|  |
| --- |
| **CHARGE DE COURS** |

|  |
| --- |
| **Cross Cultural Marketing** |
| **Section** | Bachelier en international business - Co-diplomation avec l’Henallux |
| **Unité d’enseignement** | Approche multiculturelle de la négociation et du marketing  |
| **Nombre de périodes** | 29 périodes de 50 minutes (24 heures)  |
| **Horaires** | À définir |
| **CHARGé DE COURS** |
| **Titre(s)** | Être titulaire d’un bachelier ou d’un master et justifier d’une compétence professionnelle à jour dans le domaine. |
| **Statut** | Expert |

**Programme de ce cours :**

*À partir de situations concrètes de la vie professionnelle mettant en jeu des stratégies et des pratiques commerciales sur des marchés-cible dans un contexte multiculturel, en disposant de la documentation ad hoc, l’étudiant sera capable :*

* Identifier et expliciter les principes d’une stratégie marketing interculturelle ;
* D’établir des croisements de données afin de disposer d’une vue réaliste du marché-cible ;
* D’analyser, en utilisant la technique du Benchmarking, des pratiques de plusieurs secteurs (offre produits/services et communication) ;
* D’élaborer une stratégie marketing et un plan de communication pour le marché-cible.

|  |  |
| --- | --- |
| **Candidature** |  |