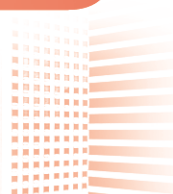


Institut d'Administration des Entreprises de Paris



Management Finance Marketing Gestion Stratégie



**DESS
Pratique Commerciale
et Marketing**

**FORMATION CONTINUE
Janvier 2004**

Diplôme d'Etudes Supérieures

Pratique Commerciale

Diplôme National

Objectifs

La formation accueille des praticiens qui souhaitent élargir ou renforcer leurs compétences dans les domaines du marketing et des pratiques commerciales. Techniciens s'orientant vers la vente, spécialistes de la communication intégrant la fonction publicité, informaticiens souhaitant améliorer leur démarche clientèle, commerciaux appelés à des fonctions marketing, sont quelques exemples de profils attendus. Le DESS apporte toutes les compétences nécessaires pour assurer, par exemple, les fonctions de : Directeur marketing, Directeur commercial, Directeur des ventes, Directeur des études, Chef de produit, Chef de marché, Responsable d'enseigne, Ingénieur technico-commercial, Chargé d'études, Directeur développement, Chef de publicité, Consultant.

Conditions d'admission

Peuvent intégrer la formation :

- les titulaires d'un **Bac + 4** ayant au moins **36 mois** d'expérience professionnelle depuis l'obtention de leur diplôme

ou

- au titre de la **Validation des Acquis de l'Expérience**, les personnes justifiant de **3 années** d'expérience (dans ce cas, les demandes sont soumises à l'appréciation d'une commission).

La procédure d'admission comporte :

- un examen approfondi du dossier d'inscription : formation et expérience professionnelle,
- la rédaction d'une note écrite sur un sujet général concernant l'entreprise, destinée à prouver une bonne aptitude à suivre des enseignements spécialisés,
- un entretien avec un jury.

Organisation de la formation

La formation est programmée à temps partiel. Quelle que soit la programmation, les cours peuvent être pris en charge dans le cadre réglementaire de la Formation Professionnelle Continue : **Plan de Formation, Congé Individuel de Formation** ou **Capital Temps Formation**.

- **En journée :**

Sur 18 mois : de janvier 2004 à juillet 2005, 18 séminaires de 3 jours (jeudi, vendredi, samedi)

- **En soirée :**

Sur 2 années civiles : de janvier 2004 à décembre 2005, le lundi de 19 h à 22 h et une douzaine de samedis par an.

Market - IAE

Un groupe d'échanges et de réflexion « Market - IAE » réunit régulièrement autour d'un thème d'actualité les étudiants, les diplômés de toutes les promotions du DESS, les professionnels, ainsi que les élèves des autres formations de l'IAE, spécialisés en marketing. En plus des conférences thématiques, des tables rondes, qui réunissent un panel d'experts, sont organisées à la Sorbonne. Elles ont permis par exemple à l'assistance de s'interroger d'abord sur : « **Quelle information pour les décideurs marketing ?** », « **L'impact de l'euro sur les politiques tarifaires des entreprises** », « **La e-communication** », « **De la veille marketing à l'intelligence économique** » et plus récemment « **Les systèmes d'information marketing au service de la décision commerciale** ». Chaque année, le Market IAE publie dans la revue Marketing Magazine, un baromètre sur l'évolution de la fonction commerciale.

Études Spécialisées*

Études de Commerce International et Marketing

1^{er} et 2^{ème} cycles
3^{ème} cycle

La formation comporte

- Un jeu d'entreprise : afin d'assurer la cohésion de la promotion, la pratique d'un modèle de simulation est proposée aux participants en début de formation.
- 336 h de formation, réparties en 8 modules.
- Deux séminaires de marketing international, l'un à Atlanta aux États-Unis en fin de première année, l'autre à Prague en République Tchèque en fin de deuxième année.
- La rédaction et la soutenance d'un mémoire

