

# IPAM

INSTITUT PANAFRICAIN DE MARKETING

**LA REFERENCE MARKETING**

**GUIDE D'ADMISSION**

**2010-2011**

F O R M A T I O N  
**MASTER II**  
MARKETING MANAGEMENT

PREMIER INSTITUT D'AFRIQUE NOIRE FRANCOPHONE SPÉCIALISÉ  
DANS LA FORMATION AUX MÉTIERS DU MARKETING MANAGEMENT  
DEPUIS 1996

**EXECUTIVE EDUCATION**  
**COURS DU SOIR**



# Sommaire

<b>CHARTRE DE QUALITE</b> . . . . .	3
<b>QU'EST-CE-QUE L'IPAM ?</b> . . . . .	4
<b>PROGRAMME.</b> . . . . .	4
<b>LES MODULES DU PROGRAMME</b> . . . . .	5
<b>MODULE 1 : INTRODUCTION AU MARKETING ET PRINCIPES DU MARKETING.</b> . . . . .	5
<b>MODULE 2 : TECHNIQUES DE VENTE</b> . . . . .	6
<b>MODULE 3 : DEVELOPPEMENT PERSONNEL</b> . . . . .	7
<b>MODULE 4 : PARASCOLAIRE</b> . . . . .	7
<b>MODULE 5 : LANGAGE DE BASE</b> . . . . .	7
<b>MODULE 6 : DEVELOPPEMENT PERSONNEL</b> . . . . .	7
<b>MODULE 7 : SEMINAIRES.</b> . . . . .	7
<b>ENSEIGNEMENT</b> . . . . .	8
<b>CORPS PROFESSORAL.</b> . . . . .	8
<b>VALIDATION DE LA FORMATION</b> . . . . .	8
<b>DEBOUCHES</b> . . . . .	9
<b>LES CONDITIONS GENERALES D'ADMISSION</b> . . . . .	12
<b>TABLEAU DE REGLEMENT</b> . . . . .	13

## ***CHARTRE DE QUALITE***

### **L'IPAM S'ENGAGE POUR VOUS :**

- **SUR LA QUALITE DE L'ENSEIGNEMENT**
- **SUR LA COMPETENCE DE SES FORMATEURS**
- **SUR L'ENGAGEMENT DU CORPS PROFESSORAL**
- **SUR LE SERIEUX DE SES PRESTATIONS**
- **SUR LE RAPPORT QUALITE PRIX/PRESTATIONS**
- **SUR LA SOUPLESSE DE SON OFFRE**
- **SUR LE SUIVI INDIVIDUEL DE CHAQUE ETUDIANT**



## **QU'EST-CE-QUE L'IPAM ?**

L'IPAM est le Premier Institut d'Afrique Noire Francophone exclusivement destiné et spécialisé dans la formation aux professions du Marketing Management.

Notre objectif est d'exceller dans la branche que nous avons choisie en formant des spécialistes hautement qualifiés possédant tous les outils nécessaires pour affronter le marché du travail.

L'IPAM est un Institut à taille humaine.

Dès votre entrée, vous y trouverez une atmosphère, une ambiance propice tant aux études qu'à la vie de groupe.

Les professeurs y sont compétents et disponibles. Les enseignements qu'ils dispensent tiennent compte des besoins du marché du travail en constante évolution.

Vous bénéficierez de tous les avantages liés à un établissement de taille moyenne. En effet, le ratio professeurs-étudiants est excellent, ce qui favorise des échanges riches et continus.

En quelques mots l'IPAM, c'est une formation solide, pratique, un personnel enseignant en relation constante avec le marché du travail.

S'inscrire à l'IPAM, c'est avoir à votre disposition un réseau de personnes compétentes, dynamiques et disponibles qui vous offrent un encadrement sans pareil.

Pour tout renseignement complémentaire que vous jugerez utile, le Directeur Général vous recevra personnellement.

## **PROGRAMME**

Le programme composé de 520 heures de cours théoriques et surtout pratiques (cours magistraux, travaux pratiques, travaux dirigés et travaux personnels et de recherche) a été mis au point par une équipe composée d'Enseignants/chercheurs et de Chefs d'Entreprises/DGs/Directeurs Marketing.

Toutes les matières nécessaires à la bonne maîtrise de la branche Marketing sont enseignées, afin de donner à l'étudiant la compétence requise pour exercer sa fonction.

