

# 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