

SYLLABUS ISIT

Année	MASTER			
Programme	METS			
Nom du cours	Management stratégique			
Nombre total d'heures	20H			
Nombre de crédits	3 ECTS			
Format	5h/jour pendant 4 jours (séminaire de début d'année) et cours de 3H au S2			
Objectifs	<p>Objectif général :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Familiariser les étudiants avec le monde des entreprises, en leur donnant des clés de compréhension des comportements et des fonctionnements <p>Objectifs spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présenter et analyser les modèles historiques et les formes modèles du management • Montrer le jeu des aspects humains et comment ils interagissent avec les dispositifs organisationnels et le cadre établi par l'institution • Sensibiliser les étudiants à une première approche de l'entreprise • Fournir des clés de compréhension des dynamiques individuelles et de groupe en situation d'entreprise 			
Contenus pédagogiques	Cours magistral Etude de cas			
Évaluation	CC : 100% au S1 et partiel au S2			
Contenu des évaluations	Questions de cours, analyse d'un article de presse management			
Bibliographie et sources	<ul style="list-style-type: none"> - Ascensio Chloé, Rey Dominique, Etre efficace en Chine – le management à l'épreuve de la culture chinoise, Pearson – Village mondial, 2010 - AUBERT N., GRUERE J.-P., ABES J., LAROCHE H., MICHEL S., Management – aspects humains et organisationnels, PUF, 1999 - Bateson et al. , La Nouvelle Communication, Points Seuil, 1985 (en traduction française) - D'Iribarne Philippe, L'épreuve des différences – l'expérience d'une entreprise mondiale, Seuil, 2009 - Dupuy François, Sociologie du Changement, Dunod, 2005 			

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- Hall E.T., Au-delà de la culture, Seuil, 1979- Jullien François, Traité de l'efficacité, Grasset & Fasquelle, 1996- Maisonneuve Jean, La Dynamique des Groupes, Que sais-je PUF, 1968- Moral Michel, Le Manager global, Dunod, 2004- Rey Dominique, Devillard Olivier, La culture d'entreprise, un actif stratégique, Dunod, 2008- Zheng Lihua, Les Chinois de Paris et leurs jeux de face, L'Harmattan 1995- Ascencio Chloé, Manager en Chine, Les managers français vus par leurs collaborateurs chinois - clés de la motivation, L'Harmattan, 2007- SCHEIN E., Organizational Culture and Leadership, 3e éd., Jossey-Bass, 2004.- MEIER O., Management interculturel, Dunod, 2004.- CROZIER M., L'Entreprise à l'écoute, Interéditions, 1998. |
|--|---|

SYLLABUS ISIT

Année	MASTER			
Programme	METS			
Nom du cours	Marketing			
Nombre total d'heures	24H			
Nombre de crédits	3 ECTS			
Format	8 séances de 3H			
Objectifs	<p>Objectif général :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser les concepts et bases du marketing stratégique et opérationnel <p>Objectif spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etre capable d'appréhender les spécificités du marketing international dans ses aspects stratégiques et opérationnels. • Etre capable d'identifier et d'expliquer l'approche marketing d'une entreprise à l'international, à la lumière de ses choix stratégiques et opérationnels sur les marchés étrangers. • Etre capable de porter un regard critique sur les réalités analysées. 			
Contenus pédagogiques	Cours magistral Etudes de cas			
Évaluation	Partiel : 100% Durée : 2H – Aucun document autorisé			
Contenu des évaluations	Questions de cours Etude de cas			
Bibliographie et sources	Ouvrages de base en marketing			
	<p>KOTLER PHILIP, KELLER KEVIN LANE, MANCEAU DELPHINE, ET DUBOIS BERNARD <i>Marketing Management 13 ème édition</i> 2009, Pearson Education</p>			
	<p>LENDREVIE J., LEVY J. et LINDON D. <i>Mercator, 9^{ème} édition</i> 2009, Dalloz</p>			
<p>DURAFOUR D. <i>Marketing et action commerciale</i> 2005, Dunod</p>				

