Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS		
G584 Commerci	ialisation internationale	2	3	0	0	3	6		
Cours Pré-Requis									
Conditions d'Admission Cours	on au								
Langue du Cours	Turc								
Type de Cours	Électif								
Niveau du Cours	Master								
Objectif du Cours	Dans ce contexte, il est développer des stratég éléments du mix marke	L'objectif de ce cours est d'enseigner les principes de base et les stratégies de gestion du marketing international. Dans ce contexte, il est destiné aux étudiants à comprendre et analyser les facteurs environnementaux mondiaux, à développer des stratégies d'entrée sur le marché et à planifier des politiques et des stratégies en analysant les éléments du mix marketing pour les marchés internationaux.  Semaine 1. Mondialisation					aux, à		
	Semaine 2. Mondialisa	Semaine 2. Mondialisation							
	Semaine 3. Environnement économique et financier								
	Semaine 4. Environnen	Semaine 4. Environnement culturel, juridique et politique							
	Semaine 5. Recherche marketing mondiale, segmentation et positionnement mondiaux								
	Semaine 6. Stratégies marketing mondiales								
Contenus	Semaine 7. Entrée marketing								
	Semaine 8. Examen à mi-parcours								
	Semaine 9. Développement de produits								
	Semaine 10. Prix	Semaine 10. Prix							
	Semaine 11. Ventes								
	Semaine 12. Communication, distribution								
	Semaine 13. Marchés en développement								
Ressources	Semaine 14. Importation Masaaki Kotabe ve Kolinc.	, 1	ilobal Marketinş	g Management", 4	th edition, USA: Joh	nn Wiley and S	Sons		

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Mondialisation
2	Mondialisation
3	Environnement économique et financier
4	Environnement culturel, juridique et politique
5	Recherche marketing mondiale, segmentation et positionnement mondiaux
6	Stratégies marketing mondiales
7	Entrée marketing
8	Examen à mi-parcours
9	Développement de produits
10	Prix

## Intitulés des Sujets

## Semaine

- 11 Ventes
- 12 Communication, distribution
- 13 Marchés en développement
- 14 Importation, exportation