Contenus

Nom du	Semestre du	Cours	Travaux	Travaux	Crédit du	ECTS
Cours	Cours	Théoriques	Dirigés (TD)	Pratiques (TP)	Cours	
GE 717	2	3	0	0	3	7

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Doctorat
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	Semaine 1. Mondialisation
	Semaine 2. Mondialisation
	Semaine 3. Environnement économique et financier
	Semaine 4. Environnement culturel, juridique et politique
	Semaine 5. Recherche marketing mondiale, segmentation et positionnement mondiaux
	Semaine 6. Stratégies marketing mondiales
	Semaine 7. Entrée marketing
	Semaine 8. Examen à mi-parcours
	Semaine 9. Développement de produits
	Semaine 10. Prix
	Semaine 11. Ventes
	Semaine 12. Communication, distribution
	Semaine 13. Marchés en développement
	Semaine 14. Importation, exportation
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	