

Master LEA (langues étrangères appliquées) Marketing international

Responsable	Descriptions	Informations
Margot LECLAIR margot.LECLAIR@univ-amu.fr	Code : HEDC02A Nature : Élément constitutif Domaines : Arts, Lettres, Langues	Composante : Faculté des Arts, Lettres, Langues et Sciences humaines

LANGUE(S) D'ENSEIGNEMENT

Français

Dernière modification le 24/08/2023

CONTENU

L'enseignement présente et met en pratique (simulations) les principes fondamentaux d'analyse des marchés. Il prépare à la prise de responsabilité en matière de relation client et d'animation des équipes de vente.

COMPÉTENCES À ACQUÉRIR

Acquérir les fondamentaux du marketing international.

Capacité à animer le référentiel d'un chef de produit à l'étranger.

Capacité à développer la relation client (CRM).

MODALITÉS D'ORGANISATION

Contrôle continu

BIBLIOGRAPHIE, LECTURES RECOMMANDÉES

[Nathalie Prime](#) et [Jean-Claude Usunier](#) (2004) [Marketing international: Développement des marchés et management multiculturel](#), Paris : Vuibert.

PRÉ-REQUIS OBLIGATOIRES

Culture économique générale et commercial

Fondements du commerce international

PRÉREQUIS RECOMMANDÉS

Lecture littérature spécialisée en management international

VOLUME HORAIRE

- Volume total: 24 heures
- Cours magistraux: 24 heures

CODES APOGÉE

- HEDC02A [ELP]

M3C

Aucune donnée M3C trouvée

POUR PLUS D'INFORMATIONS

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

