

# Marketing international : case studies



ECTS



Composante  
LANGUES  
ETRANGERES  
APPLIQUEES



Volume horaire  
CM  
24



Nombre de  
semaines  
8

## En bref

- > **Modalité de contrôle:** Contrôle final
- > **Langue(s) d'enseignement:** Anglais

## Présentation

**Discipline rare :** Non

## Description et objectifs

A travers ce cours de marketing en anglais, les étudiants doivent :

- Comprendre les principaux enjeux du marketing stratégique et son articulation avec le marketing opérationnel.
- Maîtriser les principaux concepts et outils du marketing.
- Etre au fait des évolutions récentes qui ont bouleversé le marketing traditionnel.
- Saisir le rôle du marketing dans l'innovation.

Ils doivent être capables de parler à bon escient de tous ces sujets en anglais dans leur future vie professionnelle, ainsi qu'être en mesure de travailler en anglais au sein d'un service marketing, ou de collaborer avec un tel service.

## Syllabus

Approfondissement et actualisation des concepts fondamentaux du marketing. Illustration par des études de cas pratiques d'entreprises.

### Programme

Ce cours approfondit et illustre les points suivants :

- 1 - Principaux concepts

Le marketing stratégique, le marketing opérationnel, le marketing d'offre et de demande, le marketing industriel (Business-to-Business) vs le marketing de grande consommation (Business-to-Consumer), le plan marketing, la segmentation, la différenciation, le ciblage, le positionnement, le comportement d'achat, les études de marchés, les tendances, la veille, le marketing relationnel, la communication.

Marketing expérientiel, marketing tribal, storytelling, rétro-marketing, marketing collaboratif, etc.

En outre, deux séances très concrètes sont consacrées au marketing de l'innovation, avec présentation de maquettes de produits et de cahiers de tendances :

- Le marketing international en parfumerie sélective, à travers la fonction de chef de produits.
- Le décryptage des tendances en marketing de la mode.

---

## Informations complémentaires

### Bibliographie

- KOTLER Philip and KELLER Kevin Lane, Marketing Management, 15th Global Edition, Pearson, 2016

## Infos pratiques

---

## Contacts

Responsable pédagogique

Nathalie COLIN-VAPAILLE

✉ [nathalie.colin-vapaille@sorbonne-universite.fr](mailto:nathalie.colin-vapaille@sorbonne-universite.fr)

---

## Lieu(x)

- Centre universitaire Malesherbes - 108, boulevard Malesherbes 75017 Paris