

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 - 03/04/2026**

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