

Etudes de cas en marketing international (MARK301_LEA)



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

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	12h
----	-----------------	-----

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