

International marketing

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 30.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral et Travaux dirigés
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4VgXIMKP

Présentation

Ce cours dresse un tableau réaliste des enjeux du marketing international et donne les techniques et outils essentiels pour travailler dans cet environnement.

L'accent est mis sur des analyses de cas et des mises en situation réelles.

Ce cours comporte une part importante de travail personnel. Les travaux portent sur des problématiques réelles et visent à s'approprier les techniques et les outils enseignés.

Objectifs

Approfondissement du vocabulaire marketing

Acquisition des techniques et outils de base nécessaires pour travailler dans le marketing international

Évaluation

Examen écrit, travaux pratiques, contrôle continu

Compétences visées

Savoir décrypter la stratégie marketing d'une entreprise pour mieux cadrer son action propre

Savoir segmenter un marché, positionner un produit ou un service, quantifier une opportunité de marché et établir un plan marketing annuel

Savoir définir la stratégie marketing appropriée pour se développer à l'international

Bibliographie

KEEGAN W.J., GREEN M.C, *Global Marketing*, 9th Edition. Pearson, 2017

Contact(s)

> Catherine Teirlynck

Responsable pédagogique
cteirlyn@parisnanterre.fr