Programme

- Marketing management
Concepts et méthodes du marketing fondamental
- Etudes et recherches en marketing
- Marketing industriel et marketing des services
- Vente et négociation
- Organisation et stratégie de l'entreprise : les orientations stratégiques, le management, l'animation des équipes et des structures
- Contrôle de gestion
- Outils du marketing
Statistiques et analyses de données
- Synthèses et expériences
Pratiques des secteurs et des métiers

Renseignements et dossiers de candidature

IAE de PARIS

Pascale PEDORI

21, rue Broca - 75005 Paris

Tél. : 01 53 55 27 48

e.mail : desspcm.fc.iae@univ-paris1.fr

<http://www.iae-paris.com>

Inscriptions

Du 26 mai au 26 septembre 2003

Réunions d'information

- Jeudi 26 juin 2003
à 19 h dans les locaux de l'IAE
- Mardi 9 septembre 2003
à 19 h dans les locaux de l'IAE

Remise de la note écrite

Jusqu'au 3 octobre 2003 au plus tard

Entretiens

Fin octobre 2003

Début des cours

Janvier 2004

Coût de la formation

- **Frais de constitution de dossier :**
75 € au dépôt du dossier de candidature
- **Frais de formation :**
en journée : 6 500 €
en soirée : 2 500 €
- **Séminaires Internationaux :**
Atlanta : 2 250 € environ
Prague : 800 € environ
- **Droits d'inscription universitaire :**
270 €/année universitaire environ

*Attribution du grade de Master.

DESS

Pratique Commerciale et Marketing

Formation Continue

Encadrement de la formation

Responsable pédagogique
Jean-Pierre HELFER
Professeur à l'IAE de Paris

Assistante de formation
Pascale PEDORI

Responsables de modules

Denis-Philippe FAGES,
Chargé de mission Direction générale de la Sureté Nucléaire
et de la Radioprotection

Jean-Pierre HELFER,
Professeur à l'IAE de Paris

Christian LHERMIE,
Maître de Conférences à l'Université Paris 1

Géraldine MICHEL,
Maître de Conférences à l'Université Paris 1

Gilbert NAY,
Professeur Agrégé d'Economie et de Gestion à l'Université
Paris 1

Philippe MAGDELAINE,
Directeur Commercial Bouygues Telecom

Marjolaine MATRAY,
Consultante
Maître de Conférences associée à l'IAE de Paris

Fouad ZAKI,
Chargé d'enseignement

Chargés d'enseignement et conférenciers

Olivier APPÉ,
Directeur, Médiamétrie

Sevgin EROGLU,
Professeur à l'Université d'Atlanta (USA)

Stanislas GRIMAULT,
Consultant formateur

Philippe INGOLD,
Consultant Marketing

Alain JUILLARD,
Consultant Executive Management

Sébastien JUMEL,
Responsable Corporate Venture EDF

Denis LAPERT,
Professeur à l'ESC de Reims

Philippe LOUCHARD,
Conseil en Ressources Humaines

Hana MACHKOVA,
Professeur à l'Institut Franco-Tchèque de Gestion de Prague
(République Tchèque)

Jean-Pierre MARIEL,
Consultant

Gilles PACHÉ,
Professeur à l'Université de la Méditerranée

Arun RAÏ,
Professeur à l'Université d'Atlanta (USA)

Pascal REYBARD
Directeur des Études - Eurostaf

Fabienne SERRET,
Responsable commerciale régional, Groupe Johnson &
Johnson

Franck TAMI,
Directeur de l'École de vente Toys R Us

Bertrand VAN ACKER,
Consultant KPMG Consulting France

*L'Institut d'Administration des Entreprises de Paris, créé en 1956, est un Etablissement Public à caractère Administratif,
rattaché à l'Université Paris I - Panthéon - Sorbonne.*



Institut d'Administration des Entreprises de Paris
21, rue Broca 75240 Paris Cedex 05
Téléphone : 01 53 55 28 00 - Télécopie : 01 53 55 27 01
<http://www.iae-paris.com>
<http://iae.univ-paris1.fr>

*Un réseau de 20.000 diplômés présents dans les entreprises à travers le monde.
Une association d'anciens active, membre depuis 20 ans du Club Carrière Grandes Ecoles.*
<http://www.aeciae-paris.asso.fr>