La préparation des cours, des études de cas et des travaux de terrain nécessite un engagement et un travail personnel important.



**IPAM, POUR REUSSIR UNE CARRIERE DANS LE MARKETING-MANAGEMENT**



## LES MODULES DU PROGRAMME

### MODULE I : INTRODUCTION AU MARKETING ET PRINCIPES DU MARKETING

- Historique du Marketing
- Définition du Marketing
- Caractéristique du Marketing
- La démarche Marketing

### LA CONNAISSANCE DE L'ENVIRONNEMENT DES MARCHES

- Définition de l'environnement de l'entreprise
- Les menaces et les opportunités dues à l'environnement
- Les facteurs du micro-environnement
- Les facteurs du macro-environnement

### LA CONNAISSANCE DU MARCHÉ

- Définition du marché
- La structure du marché
- Les niveaux d'analyse du marché
- Le marché et la demande
- Les techniques et prévisions des ventes
- Les études et recherches commerciales

### LA CONNAISSANCE DU COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR

- Le processus de consommation
- Les intervenants dans le processus de consommation
- Les facteurs qui influencent le comportement du consommateur
- La notion de risque dans le processus de consommation.

### LA STRATEGIE MARKETING

- Les options de stratégie
- Les objectifs
- La segmentation et les variables qualitatives et quantitatives de la segmentation
- Le choix des cibles



- La définition des stratégies du Marketing
- Le positionnement
- La formulation du Marketing-mix
- Le budget du Marketing
- Le contrôle de la Stratégie Marketing

### LA POLITIQUE DE PRODUIT

- Définition du produit
- Les caractéristiques du produit
- Le portefeuille de produit ou product-mix
- La gamme de produit
- La marque et ses caractéristiques
- Le cycle de vie du produit
- Analyse de la gamme de produit - Le lancement des produits nouveaux



## LA POLITIQUE DE PRIX

- Les objectifs de la fixation des prix
- Les contraintes de la politique de prix
- Les méthodes de fixation des prix
- Les stratégies de fixation du prix

## LA POLITIQUE DE DISTRIBUTION

- Définition et fonctions de la distribution
- Canal, circuit et réseau de distribution
- Les intermédiaires dans la distribution
- Les différentes formes de commerce
- Les différentes formes de vente
- La politique de distribution
- La gestion de la distribution
- Les techniques de vente

## LA POLITIQUE DE COMMUNICATION

- La communication dans le marketing-mix
- Le processus de la communication
- Les différentes formes de communication
- La stratégie de la communication
- Les médias et les annonceurs
- Les agences conseils en communication et les agences de publicité
- Les métiers de la communication

## LE MARKETING INTERNATIONAL

- L'environnement international
- La pénétration des marchés étrangers



- L'accès aux marchés étrangers
- Le plan de marketing international

## MODULE 2 : TECHNIQUES DE VENTE

### LA COLLECTE DES INFORMATIONS PREALABLES A LA VENTE

- La connaissance du produit à vendre
- Informations sur les consommateurs
- Informations sur la concurrence
- Informations sur la distribution

### LA PRISE DE CONTACT

- La règle des 4 x 20

### L'APPROCHE PSYCHOLOGIQUE DE LA VENTE

- L'étude des motivations

### LES TECHNIQUES D'ENTRETIEN ET DE NEGOCIATION

- Ce qu'il faut faire – Pourquoi ?
- Ce qu'il ne faut pas faire – Pourquoi ?
- Les techniques de réponses aux objections



**IPAM, POUR REUSSIR UNE CARRIERE DANS LE MARKETING-MANAGEMENT**

**IPAM, DES FORMATIONS POUR ALLER PLUS LOIN****LA CONCLUSION DE LA VENTE**

- Qui doit conclure ?
- Quand conclure ?
- Comment conclure ?
- Les techniques de conclusion de la vente.

