

MRK-6088 : Planification du marketing international

NRC 13216

Hiver 2014

Mode d'enseignement : Présentiel

Temps consacré : 3-3-3

Crédit(s) : 3

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à élaborer un plan de marketing international. On y aborde les différents modèles d'analyse (ex. : analyse culturelle) et les éléments essentiels à la mise en place d'une stratégie de marketing international, tels le diagnostic-export et l'analyse du potentiel de marché.

Plage horaire :

Cours en classe

mercredi 08h30 à 11h20 [PAP-1307](#) Du 13 janv. 2014 au 25 avr. 2014

Il se peut que l'horaire du cours ait été modifié depuis la dernière synchronisation avec Capsule. [Vérifier l'horaire dans Capsule](#)

Site de cours :


<https://www.portaildescours.ulaval.ca/ena/site/accueil?idSite=52000>

Coordonnées et disponibilités

Nizar Souiden
Professeur Titulaire


Pavillon Palasis-Prince, local 2419

nizar.souiden@mrk.ulaval.ca

 418-656-2131 poste 5321

Claudia Careau
Secrétaire

Pavillon Palasis-Prince, local 2415

 418-656-2491

Soutien technique :

Comptoir d'aide APTI (FSA)

Palasis Prince, Local 2215-B

<http://www.fsa.ulaval.ca/azimut>

 caa@fsa.ulaval.ca

418-656-2131 poste 6258

Sommaire

Description du cours	3
Introduction	3
Objectif général du cours	3
Objectifs spécifiques du cours	3
Approche pédagogique	3
Contenu et activités	4
Évaluations et résultats	4
Liste des évaluations sommatives et formatives	5
Informations détaillées sur les évaluations sommatives	5
Participation	5
Projet de session	5
Examen final	6
Informations détaillées sur les évaluations formatives	6
Diagnostic export et ratios	6
Phase1	6
Phase2	6
Phase3	6
Phase4	6
Barème de conversion	6
Plagiat	7
Règles disciplinaires	7
Étudiants ayant un handicap, un trouble d'apprentissage ou un trouble mental	7
Ordinateur portatif et exigences logicielles	7
Évaluation de l'enseignement	7
Matériel didactique	8
Liste du matériel obligatoire	8
Liste du matériel complémentaire	8
Médiagraphie et annexes	8

Description du cours

Introduction

Ce cours est fortement recommandé dans le cadre de la maîtrise en administration, spécialisation marketing. Le contenu du présent cours a été formulé en prenant pour acquis les éléments suivants:

1. L'étudiant qui suit ce cours :
 - a acquis des connaissances approfondies en gestion au cours de ses études antérieures;
 - possède une base solide en marketing
1. Que nos futurs diplômés ont de plus en plus besoin de connaissances et de techniques reliées à l'analyse et à la planification du marketing international et global.

Objectif général du cours

Compte tenu de ce qui précède et en conformité avec les objectifs évoqués à l'intérieur du programme de maîtrise, option marketing, de spécialiser l'étudiant et de lui fournir une formation lui permettant d'opérer sur les plans d'analyse et de décision, ce cours vise:

- à développer et à renforcer chez l'étudiant une attitude positive vis-à-vis la dimension internationale;
- à lui apprendre à décider pour une entreprise, de s'impliquer au niveau international;
- à familiariser l'étudiant avec des schémas d'analyse et à lui inculquer des connaissances permettant de prendre des décisions reliées aux stratégies internationales et globales;
- à rendre l'étudiant apte à développer un plan de marketing relié à une implication dans un (des) marché(s) étranger(s).

Objectifs spécifiques du cours

Au terme de ce cours, l'étudiant :

- devra être familier avec les aspects spécifiques au marketing global et avec différents modèles particuliers à la dimension internationale;
- sera en mesure de discuter des différents avantages et dangers (pour une entreprise) de s'impliquer au niveau international;
- sera capable d'analyser les différentes variables contrôlables et non contrôlables intervenant dans la prise de décision au niveau international ou global;
- sera en mesure de procéder à un diagnostic d'entreprise portant sur le degré de préparation de cette dernière à l'internationalisation et à la globalisation;
- devra pouvoir établir le potentiel de marché d'une entreprise à partir de données secondaires et primaires et de retenir le(s) marché(s) correspondant aux objectifs établis;
- sera capable de choisir le(s) mode(s) d'entrée pertinent(s) et de développer un plan de marketing international/global (objectifs, stratégies, programmes) prenant en considération les objectifs globaux de l'entreprise de même que les résultats du diagnostic et de l'analyse des marchés et du potentiel des ventes.

