**Modèle de fiche de formation**

|  |  |
| --- | --- |
| **Titre**  | Business plan pour l'internationalisation |
| **Mots clés (méta tag)** | Business model innovation, internationalisation de l’entreprise, entrepreneuriat international, international business models à l’international, modalités d'entrée |
| **Langue** | FR |
| **Objectifs/ Buts/ Résultats attendus de la formation** | L'objectif est de maîtriser un modèle d'entreprise innovant, l'internationalisation de l'entreprise, l'entrepreneuriat international et le marketing global dans le cadre d'un modèle conceptuel. |
| **Domaine de formation : (Sélectionnez-en un)** |
|  Stratégies d'internationalisation | **x** |
|  E-commerce, marketing digital et international |  |
|  Le marketing via les réseaux sociaux |  |
|  Aspects sociologiques et culturels de l'exportation extracommunautaire |  |
| **Cadre européen des certifications (EQF)** |
| Niveau 3  |  |
| Niveau 4 | **X** |
| Niveau 5 |  |
| **Description** | L'internationalisation peut obliger les entreprises à adapter les caractéristiques de leurs produits et leur image de marque pour répondre aux besoins culturels et technologiques du marché local. L'objectif de ce module de formation est d'élargir la compréhension des modèles d'affaires, de l'innovation des modèles d'affaires et de l'internationalisation de l'entreprise. En plus de créer des modèles qui fournissent aux gestionnaires et aux chercheurs une terminologie pour décrire l'internationalisation par l'innovation de modèle d'affaires, ainsi qu'un langage qui favorise le dialogue et la compréhension partagée. Lorsqu'une entreprise décide d'internationaliser ses activités, elle se concentre sur l'innovation de modèle d'entreprise. Cela conduit à une concurrence mondialisée non seulement dans la proposition de valeur du contexte national, mais aussi dans l'acquisition et le déploiement mondial des ressources et des activités. Cela aura également une incidence sur l'amélioration de la proposition de valeur de l'entreprise, la création de nouveaux canaux et segments de marché. |
| **Contenus organisés en 3 niveaux** | **Module name:**Business plan pour l'internationalisation**1** **Nom de l'unité: Introduction**1.1 Nom de la section : Introduction1.2 Nom de la section : Objectifs1.3 Nom de la section : But **2 Nom de l'unité: Moteurs de l'internationalisation**2.1 Nom de la section : Assurer de la croissance2.2 Nom de la section : Améliorer la profitabilité2.3 Nom de la section : Accroître la compétitivité**3 Nom de l'unité:  Gérer l'entrée sur de nouveaux marchés** 3.1 Nom de la section : Export 3.2 Nom de la section : Licences/Franchises  3.3 Nom de la section : Partenariats**4 Nom de l'unité: Préparation du plan** 4.1 Nom de la section : Définir les objectifs 4.2 Nom de la section : Allouer des ressources en temps suffisantes 4.3 Nom de la section : Assurer les projections financières**5 Nom de l’unité : Impact sur les différentes fonctions de l'entreprise** 5.1 Nom de la section : Ressources humaines 5.2 Nom de la section : Finance 5.3 Nom de la section : Marketing **6 Nom de l’unité : Communiquer** 6.1 Nom de la section : L'importance de la communication interculturelle  6.2 Nom de la section : Surmonter les obstacles  6.3 Nom de la section : Améliorez votre activité interculturelle |

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| **Glossaire** | Internationalisation L'internationalisation est le processus par lequel une entreprise s'étend sur les marchés étrangers afin de gagner plus de parts de marché.Mondialisation - situation dans laquelle les économies du monde entier sont liées par des échanges et des investissements transfrontaliers. |
| **Auto-évaluation (questions à choix multiple et réponses)** | 1. PME signifie:* 1. **Petites et moyennes entreprises**
	2. Sociétés pour la gestion des exportations
	3. Entrepreneurs de petites et moyennes tailles

2. Les facteurs clés pouvant être contrôlés dans le marketing international sont :* 1. La politique et la législation gouvernementales
	2. Les transformations sociales et techniques
	3. **Les activités et plans marketing**

3. \_\_\_\_ est la première étape du processus d'internationalisation* 1. L'investissement à l'étranger
	2. L’export
	3. **La licence**

4. A un niveau\_\_\_\_\_\_\_ L'entreprise produit dans son pays d'origine ou dans un seul pays et se concentre sur la commercialisation de ces produits à l'échelle mondiale ou vice versa.* 1. Transnational
	2. International
	3. **Mondial**

5. L'entreprise \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_produit, commercialise, investit et opère dans le monde entier. * 1. mondiale
	2. multinationale
	3. **transnationale**
 |
| **Boîte à outils (directives, bonnes pratiques, checklist, leçons tirées …)** | **Nom**  |  |
| **Description** |  |
| **Lien utile / nom de dossier** |  |
| **Ressources (vidéos, liens de référence)** | [(PDF) Internationalization through business model innovation: In search of relevant design dimensions and elements (researchgate.net)](https://www.researchgate.net/publication/262767643_Internationalization_through_business_model_innovation_In_search_of_relevant_design_dimensions_and_elements)[Internationalisation: Definition, Models, Products (studysmarter.us)](https://www.studysmarter.us/explanations/business-studies/business-development/internationalisation/)<https://www.sitpune.edu.in/internationlization-objective>[International Business Strategy EXPLAINED with EXAMPLES | B2U (business-to-you.com)](https://www.business-to-you.com/international-business-strategy/)[Guide to Intercultural Communication in Business [+FREE webinar] (preply.com)](https://preply.com/en/blog/b2b-intercultural-communication-in-business/) |
| **Documents connexes** | A mettre en œuvre |
| **PPT associé** | Business plan pour l’internationalisation |
| **Bibliographie** |  |
| **Proposé par** | RDA of Northern Primorska |