**MODULE 3 : DEVELOPPEMENT PERSONNEL**

- Dynamique de groupe
- Conduite de réunion
- Gestion du temps
- Gestion des conflits
- Recrutement et recherche d'emploi

**MODULE 4 : PARASCOLAIRE**

- Mémoire soutenu devant un jury
- Mini-entreprise (projet)
- Mini-entreprise (réalisation)
- Mission export
- Vie Associative
- Education Physique et Sportive

**MODULE 5 : LANGAGE DE BASE**

- Statistiques
- Droit commercial
- Expression orale, écrite et gestuelle
- Communication écrite et orale
- Informatique, Bureautique et Télématique
- Langues vivantes (Anglais)

**MODULE 6 : DEVELOPPEMENT PERSONNEL**

- Gestion du temps
- Psychosociologie
- Analyse Transactionnelle
- Programmation Neurolinguistique (PNL)
- Gestion des conflits

**MODULE 7 : SEMINAIRES**

- E & Web Marketing
- Veille Technologique et Intelligence Economique
- Management des Organisations et Ethique
- Création et Reprise d'Entreprises
- Comptabilité Générale, Analytique et des Sociétés
- Banque, Finance, Marchés de capitaux
- Gestion des Ressources Humaines
- Gestion de Projets
- Gestion de la Production
- Techniques de Recherche d'Emplois
- Dressing ou l'Art de bien s'habiller
- Commerce International (douane, logistique, transport, transit, environnement du commerce extérieur, négociation internationale, vente à l'export).





## ENSEIGNEMENT

Une pédagogie qui fait la différence, car l'accent est mis sur le volet pratique de l'enseignement.

L'enseignement de l'IPAM vise à répondre aux besoins des entreprises grâce à un programme très complet.

L'enseignement a été conçu pour répondre à la double attente des entreprises : Former des hommes et des femmes qui ont d'une part tous les outils nécessaires et d'autre part, le dynamisme, la rigueur, et l'expérience du terrain indispensable à tout responsable de haut niveau. Ces qualités jouent un rôle prépondérant dans les critères pris en compte par les recruteurs.

Nos professeurs sont pour la plupart des professionnels en activité. Ils enseignent les notions concrètes qui constituent la réalité quotidienne de l'entreprise.

Ils ont aussi acquis une compétence optimale dans leur domaine et enseignent leur matière selon les méthodes adaptées des grandes business schools Européennes et Nord Américaines dont ils sont pour la plupart diplômés.

Un enseignement basé sur la théorie et surtout la pratique. La plupart de nos enseignants sont soit des Directeurs Généraux ou des Directeurs Marketing des plus grandes entreprises du Sénégal et l'Afrique de l'Ouest. Les cours ont lieu de 18h30 à 20h30 trois ou quatre fois par semaine.



Certains *weekends* sont réservés aux activités parascolaires, travaux de terrain et de recherche.

L'IPAM a opté pour le « learning by doing » afin de rendre ses diplômés immédiatement opérationnels. Pour un diplôme de Marketing Management, vous êtes au meilleur endroit car nous sommes le seul institut spécialisé dans ce domaine.

## CORPS PROFESSORAL

Le corps professoral de premier plan est composé :

- D'universitaires renommés, Doctorants, Docteurs, Professeurs Agrégés et/ou Maîtres de Conférence.
- De praticiens d'entreprise expérimentés, tous Directeurs Généraux, Directeurs Marketing et/ou commercial.

Tous sont unanimement reconnus pour leur compétence et leur savoir-faire.

Les méthodes d'enseignement qu'ils utilisent sont vivantes et un suivi régulier assure l'acquisition de solides connaissances.

## VALIDATION DE LA FORMATION

L'année académique est répartie sur dix mois et un contrôle est organisé à la fin de chaque module. Un diplôme d'Etat validé par l'Etat en Marketing Management sera remis aux étudiants qui subiront avec succès les différentes épreuves.

Ce diplôme constituera un plus pour ceux qui se destinent à une carrière dans le Marketing Management.



**IPAM, POUR REUSSIR UNE CARRIERE DANS LE MARKETING-MANAGEMENT**



**IPAM, DES FORMATIONS POUR ALLER PLUS LOIN****DEBOUCHES**

Le niveau d'une école se juge par les débouchés de ses élèves. Notre objectif est de placer 100% de nos étudiants en fin d'études. Actuellement notre pourcentage d'étudiants insérés avant remise du diplôme est de 95 %.

Le diplôme d'Etat signifie la reconnaissance d'un enseignement sérieux, de haut niveau.

C'est une garantie recherchée par les entreprises, donc des débouchés assurés.

En fin d'étude, ces diplômés de l'IPAM ont un quintuple choix :

**1. Intégrer une grande entreprise**

Le diplôme d'Etat assure l'accès à des postes de responsabilités au sein d'un département Marketing, commercial, communication ou relations publiques.

