LICENCE MENTION LEA LANGUES ETRANGÈRES APPLIQUÉES

PARCOURS ANGLAIS-ALLEMAND

Semestre 5

DROIT, ECONOMIE, GESTION (DEG)

Marketing interculturel

Présentation

Enseignant responsable : Pascal Fesquet

- Art de la Négociation interculturelle
- Elaboration d'une stratégie multiculturelle, d'un « Business Model »
- Diagnostic et gestion des risques interculturels
- Maîtrise des syncrétismes locaux , langue, culture, civilisation, histoire , modèles organisationnel et économique
- Poids des valeurs , des usages
- Système de représentation, outils de décodage, tranlittération
- Approche globale, approche locale
- Comportement collectif, comportement individuel
- Rapport au laïc, au sacré
- Les tabous, les pièges à éviter
- Approche spatio-temporelle
- Soft power
- Canaux et circuits de distribution
- Outils de promotion et merchandising
- Branding
- Networking

Bibliographie

Ouvrages conseillés :

« Marketing international - Marchés, cultures et organisations » Broché – 27 avril 2012

de Nathalie Prime (Auteur), Jean-Claude Usunier

Editeur : Amazon.fr

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CT	Ecrit - devoir surveillé	60	100%	

Session 2 : Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
	CT	Ecrit - devoir surveillé	60	100%	