Ouvrages d'approfondissement en marketing international

KOTABE MAASAKI, HELSEN CHRISTIAAN

Global Marketing Management 4ème édition

2010, John Wiley and Sons

KEEGAN, W.J. and B. SCHLEGELMICH

Global Marketing Management

2001, Prentice-Hall

MÜHLBACHER, H. L. DAHRINGER and H. LEIHS

International Marketing: A Global Perspective

2006, International Thomson Business Press

USUNIER, J.C, LEE JULIE

Marketing Across Cultures

2005, Prentice-Hall

PHILIP R. CATEORA ET JOHN GRAHAM

International Marketing 2ème édition

2008, Mc Grow Hill Higher Education

PRIME Nathalie USUNIER Jean-Claude

Marketing international

2004, Vuibert Gestion

Revues

LE MOCI, Marketing magazine, The Economist, Business Week...

Sites internet :

lesechos.fr

marketing-etudiants.fr

...

SYLLABUS ISIT METS

Année	Master			
Programme	METS			
Nom du cours	Economie politique			
Nombre total d'heures	19H30			
Nombre de crédits	3 ECTS			
Format	1h30/semaine			
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre la conjoncture internationale. • Cerner les enjeux contemporains de la mondialisation. • Identifier les mutations de l'économie mondiale depuis 30 ans, notamment le rôle grandissant de la finance. • Analyser les théories (anciennes et nouvelles) du commerce international, expliquer la spécialisation internationale • Mettre en lumière le rôle de firmes multinationales dans la spécialisation • Analyser la politique européenne dans une économie mondialisée. <ul style="list-style-type: none"> - politique budgétaire et fiscale - politique monétaire - politique de change 			
Contenus pédagogiques	Polycopié de cours distribué Support de cours : articles de presse, extraits d'ouvrages de vulgarisation, de manuels et articles scientifiques			
Évaluation	Partiel : 100% Durée 2H – Aucun document autorisé			
Contenu des évaluations	3 questions de synthèse sur 6 ou 7 points			
Bibliographie et sources	Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld, <i>Économie internationale</i> , Bruxelles 2003, De Boeck Université. Jean-Louis Mucchielli, <i>Économie Internationale</i> , Paris 1997, Dalloz Patrick Artus & Marie Paule Virard, <i>Le capitalisme est en train de s'auto détruire</i> , La découverte 2005. Patrick Artus & Marie Paule Virard, <i>Globalisation, le pire est à venir</i> , La découverte 2007. Suzanne Berger, <i>Made in Monde, les nouvelles frontières de l'économie mondiale</i> , 2006, 2007 pour la traduction française, Point Seuil Anton Brender, <i>La France face à la mondialisation</i> , Repères La Découverte 2004 Anton Brender, <i>La France face aux marchés financiers</i> , Repères La Découverte 2004 Daniel Cohen, <i>La Mondialisation et ses ennemis</i> , Grasset essai 2004 Daniel Cohen, <i>Regard sur la mondialisation</i> , Poche essai Edition de L'aube, 2003 Elie Cohen, <i>L'ordre économique mondial</i> , Fayard 2000 Paul R. Krugman <i>La Mondialisation n'est pas coupable</i> La Découverte 2000 Charles Albert Michalet <i>Qu'est ce que la mondialisation ?</i> La Découverte 2004 Charles Albert Michalet <i>La Mondialisation, la grande rupture</i> , La Découverte 2007			

SYLLABUS ISIT

Année	MASTER			
Programme	METS			
Nom du cours	Outils de gestion 1			
Nombre total d'heures	18H			
Nombre de crédits	3 ECTS			
Format	6 séances de 3h			
Objectifs	<p>Objectif général :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaître les principaux outils de gestion et comprendre les mécanismes comptables en entreprise <p>Objectifs spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaître le langage comptable de l'entreprise • Savoir établir les documents de synthèse de l'entreprise • Savoir faire une interprétation rapide des documents de synthèse 			
Contenus pédagogiques	Cours magistral Cas pratiques			
Évaluation	Partiel : 100% Durée 2h Documents autorisés : calculatrice et plan comptable			
Contenu des évaluations	Exercices			
Bibliographie et sources	Support fourni par l'intervenant			

