




5.0 crédits	30.0 h	2q
-------------	--------	----

Enseignants:	Schuiling Isabelle ; Pleyers Gordy (supplée Schuiling Isabelle) ;
Langue d'enseignement:	Anglais
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés :	Ce cours couvrira les thèmes suivants : développement du marketing international et marketing global, analyse des opportunités du marketing global, avantages et désavantages du marketing global, segmentation et positionnement international, particularités des stratégies de marques au niveau international, étapes du développement international.
Acquis d'apprentissage	<p>L'objectif de ce cours est de comprendre les questions stratégiques de marketing international que se posent les entreprises locales et internationales quand elles décident de commercialiser leurs produits sur les marchés internationaux.</p> <p>Ce cours permettra aux étudiants de a) Comprendre les implications du changement de stratégie d'un marketing international/ multi-domestique vers un marketing global ; b) Etudier les différentes stratégies marketing qui peuvent être adoptées par les entreprises au niveau international et c) Apprendre à développer des plans marketing international de qualité en prenant les meilleures décisions dans les domaines des stratégies de marque, de produit, de prix, de distribution et de communication.</p> <p><i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i></p>
Contenu :	<p>Résumé, contenu et méthodes Voir objectifs</p> <p>Contenu Voir objet de l'activité</p> <p>Méthodes Activités en présentiel X0 Exposés magistraux X0 Séminaire interactif X0 Apprentissage par problème X0 Apprentissage par projet Activités hors présentiel X0 Lectures préparatoires X0 Rédaction de travaux X0 Préparation de présentations</p>

<p>Autres infos :</p>	<p>Pré-requis (idéalement en termes de compétences) : Cours de base en marketing Evaluation : Travaux et participation au cours</p> <p>Support : ex : Transparents fournis via icampus</p> <p>Références : Fournies durant le cours</p> <p>Encadrement :</p> <p>Autres :</p> <p>Eléments d'internationalisation X0 cours CEMS X0 contenu international (le cours aborde-t-il les problématiques internationales liées au contenu ?) X0 intervenants internationaux X0 études de cas internationales</p> <p>Interventions d'entreprises X0 conférence X0 étude de cas X0 intervenant du monde de l'entreprise</p> <p>Compétences transversales X0 présentation orale X0 rédaction écrite X0 travail de groupe X0 résolution de problème X0 prise de décision X0 gestion du temps X0 gestion de projet X0 travail multiculturel X0 esprit critique</p>
<p>Faculté ou entité en charge:</p>	<p>CLSM</p>

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en sciences de gestion	GEST2M	5	-	
Master [120] en sciences de gestion	GESM2M	5	-	
Master [120] en ingénieur de gestion	INGM2M	5	-	
Master [120] en ingénieur de gestion	INGE2M	5	-	