

PLAN D'ÉTUDES

BACHELOR EUROPÉEN MARKETING

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 a pour perspective de prendre en charge l'élaboration et la mise en place de stratégies marketing au sein de tout type d'entreprises. Dans le cadre de sa fonction, il/elle exerce de larges responsabilités :

- Réalisation des études marketing
- Conception et mise en oeuvre des plans marketing (BtoB, BtoC, international...)
- Définition et réalisation des campagnes de communication (publicités, marketing direct, événements...)
- Gestion de l'action commerciale
- Mise en place des réseaux de vente et de distribution

Diplôme européen

Le Bachelor européen Marketing 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*

Enseignement général	Enseignement professionnel
<p>L'Europe, unicité des valeurs, diversité culturelle 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>E-marketing E-business et E-marketing ; E-marketing mix ; Mise en oeuvre et tendances</p>
<p>La construction européenne, ses institutions dans le cadre international 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>Marketing des services Le marketing des services - Généralités ; Comprendre les produits, les marchés et les consommateurs des services ; Les éléments clés du marketing des services ; Délivrer et mettre en oeuvre les services</p>
<p>Le management interculturel et les ressources humaines 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>Marketing industriel B to B Généralités sur le marketing B to B ; Focus sur le B to B industriel</p>
<p>Langue vivante 1 (Anglais, Espagnol ou Italien) - 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>Marketing international Environnement géopolitique : Mondialisation et entreprises européennes ; Méthodologie de sélection des marchés et choix d'implantation en Europe et à l'étranger (approche commerciale et institutionnelles) ; Gestion des opérations import-export ; Financement, relations intracommunautaires et avec les pays tiers ; Réglementation</p>
<p>Option - Langue vivante 2</p>	<p>Marketing opérationnel 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>Marketing stratégique L'analyse stratégique ; La compétitivité de l'entreprise ; Les modèles stratégiques</p>

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