

**Plan d'etudes**  
**"Nouveau régime"**  
**Mastère Professionnel**  
**"Marketing/Vente:Marketing et force**  
**de vente à l'international"**  
**SEMESTRE 1**

Modules	Volume Horaire	coef	Nature
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	Commun
Contrôle de gestion stratégique et industrielle.	14	1	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	Spécifique
Marketing International	24	2	Spécifique
Commerce associé et franchise	24	2	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
TOTAL	<b>220</b>		