

## PLAN DE COURS<sup>1</sup>

SIGLE ET TITRE DU COURS	:	MKT3005- Marketing international
GROUPE	:	05 - Formation à distance
ENSEIGNANT <sup>2</sup>	:	Ahmed Marhfor

---

### PRÉSENTATION DE L'ENSEIGNANT

M. Ahmed Marhfor est professeur à l'UER en sciences de la gestion de l'Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue (UQAT) depuis le 1er janvier 2011. Entre 2007 et 2010, M. Marhfor a été chargé de cours à l'École des sciences de la gestion de l'UQAM. Il est titulaire d'un doctorat en administration (option finance) obtenu à Montréal à partir de ressources offertes conjointement par l'UQAM, les HEC, ainsi que les universités McGill et Concordia. Il a également obtenu un MBA de l'UQAM. Ses champs d'intérêt concernent la finance corporative, la finance internationale, l'évaluation des actifs financiers, la mesure de performance en gestion de portefeuille et l'investissement socialement responsable.

### ACCEPTATION DU DÉPARTEMENT DES SCIENCES DE LA GESTION<sup>3</sup>

PAR :



HUMAINE  
CRÉATIVE  
AUDACIEUSE

---

<sup>1</sup> [Procédure relative aux plans de cours](#)

<sup>2</sup> Dans ce document, le générique masculin est utilisé sans aucune discrimination et uniquement dans le but d'alléger la lecture du texte.

<sup>3</sup> Conformément à la [Procédure relative aux plans de cours](#), un plan de cours qui n'a pas été accepté par le département ne peut être présenté aux étudiants.

## OBJECTIFS DE LA FORMATION DE 1ER CYCLE

### La formation de premier cycle trouve sa spécificité dans les caractéristiques suivantes :

- elle vise le développement chez l'étudiant de ses capacités d'analyse et de synthèse par l'étude relativement approfondie d'une discipline ou d'un champ d'études dans les aspects aussi bien théoriques qu'empiriques et en misant sur l'appropriation des fondements et de la méthodologie propre à cette discipline ou à ce champ d'études ;
- dans la perspective d'une éducation permanente, elle développe la capacité d'apprendre par soi-même de façon continue ;
- elle le rend capable de s'adapter facilement aux changements, de relier son champ de compétence aux autres spécialités et de collaborer avec des tiers ;
- elle le rend capable de discerner la valeur objective des affirmations qu'il fait ou qui lui sont faites, de bien comprendre, interpréter et commenter l'information ;
- elle développe chez lui une compétence professionnelle ou scientifique qui le rend apte à intervenir efficacement et à mesurer la portée sociale et éthique de ses activités ;
- elle l'amène à maîtriser le langage propre à son domaine de connaissances, à pouvoir produire un discours cohérent et pertinent, à l'articuler de façon précise, claire et concise, tant à l'écrit qu'à l'oral et, ainsi, à être capable de communiquer ses connaissances dans son milieu professionnel ou scientifique et dans l'ensemble de la société ;
- elle développe son esprit d'initiative et sa créativité, qui le rendent actif dans son milieu et l'amènent à appliquer ses connaissances à des situations et des problèmes nouveaux.

## DESCRIPTION DU COURS

Les fondements de l'économie internationale et du commerce international. Les ententes économiques. Les organismes de réglementation. Les principaux marchés pour les produits québécois et régionaux. Les opportunités d'exportation pour une PME. Les aspects financiers, juridiques, culturels et logistiques de l'exportation. Stratégies d'implantation sur les marchés extérieurs et plan d'action. Les risques. Les acteurs régionaux et nationaux du commerce international. Les entreprises exportatrices de l'Abitibi-Témiscamingue.

## OBJECTIFS DU COURS

### GÉNÉRAUX

S'initier aux principales théories économiques du commerce international. Connaître les pratiques du commerce international. Se familiariser aux possibilités de l'entreprise à commercialiser ses produits sur des marchés extérieurs. Le sensibiliser à l'importance du commerce extérieur dans l'économie canadienne. Connaître les outils et les organismes qui peuvent aider une entreprise à faire du commerce international.

