



Forum pour la formation en
commerce international

Produits et services pour les marchés mondiaux Description du cours et résultats d'apprentissage

Description du cours

Le cours *Produits et services pour les marchés mondiaux* traite du fait que les produits et services vendus ou échangés à l'étranger peuvent requérir des modifications. Ce cours aborde les différences dans les exigences réglementaires, juridiques et culturelles et les exigences relatives aux consommateurs et aux clients, auxquelles il pourrait être nécessaire de se conformer en adaptant les produits et services. Les organisations doivent analyser comment ces différences pourraient influencer les coûts, la conception des produits, le conditionnement, l'étiquetage, les mises à l'essai ainsi que la prestation des services. Elles doivent ensuite concevoir des stratégies pour maintenir un avantage concurrentiel lorsqu'elles adaptent ou personnalisent des produits et des services pour un marché cible international.

Le cours *Produits et services pour les marchés mondiaux* est un cours clé du programme FITThabilités, qui a été conçu pour les personnes autodidactes agissant à titre d'intervenants du commerce international depuis au moins deux à cinq ans. Le programme FITThabilités a été élaboré pour que vous puissiez, en tant qu'intervenant, vous assurer de disposer de toutes les compétences dont vous avez besoin pour tirer parti des occasions de commerce international qui se présentent à vous.

Modules inclus dans ce cours :

DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS : d'une idée au marché international

DÉVELOPPEMENT DE SERVICES : commerce international de services

Notez : Le cours *Produits et services pour les marchés mondiaux* suppose que vous disposez des connaissances et des compétences commerciales et professionnelles nécessaires pour le commerce intérieur, car ces principes fondamentaux ne sont pas abordés dans le programme FITThabilités.

Résultats d'apprentissage du cours

Une fois ce cours réussi, l'apprenant sera en mesure :

1. De tenir compte des options de conception et de mettre en œuvre les processus de développement et d'essai des produits afin d'établir un avantage concurrentiel lorsqu'il développe ou adapte des produits pour des marchés cibles internationaux.
2. De développer des produits pour le marché international en se fondant sur les caractéristiques et la réglementation du client afin de maximiser les résultats et de réduire les coûts et les risques au minimum.
3. D'adapter ou de personnaliser un produit de manière rentable afin de respecter les besoins réglementaires, juridiques et culturels des marchés cibles, de réduire les risques au minimum et de se conformer aux exigences de l'acheteur.
4. De concevoir des offres de services bien définis ou personnalisés afin de maximiser l'avantage concurrentiel pour l'organisation tout en prenant en compte les besoins du marché cible ainsi que les exigences réglementaires, juridiques et culturelles.

Contenu du manuel

Module–Développement de produits : d'une idée au marché international

Unité 1 : Développement et adaptation de produits

Définition du processus de développement et d'adaptation de produits

Motifs pour le développement et l'adaptation de produits

Les étapes du développement et de l'adaptation de produits

Développement de nouveaux produits

Adaptation de produits

Personnalisation de produits

Relation entre le service et le produit

Gestion des technologies de rupture

Unité 2 : Conformité aux règlements

Conformité aux règlements

Pratiques de conformité réglementaire

Unité 3 : Protection de la propriété intellectuelle

Types de protection de la propriété intellectuelle

Atténuation des risques liés à la propriété intellectuelle

Tendances en matière de protection de la propriété intellectuelle

Violation de la propriété intellectuelle

Unité 4 : Responsabilité du fait du produit

Responsabilité du fait du produit

Reconnaissance de la portée internationale de la responsabilité du fait du produit

Gestion de la responsabilité et des dommages

Atténuation de la responsabilité du fait du produit

Module– Développement de services : commerce international de services

Unité 1 : Facteurs de développement des services

Types de services
La relation service-produit
Modes de prestation des services
Réglementation
Étude de marché
Protection de la propriété intellectuelle

Unité 2 : Développement et conception de services

Caractéristiques des services
Raisons du développement de services
Processus de développement de services
Stratégies opérationnelles et indicateurs de rendement
Caractéristiques des services
Adaptation et personnalisation de services
Services standardisés
Innovation radicale
Préparation d'une description de service
Alliances stratégiques
Répondre à des demandes de propositions
Élaboration d'un plan