SYLLABUS ISIT

Année	MASTER			
Programme	METS			
Nom du cours	Traduction technique B vers A Niveau II			
Nombre total d'heures	18H			
Nombre de crédits	3 ECTS			
Format	6 séances de 3h			
Objectifs	<p>Objectifs généraux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avoir atteint les objectifs de la traduction technique niveau II • Maîtriser la méthodologie de la traduction technique en situation professionnelle pour tous domaines <p>Objectifs spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perfectionner la maîtrise des différentes phraséologies et spécificités des domaines techniques • Etre capable d'adapter la traduction en fonction du donneur d'ordre et de diverses contraintes • Maîtriser la réalisation de glossaire technique et des outils correspondants : recherche, validation de sources, référencement de sources, etc.) • Savoir assurer le suivi commercial d'une traduction (devis, facture, dialogue). • Maîtriser la gestion de projets de traduction complexes en équipe. 			
Contenus pédagogiques	Tous domaines se prêtant à l'acquisition de ces compétences et tous types de documents : Domaines rattachés à la spécialisation MI			
Évaluation	CC : 50% Partiel : 50% Durée : 2H – Dictionnaires unilingues et glossaires			
Contenu des évaluations	Traduction d'un texte source vers A (2400 signes)			
Bibliographie et sources	Dictionnaires techniques spécialisés, sites web pour recherche documentaire et terminologique			

SYLLABUS ISIT			
Année	MASTER		
Programme	METS		
Nom du cours	Traduction technique A vers B Niveau II		
Nombre total d'heures	24H		
Nombre de crédits	3 ECTS		
Format	8 séances de 3H		
Objectifs	<p>Objectifs généraux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pré-requis : avoir atteint les objectifs de la traduction technique A vers B Niveau II. • Perfectionner la pratique de la traduction technique vers une langue B <p>Objectifs spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perfectionner les techniques de reformulation et la recherche de la phraséologie spécialisée en langue B pour différents domaines et types de textes • Maîtriser les compétences méthodologiques, lexicales et techniques spécifiques à ce type de traduction • Maîtriser la gestion des sources et leur validation (terminologie et phraséologie spécialisée) • Savoir effectuer des arbitrages entre différentes solutions • Elaborer des glossaires pertinents et riches au service de la traduction. 		
Contenus pédagogiques	Différents domaines se prêtant à l'acquisition de ces compétences et différents types de textes / Domaines rattachés à la spécialisation MI		
Évaluation	CC : 50% Partiel : 50% Durée : 2h – Dictionnaires unilingues plus glossaires		
Contenu des évaluations	Traduction d'un texte de A vers B de 2400 signes		
Bibliographie et sources	Documents et textes des domaines de spécialité		

SYLLABUS ISIT

Année	MASTER			
Programme	METS			
Nom du cours	Langue des affaires, anglais			
Nombre total d'heures	26 H			
Nombre de crédits	3 ECTS			
Format	2 h/ semaine			
Objectifs	<p>Objectif principal :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préparer les étudiants au Diplôme de la Chambre de Commerce Franco-britannique (Diploma of Business English) <p>Objectifs spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préparer les étudiants à l'épreuve de rédaction de correspondance commerciale • Préparer les étudiants à l'épreuve de compréhension orale • Préparer les étudiants à l'épreuve de compréhension écrite • Préparer les étudiants à l'épreuve de traduction 			
Contenus pédagogiques	<p>Glossaire de termes économiques Annales des sessions précédentes Articles de presse (The Economist , Business Week)</p>			
Évaluation	<p>Examens de la Chambre de commerce franco-britannique : 100% Ce diplôme est obligatoire pour la validation du diplôme de l'ISIT</p>			
Contenu des évaluations	CC Examen blanc			
Bibliographie et sources	Livret de préparation à l'examen			

