

Marketing International

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- Marketing International, différences culturelles & Processus de Choix du Consommateur
 - Etude de marché à l'international
 - Processus d'élaboration d'une stratégie marketing à l'international (SWOT, segmentation, ciblage, positionnement, ...)
 - Diffusion internationale des produits/innovations
 - Politique de communication & management international de la marque
 - Projet de lancement d'un nouveau produit
-
- Aborder les principaux problèmes qui se posent aux entreprises concernées par un développement de leurs activités commerciales à l'étranger.

Compétence à acquérir :

- Maîtriser les différences de comportements des consommateurs au niveau international et de leurs conséquences sur les choix marketing.

Un accent particulier sera mis sur les pays en développement.

Document susceptible de mise à jour - 18/02/2026

Université Paris Dauphine - PSL - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16