

L'Université Paris XII renforce son partenariat avec GeoConcept à travers le lancement d'un nouveau Master en Géomarketing

L'Université Paris XII lancera, pour la prochaine rentrée scolaire, un nouveau Master professionnel en alternance s'appuyant sur la plateforme GeoConcept, afin de former ses étudiants au Géomarketing.

Paris, France le 28 juillet 2010 : GeoConcept SA, concepteur leader de technologies d'optimisation géographique pour les professionnels et le secteur de l'éducation, annonce aujourd'hui le lancement par l'Université Paris XII d'un nouveau Master professionnel en Géomarketing et stratégies territoriales des entreprises et des institutions publiques. L'objectif de cette formation en alternance est non seulement de permettre aux étudiants d'acquérir une première année d'expérience professionnelle mais aussi de répondre à une forte demande, des entreprises et des institutions, en personnel qualifié en géomarketing.

Il y a 10 ans, GeoConcept parrainait la création du 1er DESS en Géomarketing en France à l'Université Paris XII. Depuis, la filière a su s'imposer comme une référence nationale et s'est transformée de façon naturelle en Master.

En effet, à partir de la fin septembre 2010 seront accueillies en Master 2eme année une vingtaine de personnes issues de branches diverses telles que la géographie, la gestion, l'économie et l'informatique. Motivé par une demande massive d'experts dans le domaine du géomarketing, le Master se déroulera en alternance à raison de 4 jours en entreprise et 1 jour de formation universitaire par semaine. Il s'agit ici de fournir aux étudiants une bonne méthodologie et des compétences très techniques qu'ils pourront faire valoir dès leur entrée sur le marché du travail.

L'Université Paris XII démontre ainsi son dynamisme à répondre aux besoins des professionnels.

Cette immersion dans le monde du travail est un critère qui a incité GeoConcept à renforcer son partenariat à travers des cours dispensés par des collaborateurs de la société eux-mêmes, tels que Christine Daniaud-Galet, co-directeur département Expertise – responsable du service Formation et Albert Da Silva Pires, Responsable du Secteur Education & Recherche. Aussi, la société et ses solutions sont mises à l'honneur dans une « Introduction au SIG » entièrement dédiée à la plateforme, ou dans des modules intégrant GeoConcept comme le module « SIG avancé » et les modules applicatifs pour le secteur de l'immobilier, le secteur public, le secteur de la distribution ou encore le secteur des télécoms.

Depuis 2000, plus de 870 étudiants en géomarketing ont été formés aux logiciels GeoConcept et environ 80% d'entre eux trouvent leur premier emploi moins d'un an après leur sortie du système universitaire, dont certains immédiatement après leur période de stage en entreprise.

Une large palette de métiers leur est alors ouverte avec un grand potentiel d'emploi aussi bien dans le secteur privé que dans les institutions : Chargé d'études, Responsable géomarketing, Directeur développement ou Directeur en stratégie de développement, Chef de marché et Chef de produit, Attaché territorial, Consultant en marketing ou en géomarketing...

« Notre implication comme industriel a pour objectif d'apporter les technologies les plus innovantes et de sensibiliser les étudiants aux réalités du terrain. Notre soutien se traduira concrètement par un ensemble de dispositifs marketing et de communication mais aussi et surtout par un engagement de fourniture technologique et pédagogique » commente Albert DA SILVA PIRES.

« L'apport d'un industriel dans l'animation pédagogique est un atout important pour répondre aux besoins du marché sans cesse en évolution. Cette démarche innovante en géomarketing séduira, nous en sommes certains, les professionnels, les étudiants et le corps professoral »

Abdelkader Abdellaoui et Jérôme Baray, co-directeurs du Master en Géomarketing.