

DVE203 - Stratégie d'internationalisation et risques internationaux

Présentation

Prérequis

Une formation économique, commerciale ou juridique de niveau bac + 4 est requise afin de permettre une acquisition rapide des concepts stratégiques et leur application à des cas d'entreprise. Cette formation s'adresse prioritairement à des professionnels confirmés qui, dans le cadre de leur pratique en entreprise, sont impliqués dans les processus d'analyse des opportunités internationales, dans les processus de prise de décision stratégique et dans la mise en oeuvre des choix de développement liés à l'internationalisation de leur activité. Cette formation nécessite une maîtrise de la langue anglaise.

Objectifs pédagogiques

L'objectif du cours est de mettre les auditeurs en situation de consultant en développement international d'une entreprise. Une méthodologie d'analyse de la dynamique du développement international de l'entreprise leur sera proposée, qu'ils devront appliquer sur des études de cas réelles.

A l'issue de ce cours, les auditeurs seront en mesure de :

- réaliser une analyse externe (repérage des mutations de l'environnement international et de leur impact sur la dynamique du secteur d'activité dans lequel évolue l'entreprise étudiée) ;
- réaliser une analyse interne (diagnostic de développement international de l'entreprise) ;
- de faire des recommandations en termes de (re)formulation de la stratégie d'internationalisation de l'entreprise, basées sur les analyses précédentes ;
- de concevoir en partie la mise en oeuvre de cette stratégie d'internationalisation, à travers l'élaboration d'une stratégie marketing international.

La mondialisation des marchés engendre une intensification majeure de la concurrence, et par là-même une importance croissante du rôle du marketing pour dégager de la valeur ajoutée auprès des consommateurs et acheteurs de différents pays, tout en consolidant les marges. **Pour cette raison, le cours privilégiera l'angle du marketing international.**

Compétences

Pouvoir utiliser les outils de diagnostic stratégique proposés dans le cadre de l'exploitation de situations réelles. Participer de façon active à la mise en oeuvre des moyens et des solutions appropriés à une stratégie d'internationalisation clairement identifiée : processus d'implantation, moyens marketing, suivi des risques, dispositifs et couverture de financement, systèmes d'information et de veille.

Programme

Contenu

Le cours repose principalement sur des exposés d'enseignants et sur des études de cas à traiter en équipes. La plupart des séances nécessitent un **travail préparatoire de lecture**. On attend des étudiants qu'ils soient présents à tous les cours et participent aux débats en apportant leur point de vue sur les questions soulevées. On attend également des étudiants qu'ils **maîtrisent la langue anglaise** (les études de cas et les diapositives power-point remis aux étudiants seront en anglais et/ou en français).

Démarche pour (Re) Définir une stratégie d'internationalisation

Mise en oeuvre de la stratégie d'internationalisation définie.

🌟 Valide le 19-01-2019

Code : DVE203

4 crédits

Responsabilité nationale :

EPN16 - Innovation / Anne-gaëlle JOLIVOT

Contact national :

EPN16 Innovation

2 rue conté

39.2.61

75003 Paris

01 58 80 86 39

Guy Dahan

guy.dahan@lecnam.net

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Stratégies d'internationalisation, 3e éd., Dunod, 2013.	Lemaire J.-P.
Marketing international, Dunod, 2013.	Jolivot A.-G.