### SPÉCIFIQUES

Au terme de ce cours, l'étudiant(e) sera en mesure de :

- S'initier aux principales théories économiques du commerce international ;
- Connaître le fonctionnement des diverses ententes bilatérales et multilatérales à travers le monde ;
- Connaître les réglementations et les pratiques du commerce international ;
- Se familiariser avec les diverses techniques de commercialisation sur les marchés extérieurs ;
- Être sensibilisé à l'importance du commerce international au Canada, au Québec et en région ;
- Être sensibilisé aux aspects financiers, juridiques et culturels de l'exportation et de l'importation ainsi qu'aux risques qui s'y rattachent ;
- Connaître les acteurs nationaux et régionaux du commerce international ;
- Connaître les outils et les organismes qui peuvent aider une entreprise à faire du commerce international ;
- Connaître les principaux marchés internationaux pour les produits de la région ;
- Avoir la capacité d'appliquer des notions théoriques à des cas pratiques reliés au développement commercial d'une entreprise sur le plan international.

## CALENDRIER

Séance (semaine)	Contenu	Lectures, travaux et directives
<b>1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Présentation du plan de cours</li> <li>– <b><u>Partie 1 : INTRODUCTION</u></b>  Le commerce international aujourd'hui : Les grands dossiers  La mondialisation  Le système monétaire international</li> </ul>	Manuel obligatoire (ch. 1) et notes de cours
<b>2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <u>Suite partie 1 :</u>  Le rôle des gouvernements et les fondements du commerce international  Les indicateurs du commerce international</li> </ul>	Manuel obligatoire (ch. 1; ch.2) et notes de cours
<b>3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <u>Suite partie 1:</u>  L'intégration économique et politique des États  Les accords de libre-échange au Canada  Les institutions du commerce international</li> </ul>	Manuel obligatoire (ch. 2) et notes de cours
<b>4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b><u>Partie 2 : LA STRATÉGIE</u></b>  Les PME québécoises et l'exportation  La décision d'exporter (stratégie de marketing international)</li> </ul>	Manuel obligatoire (ch. 3) et notes de cours
<b>5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <u>Suite partie 2:</u>  La sélection des marchés et les études de marché  Les aspects culturels du commerce international  Les aspects éthiques du commerce international</li> </ul>	Manuel obligatoire (ch. 4; ch. 5) et notes de cours
<b>6</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b><u>Partie 3 : LE MIX MARKETING</u></b>  Le produit/service  La promotion et la prospection des marchés étrangers</li> </ul>	Manuel obligatoire (ch. 6; ch. 8) et notes de cours
<b>7</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <u>Suite partie 3:</u>  Le produit/service  La promotion et la prospection des marchés étrangers</li> </ul>	Manuel obligatoire (ch. 6; ch. 8) et notes de cours

<b>8</b>	<b>* Examen de mi-session en ligne</b>	
<b>9</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <u>Suite partie 3: La distribution</u></li> <li>La vente directe et indirecte</li> <li>Le partenariat</li> <li>Le choix du mode d'entrée...</li> </ul>	Manuel obligatoire (ch. 9) et notes de cours
<b>10</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <u>Suite partie 3: La distribution</u></li> <li>La vente directe et indirecte</li> <li>Le partenariat</li> <li>Le choix du mode d'entrée...</li> </ul> <p style="text-align: center;">L'aspect financier du commerce international</p>	Manuel obligatoire (ch. 9; ch. 7) et notes de cours
<b>11</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <u>Suite partie 3:</u></li> <li>L'aspect financier du commerce international</li> </ul>	Manuel obligatoire (ch. 7) et notes de cours
<b>12</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <u>Suite partie 3:</u></li> <li>L'aspect financier du commerce international</li> <li>Étude de cas</li> </ul>	Manuel obligatoire (ch. 7) et notes de cours
<b>13</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b><u>Partie 4 : l'ADMINISTRATION</u></b></li> <li>L'aspect juridique du commerce international</li> </ul> <p><b>*Évaluation des enseignements</b></p>	Manuel obligatoire (ch. 12) et notes de cours
<b>14</b>	Présentations de travaux de session.	
	<b>* REMISE DU TRAVAIL DE SESSION</b>	
<b>15</b>	<b>Examen final en ligne</b>	

