

R3.BI.16 Marketing et vente à l'international

Composante
Institut universitaire de technologie d'Angoulême

Présentation

Description

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Appréhender les différents aspects d'un problème marketing international
- Développer les possibilités d'actions commerciales sur les marchés étrangers

Contenu :

- Identification des prospects à l'international
- Chiffrage des coûts et estimation de la faisabilité d'une opération de prospection à l'international
- Adaptation de l'offre en déployant un marketing mix à l'international (stratégies d'adaptation et de standardisation, etc)
- Élaboration d'un plan de lancement à l'international qui prend en compte les spécificités culturelles

Cette ressource peut être dispensée en langues étrangères.

Objectifs

- AC25.04BI | Positionner l'offre en fonction des spécificités culturelles identifiées sur le(s) marché(s) ciblé(s)

Heures d'enseignement

TD	TD	13h
----	----	-----