SYLLABUS ISIT

Année	MASTER			
Programme	METS			
Nom du cours	Langue des affaires, allemand			
Nombre total d'heures	26 H			
Nombre de crédits	3 ECTS			
Format	2h/semaine S1			
Objectifs	<p>Objectifs généraux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préparer au diplôme du Goethe Institute (cinquième degré (C1) du Cadre commun européen de référence pour les langues) <p>Objectifs spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre des informations orales et écrites complexes et s'exprimer en allemand de façon compétente, à l'oral comme à l'écrit, sur des sujets professionnels et économiques. • Traiter de façon réceptive et productive des textes oraux et écrits authentiques, spécialisés et complexes, extraits d'un contexte économique. • S'exprimer en allemand de façon correcte, adéquate et nuancée sur des faits professionnels et économiques à l'oral. • Rédiger la correspondance commerciale de façon adéquate. 			
Contenus pédagogiques	<p>Glossaire de termes économiques et commerciaux Lecture et compréhension de textes Compréhension de documents audio et vidéo Rédaction des lettres commerciales. Présentations orales</p>			
Évaluation	<p>CC : Examen Blanc Examen à l'Institut Goethe (épreuves écrites et orale) Diplôme requis pour la validation du diplôme de l'ISIT</p>			
Contenu des évaluations	<p>Compréhension de texte : 25% Compréhension orale : 25% Expression écrite : 25% Expression orale : 25%</p>			

SYLLABUS ISIT			
Année	MASTER		
Programme	METS		
Nom du cours	Langues des affaires, espagnol		
Nombre total d'heures	26 H		
Nombre de crédits	3 ECTS		
Format	2h/semaine		
Objectifs	<p>Objectif principal :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préparer les étudiants au Certificat d'Espagnol Commercial de la Chambre de Commerce franco-espagnole. <p>Objectifs spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préparer les étudiants à l'épreuve de thème économique • Préparer les étudiants à la correspondance commerciale économique et juridique • Préparer les étudiants à la synthèse en espagnol • Préparer les étudiants aux sujets de cours concernant le droit et l'économie espagnole 		
Contenus pédagogiques			
Évaluation	Examen de la Chambre de commerce franco-espagnole Ce diplôme est obligatoire pour la validation du diplôme de l'ISIT		
Contenu des évaluations	Annales des sessions précédentes		
Bibliographie et sources	Dossiers et annales de la Chambre de Commerce franco-espagnole		

SYLLABUS ISIT

Année	MASTER			
Programme	METS			
Nom du cours	Langue des affaires, italien			
Nombre total d'heures	26H			
Nombre de crédits	3 ECTS			
Format	1h30/semaine			
Objectifs	<p>Objectif général :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préparer les étudiants au Diplôme de la Chambre de commerce franco-italienne • Améliorer les compétences en italien des affaires <p>Objectifs spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préparer les étudiants à rédiger des lettres commerciales et autres documents commerciaux • Analyser la réalité économique italienne. 			
Contenus pédagogiques	Préparation à l'examen de la chambre de commerce italienne.			
Évaluation	Examen de la Chambre de Commerce Italienne Ce diplôme est obligatoire pour la validation du diplôme de l'ISIT			
Contenu des évaluations	Une épreuve écrite et une épreuve orale			
Bibliographie et sources	Manuale di tecnica e corrispondenza commerciale, di Chiuchiù Angelo e Bernacci Mauro, Guerra Edizioni, 1993			

SYLLABUS ISIT

Année	MASTER			
Programme	METS			
Nom du cours	Droit du commerce international			
Nombre total d'heures	15 H			
Nombre de crédits	3 ECTS			
Format	5 séances de 3h			
Objectifs	<p>Objectif général :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre et analyser les enjeux juridiques de la mondialisation de l'économie et maîtriser les outils du droit du commerce international. <p>Objectifs spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre l'histoire et les tendances actuelles du droit du commerce international. • Comprendre les règles s'imposant aux acteurs économiques ainsi que celles qui régissent la mise en place des différentes opérations (rédaction de contrats, arbitrage, incoterms ...). • Comprendre l'organisation juridique globale des échanges commerciaux internationaux issue des accords administrés et mis en œuvre par l'OMC. • Identifier les diverses sources du droit du commerce international et leur imbrication. • Identifier les règles juridiques applicables aux opérateurs, notamment privés, du commerce international. • Comprendre les implications juridiques qui découlent des contraintes particulières avec lesquelles l'entreprise doit composer lorsqu'elle effectue des opérations de commerce international. 			
Contenu pédagogique	Cours magistral			
Évaluation	CC : 100 %			
Contenu des évaluations	QCM et cas pratique			

**Bibliographie
et sources**

AUDIT (B.), La vente internationale des marchandises. Commentaire de la Convention des Nations Unies du 11 avril 1980., LGDJ, 1990, 224 p.

