

Master I

Cours

Stratégies d'internationalisation des entreprises

Chapitre I. Introduction à l'internationalisation

A. Lexique

1. Transnationalisation
2. Multinationalisation
3. Délocalisation
4. Mondialisation
5. Globalisation
6. Régionalisation

B. Déterminants de l'internationalisation

1. Déterminant culturel
2. Déterminant politique
3. Déterminant financier
4. Déterminant réglementaire
5. Déterminant économique
6. Déterminant concurrentiel
7. Déterminant technologique
8. Déterminant socio-écologique
9. Déterminant géographique

C. Formes de l'internationalisation

1. Exportations
2. Investissements directs Étrangers (IDE)
 - a. IDE
 - b. Délocalisation
 - c. Firmes multinationales
3. Fusions-acquisitions internationales
4. Alliances et partenariats à l'international

Travaux dirigés

Chapitre II. Cadres théoriques et pratiques de l'internationalisation

A. Cadres théoriques de l'internationalisation

1. Les théories classiques du commerce international
 - a. La théorie de l'avantage absolue d'Adam Smith
 - b. La théorie de l'avantage comparatif de David Ricardo
2. Les théories néoclassiques du commerce international
 - a. La théorie des dotations en facteurs de production d'Heckscher-Ohlin-Samuelson (Théorème HOS)
 - b. Les théories libérales modernes du commerce international
 - La théorie dynamique des avantages comparatifs
 - La théorie des firmes multinationales
3. Les théories des enclaves aux échanges internationales

- a. La théorie du protectionnisme
 - b. La théorie de l'intégration économique
 - 4. Les théories structuralistes du commerce international
 - a. La théorie en faveur des industries naissantes
 - b. La théorie de l'impérialisme
- B. Cadres pratiques de l'internationalisation
- 1. Phase 1 : Développement des exportations
 - a. Exportation directe
 - b. Exportation indirecte
 - c. Exportation associée
 - 2. Phase 2 : Mise en place d'un réseau de distribution à l'étranger
 - 3. Phase 3 : Multinationalisation

Travaux dirigés

Chapitre III. Stratégies et acteurs de l'internationalisation dans le monde

- A. Stratégies d'internationalisation dans le monde
- 1. Stratégie internationale à orientation ethnocentrique
 - 2. Stratégie multinationale à orientation polycentrique
 - 3. Stratégie transnationale à orientation géocentrique
 - 4. Stratégie globale à orientation holicentrique
- B. Acteurs dans le monde d'internationalisation
- 1. Firmes multinationales
 - a. Grands groupes localisés partout dans le monde
 - b. Entreprises familiales
 - 2. PME à la conquête de l'international
 - 3. Autres acteurs du management international

Travaux dirigés

Références bibliographiques