Ensuite, la personnalité et le dynamisme de l'individu permettent d'évoluer vers un poste important et rémunérateur avec des plans de carrière intéressants.

Les grandes entreprises qui recrutent sont réparties dans des secteurs très divers : Industrie, Banque, Assurance, Transport, Distribution, etc..

**2. Entrer dans une PME / PMI(1)**

Le nombre d'offres d'emploi insatisfaites concernant les postes à haute responsabilité dans les entreprises de taille moyenne ne cesse de croître. Ceci est dû à plusieurs facteurs :

Des PME familiales sont de plus en plus nombreuses à faire appel à des Compétences extérieures pour assurer leur développement.

La Direction est souvent l'œuvre d'une équipe

Peu d'écoles donnent une formation assez solide et concrète pour satisfaire aux exigences de ces entreprises.

L'entrée de nouvelles PME / PMI sur les marchés de la sous-région provoque une augmentation significative des débouchés aux étudiants formés au Marketing.



Pour le jeune diplômé, la souplesse de structure de ces entreprises offre l'opportunité d'intégrer, après une expérience dans un poste à responsabilité, l'équipe de direction.

**3. Créer son Entreprise**

De nombreux créneaux s'ouvrent aux jeunes entrepreneurs qui ont les bases nécessaires pour assurer une gestion rigoureuse et le dynamisme indispensable pour se battre, imposer une idée, un produit, et pénétrer dans le monde des affaires.

Ces opportunités se trouvent dans tous les secteurs, notamment dans les services qui demandent moins d'investissements.

La création d'une entreprise peut être un objectif immédiat ou à moyen terme, après une période de travail dans une autre entreprise.

**4. Poursuivre ses études**

Le diplôme délivré par l'IPAM est de niveau 2e cycle. Il permet donc à l'étudiant de postuler pour un diplôme de 3ième cycle (Doctorat).

**5. Progresser dans la hiérarchie de son entreprise**

## **PARASCOLAIRE**

Un BDE (Bureau des Etudiants) tourné vers les entreprises.

Une vie associative riche et diversifiée attendent les futurs étudiants à l'IPAM.

Ils sont incités à participer aux nombreuses associations qui rythment la vie de l'Institut ou encore à créer leur propre mini-entreprise.

Chacun développe ainsi ses aptitudes à animer une équipe et acquiert une expérience réelle d'organisation, indispensable à la vie professionnelle.

Le but des associations n'est pas ludique car on y apprend et développe les prémices de la vie d'entreprise. En effet les associations sont un lieu privilégié pour entreprendre, calculer des risques et mener à terme des projets en équipe, gestion budgétaire, respect des délais, communication.

C'est par l'ouverture à la pré-entreprise que l'on acquiert les bases du professionnalisme.

Mais nous tenons à ce que le BDE et les étudiants se tournent vers des partenaires professionnels et c'est en leur proposant des actions de Marketing, Merchandising et de Relations Publiques qu'ils pourront prouver leur savoir-faire



**IPAM, POUR REUSSIR UNE CARRIERE DANS LE MARKETING-MANAGEMENT**



**IPAM, DES FORMATIONS POUR ALLER PLUS LOIN****LES ASSOCIATIONS**

**IPAM Junior Entreprise** : Conseil, étude, audit Marketing pour les entreprises et organisations

**IPAM Découverte** : Visites d'entreprises

**IPAM Humanitaire** : Aides et dons aux déshérités

**IPAM Langues** : Promotion des langues étrangères

**Club Informatique** : Promotion de l'Informatique

**Nuit du Marketing** : Organise le Gala annuel de l'Institut

**IPAM Advertising** : Recherche de sponsors

**IPAM News** : Journal Interne

**BDS** : Bureau des Sports

**IPAM Stages** : Procure des stages aux étudiants

**Year Book** : Annuaire de la Promotion

**IPAM PROMO ART** : Rapproche les artistes des milieux d'affaires

**IPAM Travel** : Organise des voyages et excursions

**AISEC** : Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales

**IPAM Shopping** : Offre de tarifs réduits aux étudiants dans certains magasins.



## **LES CONDITIONS GENERALES D'ADMISSION**

### **CONDITIONS D'INSCRIPTION**

- Avoir le baccalauréat + 4 ans d'études (avec possibilité de validation et d'acceptation des acquis professionnels)
- Retirer un dossier de candidature, le remplir et le déposer et passer un entretien de sélection.

