

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Marketing et Globalisation (5EN2026)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Master en développement international des affaires	Cours: 4 ph	Voir ci-dessous	6
Master in General Management	Cours: 4 ph	Voir ci-dessous	6
Master of Science en innovation	Cours: 4 ph	Voir ci-dessous	6

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

Période d'enseignement:

- Semestre Automne

Equipe enseignante

Bruno Kocher
Professor of Marketing
A.-L. Breguet 2,
2000 Neuchâtel

email: bruno.kocher@unine.ch
Office R.165: available by appointment

Contenu

Ce cours analyse l'impact de la globalisation sur les pratiques du marketing. En nous appuyant sur les bases déjà acquises (segmentation, ciblage, positionnement, les 4P, la recherche en marketing, le comportement du consommateur, les communications marketing intégrées), nous allons analyser la manière dont une entreprise doit comprendre, anticiper et réagir aux défis de la globalisation.

Forme de l'évaluation

Les présentations en cours, les slides, les études de cas, les exercices et les lectures obligatoires font partie intégrante de la matière à connaître pour l'examen. L'examen final écrit (120 minutes), en session d'examen, vaut 60% de la note finale. Les activités du cours (exercices, présentations, projets, études de cas) valent 40% de la note finale. Les rattrapages écrits (120 minutes) se feront durant la session d'examen.

En cas de rattrapage en première tentative, les activités du cours seront comptabilisées dans le calcul de la note finale. En cas de rattrapage en deuxième tentative, la note portera à 100% sur l'examen écrit de rattrapage. Pour passer l'examen de rattrapage, il est obligatoire d'avoir remis les activités du cours.

Important : Les notes, textes et toute autre documentation ainsi que les objets connectés ne sont pas admis pendant les examens. En cas d'infraction à ces règles, les étudiants sont considérés en situation de fraude et les éléments non admis seront retirés, et l'examen pourra être réputé échoué.

Pré-requis

Marketing

Forme de l'enseignement

Présentation des concepts théoriques, études de cas, exercices, projets, discussions et présentations des étudiant.e.s

Objectifs d'apprentissage

Au terme de la formation l'étudiant-e doit être capable de :

- Développer des stratégies marketing pertinentes et éthiques
- Expliquer les concepts, les méthodes et les enjeux de la globalisation

Compétences transférables

- Appliquer ses connaissances à des situations concrètes
- Promouvoir l'esprit d'entreprise et développer la curiosité intellectuelle

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Marketing et Globalisation (5EN2026)

- Communiquer les résultats d'une analyse à l'écrit et à l'oral