

Stratégie d'internationalisation

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français, Anglais
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

- Comprendre le phénomène de mondialisation et ses enjeux
- Définir le cadre d'analyse de l'environnement international
- Déterminer les étapes d'une démarche stratégique à l'international
- Identifier les différentes stratégies d'internationalisation
- Mettre en évidence les conditions de la mise en œuvre d'une stratégie d'internationalisation

Heures d'enseignement

CM CM 12h

Programme détaillé

Introduction

- I) Démarche stratégique à l'international
 1. Introduction à la stratégie
 2. Les motifs de l'internationalisation
 3. Les conditions de l'internationalisation

II) L'internationalisation des entreprises

1. Logiques et principales phases du développement international
2. Les choix stratégiques à l'international
3. Manager l'internationalisation

III) Mise en œuvre des stratégies internationales

1. Adapter l'offre à l'international
2. Les choix de distribution et de communication à l'international

Compétences visées

International market analysis.

Company's market potential evaluation.

Bibliographie

- Lemaire J.P. «Stratégies d'internationalisation», Dunod
- Ouvrages complémentaires
- Sylvie Chevrier, le management interculturel
 - Le Moci

Infos pratiques

Lieu(x)

Segonzac