

# Marketing international



Composante  
LANGUES  
ETRANGERES  
APPLIQUEES



Volume horaire  
CM  
19,5



Nombre de  
semaines  
13

## En bref

> **Modalité de contrôle:** Contrôle mixte

## Présentation

**Discipline rare :** Non

## Description et objectifs

L'objectif du cours est la compréhension des dynamiques de marché, des concepts/outils de marketing et de leur mise en œuvre opérationnelle pour une performance durable de l'entreprise.

## Syllabus

La méthodologie d'apprentissage inclut des mini-cas, des exemples directement tirés de la vie professionnelle et des exercices. Elle comprend des précisions terminologiques ainsi que des supports pédagogiques, pour partie en langue anglaise, disponibles sur Moodle.

### Programme

#### I. La délimitation et l'étude du marché

Le marché principal, le marché générique et le marché de substitution, le marché pertinent et le marché dépendant, le marché actuel et le marché potentiel

Les études de marché

#### II. Le comportement du consommateur

La modélisation du processus d'achat du consommateur

Les questionnaires et la collecte des données

L'analyse quantitative des données : régression multiple ; analyse factorielle ou en composantes principales

#### III. La méthode STP

La segmentation et les méthodes de segmentation du marché

#### IV. Le Marketing Mix (produit, prix, distribution, communication, ...)

Les stratégies de produits

Les politiques de prix et les méthodes de calcul des coûts et des prix possibles.

Les stratégies de distribution

Les stratégies de communication & la gestion de la marque

E-Marketing et Marketing digital

**V. Marketings spécifiques** (Marketing des services, Marketing organisationnel, B to B, B to C, B to R, Marketing du luxe, Marketing interculturel, e-Marketing, etc.)

**VI. Le plan Marketing** (planification budgétaire, déclinaison opérationnelle, contrôle de réalisation)

---

## Informations complémentaires

### Bibliographie

- B.Dubois, K.Keller, Ph. Kotler, D. Manceau, Marketing Management, Pearson Education, 2016

-A. de Baynast, J. Lendrevie, J. Lévy, *Mercator*, Dunod, 2017

## Infos pratiques

---

## Contacts

Responsable pédagogique

BROUSTAIL Joël

✉ [joel.broustail@sorbonne-universite.fr](mailto:joel.broustail@sorbonne-universite.fr)