



**Académie Canadienne de
Management et de Technologie**

Cours, certificats et diplômes en ligne



Introduction au Management

Leadership et Gestion

Comptabilité et Finances

Ressources humaines

Éthique des affaires

Chaine d'approvisionnement

Démarrage d'une entreprise

Bases du marketing

Marketing relationnel

Marketing international

Segmentation du marché

Cours gratuit Marketing International en ligne (2020)

Où puis-je télécharger un cours Marketing International en PDF et gratuitement?



Comportement du
consommateur
Marque branding
Commerce international
Droit international
Gestion de la diversité culturelle
Gestion de projet
Gestion de risques
Gestion de la qualité
Contrôle des coûts d'un projet
Gestion stratégique
Gestion des opérations
Gestion de changement
Gestion de produit
Développement du produit
Stratégies de prix
Bases de la comptabilité

Introduction

Le marketing international fournit une approche et un cadre pour identifier et analyser les principales caractéristiques culturelles et environnementales d'un pays ou d'une région du monde et souligne l'importance d'envisager la gestion du marketing international dans une perspective mondiale.

Je veux le cours complet et le certificat:
"Marketing International"

Qu'est-ce qu'un cours gratuit d'Introduction en Marketing International en ligne?

Performance financière

États des résultats

Le bilan comptable



Ce [cours gratuit sur les bases du marketing international](#) et expliquera ensuite comment les entreprises peuvent se développer en allant à l'étranger ou en s'approvisionnant en idées/expansion dans d'autres pays ou industries. Comme cours d'introduction, nous gardons les concepts courts et simples afin d'aider les apprenants dans le monde merveilleux du marketing international.

Introduction

Ce cours permet d'étendre les connaissances apprises dans le cours de base de Marketing à l'environnement marketing international plus large. Il vous initie à une compréhension avancée de l'environnement marketing international, ses concepts et de la stratégie marketing internationale. Vous

acquerez une compréhension critique du rôle et de l'importance du marketing international pour l'entreprise par l'analyse de tous les éléments de l'environnement marketing international.

Vous explorerez et évaluerez une stratégie de marketing international et appliquerez les principes de la gestion du marketing international au mix marketing international au travers d'études de cas et de contextes réels.

Qu'est-ce que le marketing international?

Nous pouvons nous référer au marketing international comme un processus de gestion responsable de l'identification, de l'anticipation et de la satisfaction des besoins et des désirs des clients. Ceci est une adaptation de la définition du marketing CIM (Customer Interaction Management ou management des interactions client).

Le marketing international est défini comme l'exécution d'activités commerciales conçues pour planifier, fixer les prix, promouvoir et diriger le flux des biens et services d'une entreprise vers les consommateurs ou les utilisateurs dans plus d'un pays avec un profit.

La seule différence entre les définitions du marketing national et du marketing international est que dans ce dernier cas, les activités de marketing ont lieu dans plus d'un pays. Que ce soit au niveau national ou international, l'objectif marketing reste le même pour les spécialistes du marketing. L'objectif est de réaliser des bénéfices en vendant des produits ou des services dans des zones géographiques qui en ont une demande.

Selon Doole et Lowe, le marketing international implique l'entreprise dans la prise d'une ou plusieurs décisions de Mix marketing à travers les frontières nationales. Le marketing international implique les acheteurs et les consommateurs à travers les frontières. Il implique également les stratégies de marketing que les entreprises entreprennent pour réussir dans l'environnement du marketing international.

Les entreprises doivent prendre des décisions en vue de normaliser ou d'adapter les stratégies de mix marketing (prix, produit, lieu et promotion) pour les produits et d'ajouter des processus, des preuves physiques et des personnes pour les services. Certaines entreprises choisissent d'exploiter une franchise, d'autres préfèrent des accords de licence et d'autres décident d'établir des installations de traitement dans leurs différents pays d'opération. Il convient de noter que la façon dont le marketing international est défini et interprété dépend du niveau d'implication de l'entreprise sur le marché international. Ainsi, le marketing international pourrait être le marketing à l'exportation, le marketing international ou le marketing mondial.

Doole et Lowe distinguent le marketing international du marketing mondial. Le marketing international implique d'opérer sur un certain nombre de marchés de pays étrangers dans lesquels non seulement les variables incontrôlables diffèrent sensiblement entre un marché et un autre, mais les facteurs contrôlables sous la forme de coûts et de structures de prix, les possibilités de publicité et d'infrastructure de distribution sont également susceptibles de différer sensiblement.

La gestion globale du marketing International est une opération internationale plus vaste et complexe. Ici, une entreprise coordonne, intègre et contrôle toute une série de programmes de marketing dans un effort mondial substantiel. L'objectif premier de la société est d'atteindre un degré de synergie dans le fonctionnement global de sorte qu'en tirant parti des différents taux de change, taux d'imposition, taux de main-d'œuvre, niveaux de compétence et débouchés du marché, l'organisation dans son ensemble sera plus grande que la somme de ses parties.

