

Master Études européennes et internationales

Marketing international

Responsable	Descriptions	Informations
Florence METRAL florence.METRAL@univ-amu.fr	Code : HUEB01A Nature : Élément constitutif Domaines : Arts, Lettres, Langues, Sciences humaines et sociales	Composante : Faculté des Arts, Lettres, Langues et Sciences humaines

LANGUE(S) D'ENSEIGNEMENT

Français

CONTENU

Le cours de Marketing international s'inscrit dans une approche « entrepreneuriale » des étapes et cheminements nécessaires pour concrétiser ou non un souhait d'exporter et de s'internationaliser.

Ce cours s'appuiera sur la capacité de recherche, d'analyse des étudiants et les mettra en situation grâce à des études de cas.

Sur des cas et des localisations définies, un travail d'analyse macroéconomique, microéconomique et interculturelle vous seront demandées.

COMPÉTENCES À ACQUÉRIR

Compétences techniques :

- Être en capacité d'intégrer les techniques d'analyse et les outils vus en cours.
- Être en capacité d'utiliser ces techniques et outils dans l'élaboration et la résolution de cas pratiques.
- Confirmer leur compétence à travailler en équipe
- Confirmer leur appétence à présenter et expliquer leur travail en public
- Affiner leur esprit autocritique et critique

Compétences thématiques :

- S'adapter aux pays et donc aux cultures concernés par les cas pratiques et les études

MODALITÉS D'ORGANISATION

Chaque cours est composé d'une partie théorique et d'une mise en pratique via des cas pratiques.

VOLUME HORAIRE

- Volume total: 20 heures
- Cours magistraux: 20 heures

CODES APOGÉE

- HUEB01A [ELP]

M3C

Aucune donnée M3C trouvée

POUR PLUS D'INFORMATIONS

[Aller sur le site de l'offre de formation...](#)



Dernière modification le 24/08/2023