Approche pédagogique

LECTURES ET TRAVAUX

A part les lectures personnelles, le cours repose sur une un nombre de travaux (e.g., mises en situation (exercices), et/ou un projet de session, et/ou étude de cas, et/ou simulation). La quantité du travail est déterminée par le professeur (au début de la session) selon le nombre d'étudiants inscrits dans le cours. Les lectures servent de base aux séances de cours et aux mises en situation. Les précisions concernant les travaux sont présentées en un document annexe (Travaux de Session).

Les séances comporteront aussi des périodes de discussions reliées aux événements courants et à leur

incidence pour le gestionnaire de marketing international. A l'occasion, et dans la mesure du possible, un conférencier pourra intervenir pour présenter un sujet particulier.

Actualités

Afin d'améliorer vos connaissances dans le domaine du marketing international et de rendre votre participation plus efficace au cours des discussions, il est fortement suggéré de lire, de façon régulière, des articles reliés à l'actualité internationale, dans la perspective du gestionnaire de marketing global. Voici quelques sources riches en information: Harvard Business Review, Fortune, Business Week, The Economist, Canadian Business, International Marketing Review, Journal of International Business Studies, Journal of International Marketing, Journal of International Marketing Studies, etc. Plusieurs de ces revues se trouvent dans la base de données de la bibliothèque de l'Université Laval. Aussi, vous pouvez consulter des sites comme CanadExport du MAECI (<http://www.dfait-maeci.gc.ca>) et Exportateurs Avertis et Cyberbulletin de l'EDC (<http://www.edc-see.ca>).

RECOMMANDATIONS

- La présence en classe est très importante. Si vous devez vous absenter, veuillez prendre entente avec un collègue afin de pouvoir étudier la matière manquée. Aucun cours (ou résumé du cours) ne sera offert par le professeur pour les absents.
- Les étudiants doivent se préparer en avance (avoir lu le(s) chapitre(s) relié(e)s à la séance) et ils sont appelés à participer activement en classe. Ceci est important autant pour les étudiants que pour le professeur.

AVERTISSEMENT

En cas d'annulation d'une séance (tempête de neige ou autre événement) la matière de la séance sera normalement reprise à la séance suivante et les autres séances seront décalées. Une date adéquate sera désignée pour rattraper la séance manquée.

Contenu et activités

Le tableau ci-dessous présente les semaines d'activités prévues dans le cadre du cours.

Titre	Date
<u>Séance 01 : Introduction : L'impératif de la globalisation</u>	15 janv. 2014
<u>Séance 02 : L'environnement économique et financier</u>	22 janv. 2014
<u>Séance 03 : L'environnement socioculturel et politique</u>	29 janv. 2014
<u>Séance 04 : Travail sur le diagnostic d'export et les ratios</u>	5 févr. 2014
<u>Séance 05 : Étude de marché et la segmentation des marchés internationaux</u>	12 févr. 2014
<u>Séance 06 : La stratégie du marketing global</u>	19 févr. 2014
<u>Séance 07: Ajustement de la Phase1 et développement de la phase2 du GMMSO</u>	26 févr. 2014
Semaine de lecture	5 mars 2014
<u>Séance 08 : Les modes d'entrée et les stratégies d'approvisionnement globales</u>	12 mars 2014
<u>Séance 09 : La politique globale de produit</u>	19 mars 2014
<u>Séance 10 : La politique globale des prix</u>	26 mars 2014
<u>Séance 11 : La politique globale de communication et gestion des ventes</u>	2 avr. 2014
<u>Séance 12 : La politique globale de distribution et la gestion de l'exportation/l'importation</u>	9 avr. 2014
<u>Séance 13 : Rattrapage ou révision/Présentation de la phase 4 GMMSO</u>	16 avr. 2014
Examen final	23 avr. 2014

Note : Veuillez vous référer à la section *Contenu et activités* de votre site de cours pour de plus amples détails.

Évaluations et résultats

Liste des évaluations sommatives et formatives

Sommatives

Titre	Date	Mode de travail	Pondération
Participation	À déterminer	En équipe	10 %
Projet de session	À déterminer	En équipe	45 %
Examen final	Le 23 avr. 2014 de 08h30 à 11h20	Individuel	45 %

Formatives

Titre	Date	Mode de travail
Diagnostic export et ratios	Dû le 5 févr. 2014 à 12h00	En équipe
Phase1	Dû le 19 févr. 2014 à 12h00	En équipe
Phase2	Dû le 19 mars 2014 à 12h00	En équipe
Phase3	Dû le 2 avr. 2014 à 12h00	En équipe
Phase4	Dû le 16 avr. 2014 à 12h00	En équipe

Informations détaillées sur les évaluations sommatives

Participation

Date de remise : À déterminer
Mode de travail : En équipe
Pondération : 10 %

Directives de l'évaluation :

(présence, discussions des exercices et des actualités internationales)

Présence en classe

Elle est très importante. Si vous devez vous absenter, veuillez prendre entente avec un collègue afin de pouvoir étudier la matière manquée.

