

**Mastère Professionnel M1**  
**"Marketing/Vente: Marketing et force de**  
**vente à l'international "**  
**SEMESTRE 1**

<b>Modules</b>	<b>Volume Horaire</b>	<b>coef</b>	<b>Nature</b>
Droit des affaires	14	1,5	Commun
Droit du Travail	14	1,5	Commun
Anglais des affaires	16	1,5	Commun
Economie Tunisienne	22	2	Commun
TIC et environnement économique international	22	2	Commun
Les fondamentaux	22	2	Spécifique
Démarche Marketing	22	2	Spécifique
Intérêt de la planification	14	1,5	Spécifique
Démarche et mise en place	14	1,5	Spécifique
Segmentation ciblage et positionnement	20	2	Spécifique
Choix stratégique	20	2	Spécifique
Anglais Appliqué au marketing	20	2	Spécifique
<b>TOTAL</b>	<b>220</b>		

## SEMESTRE 2

Modules	Volume Horaire	coef	Nature
Stratégie, Organisation et Structure	16	1,5	Commun
Contrôle de gestion	14	1,5	Commun
Contrôle de gestion stratégique et industrielle.	14	1,5	Commun
C2I	16	1,5	Spécifique
Méthodologie de recherche	12	1	Commun
Méthodologie Statistique	16	1,5	Commun
La fidélisation de la clientèle	22	2	Spécifique
Marketing des services et marketing relationnel.	22	2	Spécifique
Politique IER : Préalables	16	1,5	Spécifique
Le Marketing Opérationnel	24	2,5	Spécifique
Marketing International	24	2,5	Spécifique
Commerce associé et franchise	24	2,5	Spécifique
<b>TOTAL</b>	<b>220</b>		

## Semestre 3

Modules	Volume Horaire	coef	Nature
Gestion et l'animation de la force de vente.	30	3	Spécifique
Les Tableaux de bord et suivi des performance	30	3	Spécifique
Plan à observer	22	2	Spécifique
Les techniques et les phases de négociation à l'international	22	2	Spécifique
Culture générale et ouverture à l'international.	18	2	Spécifique
Incoterms, logistiques et transport internationale.	20	2	Spécifique
Instruments financiers internationaux.	20	2	Spécifique
Transferts de technologies et de marques.	18	2	Spécifique
Communication et efficacité personnelle	20	2	Spécifique
Visites et Analyse des sites commerciaux	20	2	Spécifique
<b>TOTAL</b>	<b>220</b>		