## ÉVALUATION DE L'ÉTUDIANT

### Notation

Conformément à l'article 2.13.1 du [Règlement 3 des études de 1<sup>er</sup> cycle de l'UQAT](#), la notation littérale pour ce cours représente :

A+, A, A-;      B+, B, B-;      C+, C, C-;      D+, D;      E

Une cote fixe sera utilisée pour établir la notation littérale pour ce cours selon la grille suivante :

A+	93,00 %	100,00 %	C+	73,00 %	76,99 %
A	90,00 %	92,99 %	C	70,00 %	72,99 %
A-	87,00 %	89,99 %	C-	67,00 %	69,99 %
B+	83,00 %	86,99 %	D+	63,00 %	66,99 %
B	80,00 %	82,99 %	D	60,00 %	62,99 %
B-	77,00 %	79,99 %	E	0,00 %	59,99 %

### Pondération d'une activité

Conformément la résolution M10-GES-38-07 du Conseil de module des sciences de la gestion, aucune activité d'évaluation ne peut représenter plus de 50 % de la note finale d'un cours.

L'enseignant peut exiger, s'il le précise dans son plan de cours, que les étudiants obtiennent une note minimale pour un ou plusieurs éléments d'évaluation pour la réussite du cours.

### Participation

Conformément la résolution M10-GES-38-08 du module des sciences de la gestion, aucune pondération ne doit être attribuée à la participation des étudiants dans tous les cours du module.

### Présentation des travaux écrits

Conformément à la résolution M10-GES-38-09 du module des sciences de la gestion, tout travail remis à l'enseignant doit respecter les règles de présentation de la dernière version du [Guide de présentation des travaux écrits de l'UQAT](#).

### Délai de correction

Sauf dans les cours à formule particulière ou dérogeant du calendrier universitaire (intensif, de moins de trois crédits, s'échelonnant sur plus d'un trimestre, stage, projet d'application, etc.), un élément d'évaluation comptant pour au moins 20 % de la note finale doit être administré et corrigé pour que les résultats soient connus des étudiants avant la date limite d'abandon sans mention d'échec au dossier universitaire et sans remboursement prévue au calendrier universitaire.

## Évaluation de la qualité du français

Conformément à la [Politique linguistique de l'UQAT](#) et la résolution M00-GES-10-06 du module des sciences de la gestion, jusqu'à 10 % des points des travaux individuels et des travaux en équipe peuvent être déduits de la note obtenue en regard de la qualité du français écrit.

### Omission ou retard dans remise d'un travail

L'omission de remettre ou de compléter un travail dans les délais demandés entraîne une perte de 20 % par jour de retard de la note finale de ce travail.

### Absence à un examen

Conformément à la [Politique d'absence et de reprise à un examen du module des sciences de la gestion](#), seul un motif sérieux permet à l'étudiant de reporter, de s'absenter et de reprendre un examen. Le motif invoqué doit relever de circonstances importantes et indépendantes de la volonté de l'étudiant.

L'étudiant qui doit reporter ou s'absenter à un examen doit compléter, signer et envoyer le formulaire de demande de reprise d'examen dans les délais prescrits avec les pièces justificatives par courriel à l'adresse [gestion.distance@uqat.ca](mailto:gestion.distance@uqat.ca).

### Plagiat

Conformément au [Règlement 12 sur le plagiat ou la fraude pour les étudiants de l'UQAT](#), tout acte (incluant la tentative et la participation) de plagiat ou de fraude relatif autant aux travaux académiques qu'aux documents officiels à caractère scolaire peut entraîner une ou plusieurs sanctions.

### Échec à un cours

Conformément à l'article 2.12.3 du [Règlement 3 des études de 1<sup>er</sup> cycle de l'UQAT](#), l'évaluation est continue en ce qu'elle tient compte, pendant toute la durée du cours, de tous les éléments susceptibles de révéler le niveau d'apprentissage et de formation atteint. C'est pourquoi, en cas d'échec d'un cours, il n'y a pas d'examen de reprise tenant lieu d'évaluation globale.

