

FICHES

1. L'esprit marketing international
2. L'environnement international
3. L'internationalisation de l'entreprise
4. Le diagnostic export
5. La veille internationale
6. La sélection des marchés
7. L'étude des marchés étrangers
8. Les techniques d'étude des marchés étrangers
9. Le dispositif d'aide à l'export
10. La segmentation, le ciblage et le positionnement
11. La politique de produit internationale
12. La politique de prix internationale
13. La politique de communication internationale
14. La politique de présence à l'étranger
15. Le choix des partenaires
16. La démarche de prospection
17. Le financement de la prospection
18. La communication et le management interculturels
19. La négociation
20. L'achat international
21. L'offre commerciale
22. Les contrats de vente internationaux
23. Les contrats d'intermédiaires