Achats et ventes à l'international

Niveau d'étude	Composante	Période de l'année
Bac +5	**Institut d'Administration des Entreprises (IAE)**	**Semestre 3**

En bref

Langue(s) d'enseignement: Français

Méthodes d'enseignement: A distance

Organisation de l'enseignement: Formation initiale, Formation continue, Contrat d'apprentissage

Ouvert aux étudiants en échange: Non

Présentation

Objectifs

L'objectif principal du cours est d'approfondir les connaissances théoriques en matière de Marketing International, tant du point de vue des Achats que des Ventes.

La première partie est consacrée au Management des Achats à l'international et se divise en 3 chapitres. Après avoir replacé la fonction achats import au sein de l'entreprise et décrit les enjeux d'une politique d'achats et le processus global d'achats (Ch1), nous appréhendons l'analyse du portefeuille achats, des besoins, des marchés fournisseurs et des coûts d'achats (Ch2) et nous terminons par les stratégies d'achats (Ch3).

La seconde partie développe le Management des Ventes à l'international en 3 chapitres également. Dans un premier temps, nous étudions les opportunités et les risques d'une démarche de marketing international pour les entreprises (Ch4). Nous abordons ensuite les décisions stratégiques en Marketing international (Ch5). Et nous terminons par les « 4P », à savoir les décisions concernant les produits, les prix, la distribution et la communication, sous l'angle international (Ch6).

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 14 novembre 2024

Heures d'enseignement

TD	TD	15h

Programme détaillé

1ERE PARTIE : MANAGEMENT DES ACHATS A L'INTERNATIONAL

CHAPITRE 1 : LA FONCTION ACHATS AU COEUR DE L'ENTREPRISE

CHAPITRE 2 : DIAGNOSTIC IMPORT, PHASE AMONT DU PROCESSUS ACHATS

CHAPITRE 3 : STRATEGIES D'ACHATS A L'INTERNATIONAL

2EME PARTIE : MANAGEMENT DES VENTES A L'INTERNATIONAL

CHAPITRE 4 : OPPORTUNITES ET RISQUES D'UNE DEMARCHE MARKETING INTERNATIONALE

CHAPITRE 5 : DECISIONS STRATEGIQUES EN MARKETING INTERNATIONAL

CHAPITRE 6 : DECISIONS POUR LES « 4P » SUR LES MARCHES INTERNATIONAUX

Bibliographie

Pour la partie Management des Achats à l'international :

La boîte à outils de l'Acheteur - Dunod – S. Canonne et P. Petit

Pour la partie Management des Ventes à l'international :

Marketing International – Dunod, collection Topos - A-G. Jolivot (non fourni)

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 14 novembre 2024

En savoir plus

https://iae.univ-poitiers.fr/formation-a-distance/

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 14 novembre 2024