

Table des matières

Avant-propos	5
Partie 1 Les fondamentaux du commerce international.....	7
Fiche 1 Les spécificités du commerce industriel.....	9
Fiche 2 Composition des marchés	24
Fiche 3 La demande de produits industriels	50
Fiche 4 L'offre industrielle	69
Fiche 5 Les modèles marchands du commerce industriel.....	89
Partie 2 La dimension stratégique du commerce de produits industriels.....	107
Fiche 6 Les stratégies de positionnement dans l'industrie.....	109
Fiche 7 Segmentation, ciblage et positionnement	127
Fiche 8 Organisations industrielles et gouvernance internationale.....	154
Fiche 9 Stratégie commerciale.....	174
Partie 3 L'élaboration d'un plan marketing appliqué aux produits industriels	195
Fiche 10 Analyse-diagnostic	198
Fiche 11 Buts, objectifs et stratégie marketing.....	219
Fiche 12 Plan d'action(s) commerciale(s)	244
Fiche 13 Contrôle	253
Glossaire	273
Bibliographie	281
Index.....	283