

2EME PARTIE : MANAGEMENT DES VENTES A
L'INTERNATIONAL

CHAPITRE 4 : OPPORTUNITES ET RISQUES D'UNE
DEMARCHE MARKETING INTERNATIONALE

CHAPITRE 5 : DECISIONS STRATEGIQUES EN
MARKETING INTERNATIONAL

CHAPITRE 6 : DECISIONS POUR LES « 4P » SUR LES
MARCHES INTERNATIONAUX

Bibliographie

Pour la partie Management des Achats à l'international :

La boîte à outils de l'Acheteur - Dunod – S. Canonne et P.
Petit

Pour la partie Management des Ventes à l'international :

Marketing International – Dunod, collection Topos - A-G.
Jolivot (non fourni)

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr/>