

# 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

---

## 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, 14<sup>ème</sup> édition

**Libellé court** : MARK301\_LEA

**Nature** : MODL

## Infos pratiques

---

### Lieux

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

---

### Campus

› Chambéry / campus de Jacob-Bellecombette