BEGUIN (J.), MENJUCQ (M.) (dir.), Droit du commerce international, Litec, 2007, 1119 p.

CANAL-FORGUES (E.), THILLIER (A.) (en collaboration avec), Le règlement des différends à l'OMC, Bruylant, Bruxelles, 2003, 161 p.

CARREAU (D.) et JUILLARD (P.), Droit international économique, Paris, Dalloz, 2003, 706 p.

CHATILLON (S.), Droit des affaires internationales, Vuibert, 2005, 385 p.

DELEBECQUE (Ph.), JACQUET (J.-M.) et CORNELOUP (S.), Droit du commerce international, Précis Dalloz, 1ère éd., 2007, 851 p.

JOUANNEAU (D.), Le GATT et l'Organisation mondiale du commerce, Paris, Presse Universitaire de France, Que sais-je ?, n° 1858, 1996, 126 p.

LEAL-ARCAS (R.), International trade and investment law: multilateral, regional, bilateral governance, Edward Elgar Publishing Ltd, 2010, 352 p.

LUFF (D.), Droit de l'Organisation mondiale du commerce. Analyse critique, Bruylant-L.G.D.J., U.L.B., Bruxelles, 2004, 1277 p.

RAFIQUL ISLAM (M.), International trade law of the WTO, Oxford press, 2006, 616 p.

SCHLECHTRIEM (P.) et WITZ (C.), Convention de Vienne sur les contrats de vente de marchandise, Dalloz-Sirey, 2008, 349 p.

WEILER (J.J.H.), The Eu, the Wto, and the Nafta: Towards a Common Law of International Trade ?, Oxford university press, 2001, 264 p.

SYLLABUS ISIT

Année	MASTER			
Programme	METS			
Nom du cours	Droit de la propriété intellectuelle et des nouvelles technologies			
Nombre total d'heures	15H			
Nombre de crédits	3 ECTS			
Format	5 séances de 3 h			
Objectifs	<p>Objectif général :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaître les fondamentaux du droit de la propriété intellectuelle et des nouvelles technologies pour mettre en place des projets de communication en tenant compte des aspects juridiques <p>Objectifs spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informer les étudiants de leurs droits en tant que créateur/traducteur. • Apprendre à mesurer les risques éventuels de la reprise d'un élément qui pourrait faire l'objet d'un monopole d'exploitation au profit d'un tiers 			
Contenus pédagogiques	Les droits d'auteur, les droits des marques, les droits à l'image, les implications de la loi informatique et libertés, les responsabilités sur internet, les noms de domaine			
Évaluation	CC : 100%			
Contenu des évaluations	51 questions pour valider les connaissances acquises.			
Bibliographie et sources	code de la propriété intellectuelle / textes de loi			



SYLLABUS ISIT

Année	MASTER			
Programme	METS			
Nom du cours	Terminologie juridique et TAO			
Nombre total d'heures	8H et 15H travail personnel			
Nombre de crédits	3 ECTS			
Format	2 séances de 4h face à face			
Objectifs	<p>Objectif général : Comprendre les notions et implications de la terminologie dans les outils de TAO</p> <p>Objectifs spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none">• Appliquer les méthodes de terminologie à la traduction juridique.• Elaborer des glossaires de qualité professionnelle adaptés à l'utilisation par un pool de traducteurs.			
Contenus pédagogiques	Glossaires et outils de traduction			
Évaluation	CC : 100%			
Contenu des évaluations	S'adapter aux difficultés propres résultant de la versatilité du monde professionnel.			
Bibliographie et sources				

