

Guy de la Brosse

Session : Janvier 2017

Année d'étude : Première année de Master économie-gestion mention sciences de gestion

Discipline : *Marketing international*
(Unité d'Enseignements Fondamentaux 1)

Titulaire(s) du cours :
M. Patrick HETZEL

Document(s) autorisé(s) :

Néant

MARKETING INTERNATIONAL (MSG 2)

Professeur Patrick Hetzel

EXAMEN - 1ère Session

Durée de l'épreuve: 3 heures
Aucun document autorisé

SUJET

Veillez répondre, dans un français correct, aux 6 questions suivantes (merci de respecter l'ordre des questions):

Question 1 (3 points)

Expliquez le concept de "corridor" des prix en marketing international. Quels en sont les avantages et les inconvénients pour un industriel ?

Question 2 (3 points)

Expliquez le concept de "cycle de vie international du produit" tel que proposé par Vernon. Quelles en sont les évolutions actuelles pour le marketer international ?

Question 3 (3 points)

Quels sont les éléments qu'une entreprise prend en considération pour un diagnostic "culturel" dans le cas d'un pays vers lequel on cherche à exporter ou développer des relations économiques ?

Question 4 (3 points)

Quelles sont les sources d'information marketing dans le cadre d'une démarche d'internationalisation ?

Question 5 (4 points)

En politique internationale du produit, quels sont les avantages de la standardisation d'une part et de l'adaptation d'autre part ?

Question 6 (4 points)

Vous êtes chef de zone export Asie-Pacifique d'un négociant de Cognac. Pour le moment, vous commercialisez vos produits par le biais d'importateurs. Quelles seraient les autres formes de distribution possibles ? Quels en sont les avantages et les inconvénients pour votre entreprise ? Justifiez.