

International marketing : advanced



En bref

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

Présentation

Objectifs

- # Faire une étude complète marketing professionnelle avec présentation au pdg

Heures d'enseignement

| | | |
|--------------------------------------|-----------------|-------|
| Marketing international: avancé - CM | Cours Magistral | 9h |
| Marketing international: avancé - TD | Travaux Dirigés | 10,5h |

Pré-requis obligatoires

- # Capacité à synthétiser tous les concepts antérieurs (finance, marketing, stratégie, go to market, export, multiculturel, logique)

Plan du cours

Gros travail en équipe

Cas transversal (en entonnoir)

- * Choix stratégique de marché
- * Projection a 4-5 ans
- * Matrice mc kinsey
- * Adaptation du mc kinsey a la réalité par pays
- * Choix des pays
- * Methode pareto et multi paramètres
- * Gros travail de données excel
- * Investissement a 4 ans par marché
- * Projection ca a 4 ans par marché
- * Achat de concurrent à budgéter
- * Classification ABC
- * Focus sur 2 pays (1 en focus 1 et un en focus 2)
- * Pestel, interculturel
- * Choix des go to market (distribution, filiale, direct, représentant, mix ?) choix des vendeurs dans une liste de vendeurs dispos
- * Dimensionner correctement le nombre de vendeurs par pays en fonction des pays
- * Toujours garder une vue globale meme si on va dans le détail par pays.

Présentation en groupe, en anglais et remise d'un dossier

Compétences visées

- * Avoir une vue globale de l'entreprise et des implications de chaque décisions

Bibliographie

- # Cavusgil, S.T.; Knight, G. & Riesenberger, J. (2016), International Business: the new realities, 4th ed., Prentice Hall.
- # Lynch, R.L. (2015), Strategic Management, Pearson education, 7th edition, Harlow
- # Johnson, G., Scholes,. (2013), Exploring corporate Strategy: Text & Case, Pearson Education, 10th ed., Harlow.
- # Kim, W.C. & Mauborgne, R. (2015), Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant, Harvard Business Review Press, New York

Infos pratiques

Lieux

- › Annecy-le-Vieux (74)

Campus

➤ Anancy / campus d'Anancy-le-Vieux