

Fiche de cours 2026-2027

Bloc 2 Niveau CEC 6

Code Activité d'apprentissage MK2203EN

Nom Activité d'apprentissage International Marketing (in english)

Responsable(s) Stéphanie CALLENS, Anne-Sophie HAYT

Enseignant(s) Anja GOEMAERE

Crédits ECTS 2.0

Quadrimestre 2

Obligatoire Oui

Pondération 33.33

Catégories compétences C3. Mobiliser les savoirs et les savoir-faire propres au marketing
C4. Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique

Prérequis N/A

Co-requis N/A

Est prérequis de N/A

Contexte Cette activité d'apprentissage fait partie de l'UE MK220-Specialised Marketing (in english) (6.0 crédits ECTS)

Code UE MK220

Nom UE Specialised Marketing (in english)

Crédits ECTS UE 6.0

Calcul moyenne UE Moyenne arithmétique

Report de note En cas d'UE non validée, possibilité de reporter la note des activités d'apprentissage réussies (cote sur 20 supérieure ou égale à 10)

Langue Français

Compétences visées du référentiel C3.1. Exploiter les sources d'informations pertinentes et mener des recherches prospectives
C3.3. Élaborer un plan marketing (stratégie et marketing mix)
C3.4. Respecter les prescriptions légales nationales et internationales
C4.3. Effectuer un diagnostic stratégique de la situation commerciale de l'entreprise et de son environnement et faire des recommandations dans le respect des préoccupations environnementales et éthiques
C4.5. Identifier et actualiser les indicateurs pertinents de suivi des marchés

Acquis d'apprentissage intermédiaires et/ou spécifiques (Objectifs) Au terme de l'activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable de mobiliser les principaux concepts et outils du marketing international afin d'analyser les stratégies de développement à l'international des entreprises et d'analyser leur environnement économique, culturel et géopolitique.

Contenu Cette activité d'apprentissage aborde les principaux enjeux du développement international des entreprises à travers **trois axes complémentaires** :
Axe 1 : Comprendre l'environnement international
Axe 2 : Analyser les opportunités de développement international
Axe 3 : Développer un marketing stratégique et opérationnel à l'international

Méthode d'enseignement L'activité d'apprentissage s'appuie sur une **pédagogie active** alternant

- apports conceptuels,
- exercices d'application,
- études de cas.

Les étudiants sont amenés à mobiliser les concepts abordés afin d'analyser des situations concrètes liées au développement international des entreprises.

Supports de cours indispensables

Supports de cours indispensables, sans lesquels l'apprentissage n'est pas possible, sans lesquels l'étudiant ne peut suivre les cours de manière effective et qui sont essentiels pour la préparation de l'évaluation (ex. : exercices, TP, ...)

Forme	Description
Support de présentation	Ressources pédagogiques et documents de référence mis à disposition par le professeur.
Notes prises en classe	Notes individuelles complémentaires au support de cours donné par le professeur.

Supports de cours complémentaires

Supports complémentaires (ex. : syllabi, ouvrages ou supports plus volumineux diffusés par la CIACO)

Forme	Description

Fiche de cours 2026-2027

Modalités d'évaluation générales

%	Période	Nature
100	Evaluation de fin de deuxième quadrimestre	Epreuve écrite

Modalités d'évaluation spécifiques (MES)

%	Période	Nature
100	Evaluation de fin de deuxième quadrimestre	Epreuve écrite

Modalités d'évaluation de seconde session

%	Période	Nature
100	Evaluation de seconde session	Epreuve écrite

Commentaires concernant les évaluations Au vu de la structure de l'unité d'enseignement "MK220 - Marketing spécialisé" et de l'importance de réussir chaque activité d'apprentissage, si la note obtenue à l'activité d'apprentissage "International Marketing est inférieure à 7/20, celle-ci servira de note globale pour l'unité d'enseignement.