

Marketing international

Composante
**Institut d'Administration
des Entreprises (IAE)**

Volume horaire
21h

Période de l'année
Semestre 3

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthode d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation continue, Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

Comprendre l'environnement international, sélectionner des marchés cibles, Définir une stratégie de développement et un plan marketing export, choisir un mode d'implantation en cohérence, mise en oeuvre du mix marketing à l'international

Heures d'enseignement

Marketing international - CM	CM	15h
Marketing international - TD	TD	6h

Programme détaillé

Introduction

I L'importance stratégique du marketing international

II Le diagnostic global export

2.1 Les facteurs impactant l'environnement international

2.2 Les atouts et les freins à l'interne

2.3 Le choix des pays où s'implanter

III Les études de marché à l'international

IV Le marketing stratégique à l'international

4.1 La segmentation, le ciblage

4.2 Le dilemme globalisation /adaptation

4.3 Le positionnement

V L'élaboration du plan marketing international

5.1 La politique de produit

5.2 La politique de prix

5.3 La politique de distribution

Lieu(x)

5.4 La politique de communication

Niort

En savoir plus

Compétences visées

<https://iae.univ-poitiers.fr/>

A partir d'une situation d'entreprise, savoir analyser le contexte, savoir appréhender les spécificités des marchés et engager un développement performant à l'international prenant en compte les atouts de l'entreprise

Bibliographie

- Exporter, Pratique du commerce international, Editions Foucher - Jean-Paul Lemaire,
- Stratégies d'internationalisation, Dunod - I Buigues et D Lacoste,
- Stratégies d'internationalisation des entreprises, Menaces et Opportunités, De Boeck
- U Mayrhofer, marketing international, Economica, - C Croue – Marketing international – De Boeck – 2015
- Patricia Brun– Marketing international – Ellipses – 2014- J-O Pesme
- Réussir son marché à l'export- Afnor éditions – 2012

Infos pratiques