SYLLABUS ISIT

Année	MASTER			
Programme	METS			
Nom du cours	Gestion des ressources humaines			
Nombre total d'heures	15H			
Nombre de crédits	3 ECTS			
Format	5 séances de 3H			
Objectifs	<p>Objectif général :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre les caractéristiques de la gestion des ressources humaines et son intérêt économique et social pour le fonctionnement de l'organisation. <p>Objectifs spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre le contexte d'employabilité • Comprendre l'équilibre contribution rétribution • Comprendre la théorie des carrières • Comprendre la formation professionnelle continue 			
Contenus pédagogiques	Cours magistral Films Etudes de cas			
Évaluation	Partiel : 100% Durée 2H Aucun document autorisé			
Contenu des évaluations				
Bibliographie et sources	Gestion des ressources humaines, Cadin, Guérin et Pigeyre, Dunod			

SYLLABUS ISIT

Année	MASTER			
Programme	METS			
Nom du cours	Interprétation de liaison			
Nombre total d'heures	16H30			
Nombre de crédits	3 ECTS			
Format	1h30			
Objectifs	<p>Objectif général :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Assurer une interprétation de qualité aussi bien vers sa langue maternelle que vers sa langue B. <p>Objectifs spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alternier l'interprétation de conversations et de présentations plus structurées. • Intégrer et appliquer les principes déontologiques propres à l'interprétation • Apprendre à préparer une réunion • Apprendre à contourner les difficultés tout en assurant une interprétation de qualité. 			
Contenus pédagogiques	<p>Préparation individuelle d'un débat de 1h30 sur des sujets ou questions d'actualité</p> <p>Préparation pendant 3 séances de la mission CCFD (Comité contre la faim et pour le développement)</p>			
Évaluation	<p>CC : 50%</p> <p>Partiel : 50%</p>			
Contenu des évaluations	<p>Pour le CC et le partiel, examen oral de 10 minutes</p> <p>Critères d'évaluation : justesse sur le fond, expression française, présentation</p>			
Bibliographie et sources				

SYLLABUS ISIT

Année	MASTER		
Programme	METS		
Nom du cours	Projet de recherche appliquée (PRA) « Innover »		
Nombre total d'heures	80H de travail personnel et suivi par un tuteur de projet		
Nombre de crédits	7 ECTS		
Format	Entretiens de groupe (fréquence et durée des entretiens variables selon les besoins des groupes)		
Objectifs	<p>Objectif principal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en application les enseignements acquis en 4ème année notamment en marketing dans le cadre d'un travail de groupe <p>Objectifs spécifiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proposer le marketing-mix d'un produit innovant • Prendre en compte la dimension interculturelle dans le processus d'innovation 		
Contenus pédagogiques	<p>Accompagnement des groupes d'étudiants (de 3 à 5 étudiants) portant sur l'aide à la formulation de la problématique, la recherche d'information, l'analyse critique des données</p> <p>Compléments de cours, le cas échéant</p>		
Évaluation	<p>Dossier écrit</p> <p>Soutenance</p>		
Contenu des évaluations	<p>Rédaction en français d'un dossier de 20 - 30 pages</p> <p>Soutenance : exposé de 20 mn en français avec prise de parole de tous les membres du groupe (support de communication de la soutenance : fichier Powerpoint en anglais) suivi d'un entretien de 15 à 20mn avec le jury</p>		
Bibliographie et sources	<p>KOTLER PHILIP, KELLER KEVIN LANE, MANCEAU DELPHINE, ET DUBOIS BERNARD <i>Marketing Management 13 ème édition</i> 2009, Pearson Education</p> <p>LENDREVIE J., LEVY J. et LINDON D. <i>Mercator, 9^{ème} édition</i> 2009, Dalloz</p>		

DURAFOUR D.

Marketing et action commerciale
2005, Dunod

Lire aussi :

Marketing magazine, Stratégies,
LSA, L'Usine Nouvelle...

Sites internet :

lesechos.fr
marketing-etudiants.fr

Marketing International – Nathalie Prime et Jean-Claude Usunier,
Vuibert

Global Marketing Management – Kotabe Masaaki, John Wiley & Sons

Expérience professionnelle de l'intervenant

Sites internet

Entretiens professionnels