

Etude de cas en management international

Niveau d'étude
Bac +5

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

Période de l'année
Semestre 3

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** A distance
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Objectifs

L'objet de ce cours est de proposer, à travers des cas de synthèse, d'étudier des stratégies d'internationalisation de grandes firmes, en s'appuyant à la fois sur des outils dédiés et sur vos connaissances, notamment issues de votre expérience et des autres cours de ce Master. Il s'agit donc moins de travailler sur un cours dans une approche strictement théorique mais de privilégier au contraire une dimension pratique, liée à la pratique des études de cas proposées.

Heures d'enseignement

TD	TD	29h
----	----	-----

Programme détaillé

Préambule

Bibliographie

Outils et modèles théoriques relatifs au management international

Mini-cas

Cas de synthèse

Bibliographie

I. HUAULT, Management international, La Découverte, Collection « Repères »

A.G. JOLIVOT, Marketing international, Dunod, Collection « Les topos », 2008.

J.P. LEMAIRE, Stratégies d'internationalisation, Dunod, 3ème édition, 2013.

O. MEIER, H. BORENSZTEJN et V. DESSAIN, Management interculturel : stratégie, organisation, performance, Dunod, 3ème édition

C. MERCIER-SUISSA et C. BOUVERET-RIVAT, L'essentiel des stratégies d'internationalisation de l'entreprise, Collection « Les carrés », Gualino Editeur, 2007.

J.C. USUNIER et N. PRIME, Marketing international. Développement des marchés et management multiculturel, Vuibert, 2004, 2ème édition.

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

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