L'entrée bien que sélective est avant tout basée sur une recherche de potentiel et de motivation.

Le but est d'avoir des promotions homogènes avec des étudiants motivés et à haut potentiel.

Pour des critères d'excellence, le nombre de places offertes est strictement limité.

### **PIECES A FOURNIR**

Le dossier de candidature dûment rempli

Une photocopie du Baccalauréat et diplôme nécessaire légalisés/et ou attestation de travail et Curriculum Vitae, extrait de d'acte de naissance et copie légalisé de la pièce d'identité, copie légalisé des relevés de notes de la dernière classe fréquentée

4 enveloppes à l'adresse du candidat

1 000 F Cfa de timbres-poste

4 photos récentes

Le règlement des frais de dossier, d'inscription, de scolarité du premier et du dernier mois et d'encadrement de mémoire (**305. 000 Fcfa**).

### **DROITS DE SCOLARITE**

Les droits de scolarité comprennent tous les frais de dossier, d'inscription et de scolarité mensuelle. Les livres, cotisations, BDE (Bureau Des Etudiants) ainsi que les frais de sorties ou de voyages ne sont pas compris.

Pour l'année scolaire à venir, les droits de scolarité s'élèvent à **755. 000 F Cfa** (Sept cent cinquante cinq mille francs Cfa).



**IPAM, POUR REUSSIR UNE CARRIERE DANS LE MARKETING-MANAGEMENT**



**IPAM, DES FORMATIONS POUR ALLER PLUS LOIN**

**La répartition des droits de scolarité est la suivante :**

<b>FRAIS DE DOSSIER</b>	<b>5 000 Fcfa</b>
<b>FRAIS D'INSCRIPTION</b>	<b>100 000 Fcfa</b>
<b>FRAIS DE SCOLARITÉ</b>	<b>10 mois x 50 000 = 500 000 Fcfa</b>
<b>FRAIS D'ENCADREMENT DE MÉMOIRE</b>	<b>100 000 Fcfa</b>
<b>FRAIS CÉRÉMONIE REMISE DE DIPLÔME</b>	<b>50 000 FCA</b>
<b>COÛT TOTAL PAR AN DE LA FORMATION</b>	<b>755 000 Fcfa</b>

**Nb :** 1 Euro = 655,957 F CFA

La formation est payable en mensualités successives et égales.

Pour toute autre mode de règlement (trimestriel ou autre), contacter la Direction pour une formule d'engagement.

La scolarité est toujours payable d'avance au plus tard le 05 de chaque mois.

Le dossier d'inscription définitif doit être remis au complet dans les dix jours suivant l'admission.

### **TABLEAU DE REGLEMENT**

<b>PERIODE</b>	<b>MONTANT</b>
<b>A L'INSCRIPTION</b>	<b>305 000 Fcfa</b>
<b>DEBUT DEUXIEME MOIS</b>	<b>50 000 Fcfa</b>
<b>DEBUT TROISIEME MOIS</b>	<b>50 000 Fcfa</b>
<b>DEBUT QUATRIEME MOIS</b>	<b>50 000 Fcfa</b>
<b>DEBUT CINQUIEME MOIS</b>	<b>50 000 Fcfa</b>
<b>DEBUT SIXIEME MOIS</b>	<b>50 000 Fcfa</b>
<b>DEBUT SEPTIEME MOIS</b>	<b>50 000 Fcfa</b>
<b>DEBUT HUITIEME MOIS</b>	<b>50 000 Fcfa</b>
<b>DEBUT NEUVIEME MOIS</b>	<b>50 000 Fcfa</b>
<b>DEBUT DIXIEME MOIS</b>	<b>50 000 Fcfa</b>
<b>COÛT ANNUEL</b>	<b>755 000 Fcfa</b>



**FORMATION IPAM,  
UNE FORCE POUR GAGNER**



*Conception Graphique :*  
*Tidiane Diallo : 77 359 70 53*

IPAM, Rue 11 x 10 Amitié II  
B.P. : 21 066 DAKAR – SENEGAL  
Tél. : (221) 33 824 24 31 – Fax : (221) 33 842 92 30  
Cell. : (221) 77 328 74 75 / (221) 76 699 12 34  
Email : [ipam@ipam.sn](mailto:ipam@ipam.sn) ou [ipamsn@gmail.com](mailto:ipamsn@gmail.com)  
Site Web: [www.ipam.sn](http://www.ipam.sn)