Exercices

Les étudiants doivent former des équipes de 2, 3 ou 4 personnes (ceci dépendra du nombre d'étudiants inscrits dans le cours). Chaque équipe devra :

- Soumettre un travail sur le diagnostic export et les ratios.
- Soumettre un projet de session/étude de cas.

Lors des premières séances, des instructions seront données aux équipes concernant les deux travaux à remettre. Ces travaux doivent être remis par toutes les équipes **en format électronique et en format papier** (glissé sous la porte du local 2419) au plus tard à 12h00 le mardi précédant la séance où l'exercice sera discuté en classe. La page frontispice devrait indiquer le titre de l'exercice, la date et les noms des membres de l'équipe (en ordre alphabétique) qui ont participé dans le travail. Le travail sur le diagnostic export et les ratios ne sera pas noté (**boîte de dépôt dans la page de la séance 4**). Cependant, il est fortement conseillé de le faire. Le projet de session/étude de cas sera, par contre, noté. Si vous n'avez pas participé dans les travaux d'équipe, votre évaluation sera négativement affectée. D'autre part, le professeur se réserve le droit d'ajuster la note (pour chacun des exercices remis) de tout étudiant qui n'aurait pas contribué équitablement au travail de son équipe. D'autres précisions concernant la structure des rapports vous seront communiquées au cours de la première séance.

Projet de session

Date de remise : À déterminer
Tout au long de la session

Mode de travail : En équipe
Pondération : 45 %
Remise de l'évaluation : • [Boîte de dépôt](#)

Examen final

Date : Le 23 avr. 2014 de 08h30 à 11h20
Mode de travail : Individuel
Pondération : 45 %

Directives de l'évaluation :

L'examen final portera sur la matière du cours (i.e., incluant les lectures, les présentations magistrales, les exercices, les études de cas et des actualités internationales); ceux-ci pourraient comporter un exercice, un cas, des problèmes, des questions de fin de chapitre.

Informations détaillées sur les évaluations formatives

Diagnostic export et ratios

Date de remise : 5 févr. 2014 à 12h00
Mode de travail : En équipe
Remise de l'évaluation : • [Boîte de dépôt](#)

Phase1

Date de remise : 19 févr. 2014 à 12h00
Mode de travail : En équipe
Remise de l'évaluation : • [Boîte de dépôt](#)

Phase2

Date de remise : 19 mars 2014 à 12h00
Mode de travail : En équipe
Remise de l'évaluation : • [Boîte de dépôt](#)

Phase3

Date de remise : 2 avr. 2014 à 12h00
Mode de travail : En équipe
Remise de l'évaluation : • [Boîte de dépôt](#)

Phase4

Date de remise : 16 avr. 2014 à 12h00
Mode de travail : En équipe
Remise de l'évaluation : • [Boîte de dépôt](#)

Barème de conversion

Cote	% minimum	% maximum
A+	95	100
A	91	94,99
A-	88	90,99
B+	84	87,99
B	79	83,99
B-	75	78,99

Cote	% minimum	% maximum
C+	67	74,99
C	61	66,99
E	0	60,99

Minimum de 55% sur les 2 examens

Au cas où il y a un examen intra et un examen final, et pour fins d'équité envers les autres étudiants, l'étudiant qui ne démontre pas une maîtrise suffisante de la matière du cours, par le cumul d'au moins 55% sur les 2 examens, ne pourra augmenter son évaluation finale par le biais des travaux d'équipe pour obtenir une note finale plus élevée que C+ (bon).

Plagiat

FSA ULaval ne tolère pas les comportements non conformes à l'éthique. Le [Règlement disciplinaire à l'intention des étudiants de l'Université Laval](#) fait état de près d'une vingtaine d'infractions relatives aux études passibles de sanctions. Vous connaissez sûrement les fautes les plus courantes, mais saviez-vous que copier des phrases d'un ouvrage papier ou d'un site Web sans mettre les guillemets ou sans mentionner la source constitue deux de ces infractions passibles de sanctions? Ou encore qu'il est interdit de résumer l'idée originale d'un auteur en l'exprimant dans ses propres mots sans en mentionner la source ou traduire partiellement ou totalement un texte sans en mentionner la provenance. Afin d'éviter de vous exposer à des conséquences allant de l'attribution d'un échec dans un cours au congédiement de l'Université, consultez le site Web suivant : <http://www.fsa.ulaval.ca/plagiat>. Vous y trouverez toute l'information utile pour prévenir le plagiat.

