



غرفة التجارة و الصناعة للوطن القبلي
Chambre de Commerce et d'Industrie du Cap Bon
Cap Bon Chamber of Commerce and Industry

Catégorie	Module 2
Commerce International	Techniques de financement du commerce international

Introduction :

Aujourd'hui, de plus en plus d'entreprises tunisiennes et étrangères entretiennent des relations commerciales avec l'étranger. Ces relations peuvent prendre la forme d'un achat (acte d'importation) ou d'une vente (acte d'exportation) .le commerce international comprend plusieurs volets différents: le marketing international et le management des opérations de commerce international (aspect logistique : comment acheminer le produit, par quelle voie, comment fixer un prix à l'international, les questions d'assurance, de douane,.....)

➤ **Chapitre 1 : les risques liés à une opération de commerce international**

1. Objectifs du chapitre
2. Risque pour le vendeur
3. Risque pour l'acheteur
4. La couverture des risques liés à une opération de commerce international
5. Titre de commerce extérieur (TCE)
6. Ce qu'il faut retenir
7. Fin du chapitre

➤ **Chapitre 2 : les incoterms et les documents de commerce international**

1. Objectifs du chapitre
2. les incoterms 2010
3. les incoterms et les droits de douane
4. les limites des incoterms
5. loi régissant les contrats de commerce international
6. les prestataires de service
7. les documents de commerce international
8. Ce qu'il faut retenir
9. Fin du chapitre
10. Mini ce cas
11. Evaluation

➤ **Chapitre 3 : Mode de paiement international**

1. Objectifs du chapitre
2. Introduction aux différents modes de paiement pour l'international
3. Les techniques d'encaissement simples
4. Le contre remboursement
5. Critère de sélection de la forma de paiement
6. Financement des importations et exportations
7. Ce qu'il faut retenir
8. Fin du chapitre
9. Evaluation



غرفة التجارة و الصناعة للوطن القبلي
Chambre de Commerce et d'Industrie du Cap Bon
Cap Bon Chamber of Commerce and Industry

Catégorie	Module 1
Commerce International	Marketing et étude de marche international

Introduction :

Ce module a pour ambition de montrer les grands mouvements internationaux qui ont favorisés l'expansion phénoménale du commerce international et la pratique du marketing à travers le monde par l'utilisation, entre autres, d'études de cas pratiques d'entreprises ayant eu des expériences à l'international. Nous dégageons également les nations les plus significatives pour ceux qui pratiqueront le marketing sur des marchés culturellement diversifiés à l'intérieur et l'extérieur du marché national.

- **Chapitre 1 : Procédures d'importation et d'exportation en Tunisie**
 1. Objectif du chapitre
 2. Les préalables à l'importation
 3. Régime général des entreprises
 4. Les régimes d'importation/exportation
 5. Les mécanismes d'aide à l'exportation en Tunisie
 6. Ce qu'il faut retenir
 7. Fin du chapitre
 8. Evaluation

- **Chapitre 2 : Les facteurs de l'internationalisation**
 1. Objectif du chapitre
 2. Les facteurs commerciaux
 3. L'internationalisation des opportunités mais aussi des risques
 4. Le processus de l'internationalisation
 5. La prospection internationale (diapo étapes de la prospection)
 6. Ce qu'il faut retenir
 7. Fin du chapitre
 8. Evaluation

- **Chapitre 3 : De la démarche marketing au marketing international**
 1. Objectifs du chapitre
 2. Le concept de marketing
 3. Le marketing international
 4. Analyse de l'environnement international
 5. Application
 6. Ce qu'il faut retenir
 7. Fin du chapitre
 8. Evaluation

- **Chapitre 4 : La mise en œuvre d'une stratégie marketing (le mix marketing)**
 1. Objectif du chapitre
 2. La politique du produit internationale
 3. La politique internationale du prix
 4. Politique internationale de distribution
 5. La publicité
 6. Ce qu'il faut retenir
 7. Fin du chapitre
 8. Evaluation