Travaux évalués	% de la note finale	Date limite de remise
Travail de session	30%	Semaine 14 (Voir l'horaire suggéré via Moodle)
Examen mi-session en ligne	35%	Semaine 8 (Voir l'horaire suggéré via Moodle)
Examen final en ligne	35%	Semaine 15 (Voir l'horaire suggéré via Moodle)

### Détail des travaux évalués

(Les consignes et les grilles détaillées des évaluations sont disponibles sur le portail du cours)

Examens : Toute la matière vue en classe est susceptible d'être à l'examen.

### Travail de session

Le travail de session porte sur l'étude d'une entreprise de la région quant à son potentiel d'exportation (voir séance 14 pour des exemples de travaux de session). Dans un premier temps, vous devez effectuer une démarche préalable à l'engagement dans une stratégie d'internationalisation (voir figure 3.5 à la page 113 du livre obligatoire). Par la suite, vous allez élaborer un plan commercial (Stratégie de marketing international) pour l'exportation du produit ou service vers un marché cible. Le sujet doit par ailleurs être soumis au professeur pour approbation.

## MÉTHODOLOGIE DE L'ENSEIGNEMENT

### **Rôles du professeur :**

Le professeur collabore à la réussite de l'étudiant par le biais d'activités de réflexion qui contribuent à accroître les différents savoirs nécessaires à cette réussite. En d'autres mots, il transmet les informations pertinentes, oriente et guide l'étudiant dans sa démarche et répond aux demandes individuelles d'assistance en regard de l'atteinte des objectifs du cours et en évalue le degré d'atteinte. De plus, il indique les principes de fonctionnement du cours (par exemple les règles quant à la participation, aux arrivées tardives, aux consignes de sécurité s'il y a lieu, etc.).

### **Délai de réponse :**

La résolution *DEP-2019-SG-287-14* du département des sciences de la gestion stipule que :

« Le professeur ou le chargé de cours répondra à l'étudiant dans un délai de deux (2) jours ouvrables. Pour les questions nécessitant des réponses plus élaborées, après avis transmis à l'intérieur de ce délai, une réponse complète sera fournie à l'intérieur de cinq jours ouvrables. Passé ces délais, et après avoir tenté une relance, l'étudiant peut aviser le directeur du département, pour les cours de 1<sup>er</sup> cycle, ou le directeur du programme, pour les cours de 2<sup>e</sup> cycle, afin qu'il communique par téléphone avec le professeur ou le chargé de cours concerné. Dans des circonstances particulières, le professeur ou chargé de cours qui ne serait pas en mesure de respecter momentanément ces délais doit en aviser ses étudiants. »

### **Rôles de l'étudiant :**

De son côté, l'étudiant assume ses responsabilités quant à la prise en charge du développement de sa formation. Il s'en approprie les objectifs, se fait et réalise un plan de travail pour les atteindre et satisfait aux exigences (lectures, travaux, coopération) requises dans ce cours. Il doit évaluer l'enseignement et le cours avec objectivité.

De plus, il prend l'initiative de rencontrer individuellement le professeur au besoin. Bien sûr, ces rencontres professeur-étudiant ne peuvent avoir pour objectif de compenser l'absence au cours. L'étudiant ne peut utiliser son cellulaire ou autres équipements électroniques à l'intérieur d'un cours, à l'exception du matériel prévu dans un cadre pédagogique.

Aucun enregistrement audio ou vidéo n'est permis sans l'autorisation écrite de l'enseignant. Le non-respect de cette directive pourra entraîner des sanctions telles que prévues par les règlements et politiques de l'UQAT en vigueur.

## SOURCES DOCUMENTAIRES

### **Matériel obligatoire :**

Panet-Raymond, A., Robichaud, D., Menvielle, W., Balbinot, Z (2018). *Marketing international*. Montréal : Chenelière éducation.

Veillez-vous référer au site Web <https://www.uqat.ca/etudes/distance/gestion/cours/> pour l'achat du matériel obligatoire.