Comment les entreprises vont à l'international

Paliwoda et Thomas présentent cinq raisons pour lesquelles les entreprises deviennent internationales et nous les expliquons brièvement ici.

1. **Maturité du produit** : L'étape du cycle de vie du produit local a peut être atteint sa maturité alors qu'il peut y avoir de nouveaux marchés à l'étranger permettant au produit de recommencer un nouveau cycle de vie.
2. **Concurrence** : Une concurrence acharnée peut conduire une entreprise à s'activer à l'étranger. Il peut y avoir une concurrence moins intense à l'étranger que localement.
3. **Utilisation excédentaire de la capacité** : Lorsqu'un article manufacturé donné, qui a été vendu suffisamment longtemps sur le marché national pour couvrir ses coûts de recherche et développement initiaux peut trouver de nouveaux marchés d'exportation à un prix qui ne comprend que les coûts de production effectifs plus les frais généraux. Cela peut cependant attirer des batailles juridiques puisque le produit peut être vendu à un prix moins élevé que sur le marché intérieur. La société peut être ouverte à des accusations de dumping.
4. **Diversification géographique** : La diversification géographique peut être préférable à la diversification des gammes de produits. Trouver de nouveaux produits ou des produits modifiés n'expose pas l'entreprise aux risques liés à l'élargissement de la gamme de produits simultanément à l'entrée sur le marché étranger.

5. **Potentiel du pouvoir d'achat d'une population** : Les marchés peuvent être locaux, régionaux, nationaux, internationaux ou même mondiaux.

Autres thèmes à apprendre dans notre cours complet :

- La signification fondamentale du marketing international.
- Que le marketing international consiste à trouver le juste équilibre entre la maximisation des similitudes entre les cultures.
- Comment trouver des sources d'approvisionnement ou développer d'autres industries au pays ou à l'étranger par le biais de l'innovation intersectorielle.


Académie Canadienne de Management et de Technologie
A.C.M.T. Cours, certificats et diplômes en ligne

Tableau de bord Cours Certificats Commandes Mon compte Se déconnecter

Qu'est-ce que le marketing international?

Retour au début du cours : [Marketing International](#)

Qu'est-ce que le marketing international?
Nous pouvons nous référer au marketing international comme un processus de gestion responsable de l'identification, de l'anticipation et de la satisfaction des besoins et des désirs des clients. Ceci est une adaptation de la définition du marketing CIM (Customer Interaction Management ou management des interactions client).



Le marketing international est défini comme l'exécution d'activités commerciales conçues pour planifier, fixer les prix, promouvoir et diriger le flux des biens et services d'une entreprise vers les consommateurs ou les utilisateurs dans plus d'un pays avec un profit.

La seule différence entre les définitions du marketing national et du marketing international est que dans ce dernier cas, les activités de marketing ont lieu dans plus d'un pays. Que ce soit au niveau national ou international, l'objectif marketing reste le même pour les spécialistes du marketing. L'objectif est de réaliser des bénéfices en vendant des produits ou des services dans des zones géographiques qui en ont une demande.

Selon Doole et Lowe, le marketing international implique l'entreprise dans la prise d'une ou plusieurs décisions de Mix marketing

Progression du cours
4.55%

Leçons

- Présentation
 - Introduction
 - Qu'est-ce que le marketing international?**
 - Comment les entreprises vont à l'international
- Les marchés internationaux
 - Comprendre les marchés internationaux
 - Facteurs sociaux / culturels
 - Structure familiale
- Marketing et les cultures
 - Culture
 - Banques et culture islamiques
 - Culture et promotion internationale des produits
 - Exemples de cas
- Facteurs
 - Facteurs juridiques
 - Facteurs économiques

Vous cherchez une formation complète à distance avec certification?



Vous êtes à la bonne place, car à la fin de ce cours suivi à distance via notre plateforme elearning (formation à distance) de notre [Académie Canadienne de Management et de Technologie](#), vous obtenez gratuitement et automatiquement une certification de réussite après avoir passé un test qui englobe une dizaine de questions sur le cours introduction Marketing International. Le certificat est obtenu en suivant la formation à distance sur internet. Plusieurs cours y sont disponibles pour quasiment gratuit.

Conclusion

Nous vous avons présenté une introduction au cours de "Marketing International" pour suivre une formation complète, veuillez cliquer sur le lien de l'image **ci-dessous**:

Je veux le cours complet et le certificat:
"Marketing International"

Cette introduction en Marketing International à télécharger gratuitement en format PDF?



Compétences que vous apprendrez:

- La signification fondamentale du marketing international.
- Que le marketing international consiste à trouver le juste équilibre entre la maximisation des similitudes entre les cultures.
- Comment trouver des sources d'approvisionnement ou développer d'autres industries au pays ou à l'étranger par le biais de l'innovation intersectorielle.

Si vous cherchez à télécharger gratuitement les techniques de base en Marketing International en fichier format PDF, je vous invite à cliquer sur le lien de téléchargement ci-dessus. **Que pensez-vous de ce cours gratuit en ligne sur l'introduction en Marketing International?**