Depuis sa création, CUIRAM a su faire une place sur le marché local et est désormais prête à s'étendre à l'international. Cependant, cette démarche n'est pas sans difficulté.

Le premier problème que la société rencontre est la démarche d'internationalisation. En effet, l'entreprise n'a aucune expérience en matière d'exportation de ses produits et ne sait pas par où commencer.

Le deuxième problème auquel elle doit faire face est la stratégie du marketing international. En effet, l'entreprise a développé une forte image de marque forte sur le marché local, mais elle doit maintenant s'adapter aux différentes cultures et attentes des consommateurs étrangers.

Pour cela, CUIRAM décide de réaliser une étude de marché approfondie dans les différents pays ciblés.

**1)** Citer les étapes de la démarche d'internationalisation d'une entreprise.

**2)** Relever la stratégie du marketing international que CUIRAM souhaite adopter.

**3)** Indiquer les avantages et les inconvénients de cette stratégie.

**4)** Citer quatre outils d'étude de marché à l'international.