

Contenus

| Nom du Cours | | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|--------------|----------------------------------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| G584 | Commercialisation internationale | 2 | 3 | 0 | 0 | 3 | 6 |

| | |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis | |
| Conditions d'Admission au Cours | |

| | |
|-------------------|--|
| Langue du Cours | Turc |
| Type de Cours | Électif |
| Niveau du Cours | Master |
| Objectif du Cours | 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. |
| Contenus | <p>Semaine 1. Mondialisation</p> <p>Semaine 2. Mondialisation</p> <p>Semaine 3. Environnement économique et financier</p> <p>Semaine 4. Environnement culturel, juridique et politique</p> <p>Semaine 5. Recherche marketing mondiale, segmentation et positionnement mondiaux</p> <p>Semaine 6. Stratégies marketing mondiales</p> <p>Semaine 7. Entrée marketing</p> <p>Semaine 8. Examen à mi-parcours</p> <p>Semaine 9. Développement de produits</p> <p>Semaine 10. Prix</p> <p>Semaine 11. Ventes</p> <p>Semaine 12. Communication, distribution</p> <p>Semaine 13. Marchés en développement</p> <p>Semaine 14. Importation, exportation</p> |
| Ressources | Masaaki Kotabe ve Kristiaan Helsen, "Global Marketing Management", 4th edition, USA: John Wiley and Sons Inc. |

Intitulés des Sujets Théoriques

| Semaine | Intitulés des Sujets |
|---------|----------------------|
| 1 | Mondialisation |

| Semaine | Intitulés des Sujets |
|---------|---|
| 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 |
| 11 | Ventes |
| 12 | Communication, distribution |
| 13 | Marchés en développement |
| 14 | Importation, exportation |