# Etudes de cas en marketing international (MARK301_LEA)

Composante
UFR Lettres, Langues et Sciences Humaines

## En bref

- **Langues d'enseignement:** Français
- **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

# Présentation

## Description

PARTIE 1 : Le marché et son environnement

* Analyse macroéconomique
* Analyse microéconomique
* Besoin des clients et comportements des consommateurs

PARTIE 2 : Formuler une stratégie marketing internationale

* Définition du portefeuille d'activité à l'international
* Segmentation, ciblage et positionnement
* Marketing opérationnel et marketing mix

PARTIE 3 : Marketing interculturel

## Objectifs

Comprendre le développement d'une stratégie d'entreprise à l'international et les outils marketing utilisés au travers de cas concrets d'entreprises



Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 14 décembre 2023

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR, DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION
Liberté
Égalité
Fraternité

## Heures d'enseignement

| | | |
|---|---|---|
| TD | Travaux Dirigés | 15h |

## Compétences visées

Analyser la stratégie marketing internationale d'une entreprise et comprendre son succès à l'export

## Bibliographie

Principes de Marketing, P. Kotler et G. Armstrong, 14ème édition

# Infos pratiques

## Lieux

- Chambéry (domaine universitaire de Jacob-Bellecombette - 73)

## Campus

- Chambéry / campus de Jacob-Bellecombette



Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 14 décembre 2023