

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
G441	Marketing international	5	3	0	0	3	5

Cours Pré-Requis	G342
Conditions d'Admission au Cours	G342

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Licence
Objectif du Cours	Ce cours vise à enseigner les principes et les stratégies de gestion de la commercialisation internationale.
Contenus	1.er cours : Introduction au marketing international 2.ème cours : Introduction au marketing international L'environnement économique 3.ème cours : L'environnement culturel/ L'environnement financier 4.ème cours : Études de marché international/ Environnement politique et juridique 5.ème cours : Les stratégies de marketing international Segmentation et positionnement international 6.ème cours : Examen Partiel 7.ème cours : Les stratégies d'accès aux marchés 8.ème cours : Gestion des produits Le développement de produits 9.ème cours : La politique de prix Gestion des ventes 10.ème cours : La politique de communication 11.ème cours : Exporter et Importer 12.ème cours : Présentation 13.ème cours : Présentation 14.ème cours : Présentation
Ressources	• Masaaki Kotabe ve Kristiaan Helsen, (2008) "Global Marketing Management", 4th edition, USA: John Wiley and Sons Inc.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Introduction au marketing international
2	Introduction au marketing international/ L'environnement économique
3	L'environnement financier/ L'environnement culturel
4	Environnement politique et juridique/ Études de marché international
5	Segmentation et positionnement international/ Les stratégies de marketing international
6	Examen Partiel
7	Les stratégies d'accès aux marchés
8	Gestion des produits Le développement de produits
9	La politique de prix Gestion des ventes
10	La politique de communication
11	Exporter et Importer
12	Présentation
13	Présentation
14	Présentation