

Marketing - Commerce international



Présentation

Description

PREMIERE PARTIE – Le commerce international et les modalités de l'internationalisation des entreprises

CHAPITRE I - Les motivations de l'internationalisation des entreprises

CHAPITRE II - Les risques des opérations internationales

- Les Incoterm 2010
- Les principales étapes d'une opération internationale
- Démarche organisationnelle
- Les moyens de paiement internationaux

DEUXIEME PARTIE – Offre commerciale internationale et marketing international

CHAPITRE I – L'offre commerciale

CHAPITRE II – Les contrats de vente internationaux

CHAPITRE III – Marketing international et étude de marché

- 1- La segmentation et le ciblage
- 2- Le plan marketing international
 - La politique produit internationale
 - La politique de prix internationale
 - La politique de communication internationale
 - La politique de présence à l'étranger