

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

Parcours : BI Heures : 13 heures

Descriptif

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

Mots clés : Marketing international – prospection à l'international

Contenu Pédagogique

- 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. Apprentissage critique ciblé :

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

Compétences Ciblées

Piloter les opérations à l'international

Apprentissages Critiques Liés

- AC23.04
- AC25.02BI
- AC21.04
- AC22.04
- AC24.02BI
- AC25.01BI
- AC22.06
- AC21.03
- AC23.01
- AC22.05
- AC24.03BI
- AC24.01BI
- AC23.02
- AC22.01
- AC22.02

- AC21.02
- AC25.03BI
- AC25.04BI
- AC23.03
- AC21.01

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET
Secrétariat

Caroline MILCENT-MONTIER
Sylvie LEBER

Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr
iut-sec-tc@univ-lehavre.fr

Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr
Directrice des études BUT 2 – sylvie.leber@univ-lehavre.fr