; Les moyens d'action de l'union européenne ; L'avenir de la construction européenne</p>	<p><b>Marketing international et fiscalité</b> Conduite des opérations d'expédition / réception des marchandises à l'international ; Conduite des opérations de marketing mix à l'international ; Conduite des opérations financières à l'international ; Conduite des opérations d'importation et d'exportation ; Règlement des litiges : juridictions étatiques, européennes et arbitrage</p>
<p><b>Le management interculturel et les ressources humaines</b> Culture et langue, effets sur le lieu de travail ; Culture d'entreprise et pratiques du management interculturel ; Culture et Europe ; Ressources humaines et Volontariat International en Entreprise ; Mobilité internationale ; Formalités d'immigration ; Protection sociale en Europe ; Responsabilité Sociale de l'Entreprise dans un contexte européen</p>	<p><b>Marketing opérationnel</b> Introduction : Présentation de la fonction ; Marketing opérationnel ; Fondements du marketing opérationnel ; Les études et recherches en marketing ; Le plan marketing opérationnel ; La politique produit ; La politique prix ; La politique distribution ; La politique communication ; Nouvelles tendances en marketing</p>
<p><b>Langues vivante 1 et 2 (Anglais, Espagnol ou Italien)</b> - Anglais : Le Simple Present et le Present Continuous ; La comparaison ; Transformer les noms et les adjectifs ; Making a presentation ; Exprimer ses capacités : CAN ; Indirect speech ; le Present Perfect ; Writing e-mails ; Making travel arrangements ; Used to ; le Past Perfect ; La voix passive ; How to write your resume ; Analyse rapide de texte : Scanning et Skimming ; Les phrasal verbs ; Les verbes irréguliers ; Asking for and giving directions ; Describing a picture ; Dedicated to Bachelor Distribution Students ; Dedicated to Bachelor Immobilier students ; Dedicated to Bachelor ARH students - Espagnol : Geografía e historia de España ; Situación económica y sectores de actividad más importantes ; España y el extranjero ; Anuncios publicitarios ; Correspondencia - Italien : L'impresa e la sua struttura ; l'Italia nel contesto internazionale ; CV e lettere di candidatura ; Schede grammaticali</p>	<p><b>Marketing stratégique</b> L'analyse stratégique ; Stratégies concurrentielles et de croissance ; Les matrices d'analyse ; La communication dans l'entreprise ; Outils d'aide à la définition de stratégie</p>
<p><b>OPTION - Langue vivante 3</b></p>	

\* Contenu pouvant évoluer en fonction des modifications du référentiel ou du programme