Règles disciplinaires

Tout étudiant qui commet une infraction au *Règlement disciplinaire à l'intention des étudiants de l'Université Laval* dans le cadre du présent cours, notamment en matière de plagiat, est passible des sanctions qui sont prévues dans ce règlement. Il est très important pour tout étudiant de prendre connaissance des articles 28 à 32 du Règlement disciplinaire.

Celui-ci peut être consulté à l'adresse suivante :

http://www.ulaval.ca/sg/reg/Reglements/Reglement_disciplinaire.pdf

Étudiants ayant un handicap, un trouble d'apprentissage ou un trouble mental

Les étudiants qui ont une lettre d'*Attestation d'accommodations scolaires* obtenue auprès d'un conseiller du secteur *Accueil et soutien aux étudiants en situation de handicap* (ACSESH) doivent informer leur enseignant au début de la session afin que des mesures d'accommodation en classe ou lors des évaluations puissent être mises en place par leur Direction de programme. Ceux qui ont une déficience fonctionnelle ou un handicap, mais qui n'ont pas cette lettre, doivent contacter le secteur ACSESH au 656-2880, le plus tôt possible.

Le secteur ACSESH vous recommande fortement de vous prévaloir des services auxquels vous avez droit afin de pouvoir réussir vos études, sans discrimination ni privilège. Pour plus d'information, voir la *Procédure de mise en application des mesures d'accommodations scolaires* à l'adresse suivante :

https://www.aide.ulaval.ca/cms/Accueil/Situations_de_handicap.

Ordinateur portatif et exigences logicielles

La responsabilité incombe à l'étudiant d'avoir un ordinateur portatif compatible avec l'environnement de la FSA afin de participer aux activités d'apprentissage ou d'évaluation du cours (*ex : simulation de gestion, quiz en ligne, Securexam, etc.*) se déroulant en classe comme en dehors de la classe.

Voici les exigences logicielles minimales à respecter pour être compatible avec l'environnement FSA :

- **Système d'exploitation :**
 - Windows 7, Vista ou XP
- **Suite bureautique :**
 - Microsoft Office 2007, 2003, XP OU 2000 :
 - Word, Excel, PowerPoint
- **Navigateur :**
 - Internet Explorer 7.0 et plus

Évaluation de l'enseignement

À la fin de ce cours, la Faculté procédera à l'évaluation sommative du cours afin de vérifier si la formule pédagogique a atteint ses buts et si vous êtes satisfait en recueillant vos commentaires et vos suggestions. Durant la session, un lien hypertexte sera ajouté sur la page d'accueil du site Web de cours. Ce lien vous mènera vers un questionnaire d'évaluation qui permettra d'améliorer ce cours. Cette dernière étape est très importante et les responsables du cours vous remercient à l'avance pour votre collaboration. Veuillez noter que cette évaluation est confidentielle.

- Lien vers le [système d'évaluation de l'enseignement](#).

Matériel didactique

Liste du matériel obligatoire



Global Marketing Management, (5th edition)

Auteur : Kotabe, Masaaki and Kristiaan Helsen
Éditeur : John Wiley & Sons, Inc.(Hoboken, New Jersey, 2010)
ISBN : 9780470381113



Recueil de lectures de support (relié au diagnostic export).



GMMSO

URL : <http://www.gmmso3.com>
Date d'accès : 9 janvier 2014

Liste du matériel complémentaire

- Lambin, Jean-Jacques, et Chantal de Moerloose, *Marketing stratégique et opérationnel : du marketing à l'orientation marché*, 8ième édition. Paris : Dunod, 2012.
- Usunier, Jean-Claude et Julie Lee, *Marketing Accros Cultures*, 5ième édition, Prentice Hall, 2009.
- Cateora, Philip R., Mary Gilly and John Graham, *International Marketing*, 15th edition, 2010, McGraw Hill/Irwin.
- Czinkota, Michael R. and Ronkainen, Ilkka A., *International Marketing*, 7th edition, 2012, Cengage South-Western.
- Subhash C. Jain and David A. Griffith, *Handbook of Research in International Marketing*, 2012, Edward Elgar Publishing.
- Kotabe and Helsen, *Global Marketing Management*, 2010, John Wiley & Sons, Inc.
- Keegan and Green, *Global Marketing*, 2011, Prentice-Hall, USA.

Médiagraphie et annexes

Cette section ne contient aucune information.