

Nom et prénom :

QCM

1. L'installation, la garantie, les livraisons font parties de :
 - 1) La composante principale du produit
 - 2) La composante Packaging du produit
 - 3) La composante services du produit
2. on distingue **quatre types de barrière** à l'entrée des Marchés des services internationaux parmi les éléments suivants lequel fait référence à un état qui protège ses producteurs contre la concurrence des producteurs étrangers.
 - 1) Restrictions sur les flux transfrontières de données
 - 2) Protection de la propriété intellectuelle
 - 3) Protectionnisme
 - 4) Les barrières culturelles
3. L'Influence du pays de fabrication, d'assemblage ou de la conception (positive ou négative) sur la perception du produit est appelée :
 - 1) Les effets de transfert de signification
 - 2) Les effets du pays d'origine
 - 3) Les effets d'industrialisation
4. _____ Consiste à un bien qui n'a pas subi de contrefaçon, mais qui est importé d'un autre pays sans l'autorisation du détenteur de la propriété intellectuelle.
 - 1) Importation parallèle
 - 2) Marché noir
 - 3) Marché informel
 - 4) Exportation parallèle
5. Les opérations de la logistique comprennent les activités suivantes :
 - 1) Le transport
 - 2) Le stockage
 - 3) Le service après vente
 - 4) L'emballage
6. La langue est l'un des principaux obstacles à une publicité internationale efficace
 - 1) Vrai
 - 2) Faux
7. L'adaptation de la composante services du produit est plus facile que les autres composantes
 1. Vrai
 2. Faux
8. L'importation parallèle survient lorsque :
 1. Les différences de prix sont plus grandes que les coûts de transport entre les deux marchés
 2. La distribution exclusive
 3. Les circuits de distribution sont plus courts
 4. L'entreprise utilise des zones franches
9. Le prix public a pour objectifs de mesurer et évaluer les échanges de marchandises / services entre filiales ou entre les filiales et la maison mère.
 - 1) Vrai
 - 2) Faux
10. Pour diminuer le prix à l'international les approches suivantes peuvent être utilisées :
 1. Fabrication dans un pays tiers
 2. Réduire la qualité globale du produit
 3. Utilisation des zones franches

Master 1 : finance et commerce international

Corrigé examen du marketing international

4- Quel est l'impact de l'environnement culturel sur les stratégies du marketing international (donnez des exemples)? (7 points)

- Conséquences externes*: langues et communication, les études internationales, les processus d'achat et la consommation, le mix-marketing international
- Conséquences internes*: négociation, modes de management, organisation des entreprises

5- Pourquoi une publicité est-elle interdite dans un pays et autorisée dans un autre ? (6 points)

- Systèmes juridiques différents
- Tabous (exemple : tout ce qui concerne l'espace des croyances religieuses)

6- Es-ce que l'adaptation des produits à l'international est obligatoire ? (discuter) (7 points)

A développer les points suivants en donnant des exemples

L'Adaptation peut être un choix stratégique mais cela entraîne des coûts supplémentaires

Elle est parfois obligatoire dans les cas suivants :

- les normes en vigueur.
- la culture.