

Stratégie d'implantation internationale (INTE701_IO)



Composante
UFR Lettres,
Langues et
Sciences
Humaines

En bref

- › **Langues d'enseignement:** Français
- › **Méthodes d'enseignement:** En présence
- › **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

- Le diagnostic export et l'adéquation marchés/ produit
- Les modes d'implantation : quelles possibilités et critères de choix
- L'attractivité des pays

Objectifs

- comprendre pourquoi les entreprises s'implantent à l'étranger
- connaître les différentes possibilités
- analyser une situation d'entreprises et proposer un choix motivé d'implantation à l'étranger

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	15h
TD	Travaux Dirigés	6h

Bibliographie

Nathalie Prime et Jean-Claude Usunier, Marketing international : Marchés, cultures et organisations, 2^e édition, Pearson, 2015

Exporter, 25^e édition, Foucher

Infos pratiques

Lieux

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

Campus

› Chambéry / campus de Jacob-Bellecombette