



UNIVERSITÉ  
LAVAL

Faculté des sciences  
de l'administration

## GIE-6038/4038: Estrategias para el desarrollo de mercados en América Latina.

### SECTION A

Automne 2011

Enseignant : Almincar Rodriguez, MBA.

Plage horaire du cours :

• *Cours en salle* :


Vendredi 8h30 à 11h20 Local 3213 PAP Du 9 sept. 2011 au 9 déc. 2011


Site de cours : <https://www.portaildescours.ulaval.ca>

---

### \*Coordonnées et disponibilités

**Almincar Rodriguez** MBA. Pavillon Palasis-Prince, local 1645  
Almincar.rodriguez@fsa.ulaval.ca


 418 656-2131 poste 3585

 418-656-5672

**Disponibilités :**

Sur demande .

**Soutien technique :** **Comptoir d'aide APTI (CAA)**  
Pavillon Palasis-Prince, local 2215  
[caa@fsa.ulaval.ca](mailto:caa@fsa.ulaval.ca)

 418-656-2131 poste 6258

<http://www.fsa.ulaval.ca/azimut/>

**Horaire : automne et hiver**

Lundi	08h15 à 21h45
Mardi	08h15 à 21h45
Mercredi	08h15 à 21h45
Jeudi	08h15 à 21h45
Vendredi	08h15 à 21h45
Samedi	09h00 à 16h00
Dimanche	09h00 à 16h00

**Horaire : été**

Lundi	08h30 à 21h00
Mardi	08h30 à 21h00
Mercredi	08h30 à 21h00
Jeudi	08h30 à 21h00
Vendredi	08h30 à 21h00
Samedi	Fermé
Dimanche	Fermé

---

## \*Description du cours

---

### \* Introduction

L'Amérique latine compte aujourd'hui environ 600 millions d'habitants. Malgré les obstacles qui l'ont ralenti dans l'atteinte de son plein potentiel, la région présente en ce début du XXI<sup>e</sup> siècle un taux de croissance économique très élevé et offre d'immenses possibilités aux entreprises étrangères qui l'ont intégrée dans leur stratégie d'affaires.

---

**Remarque :** le genre masculin est utilisé tout au long de ce plan de cours dans le seul but d'en alléger la lecture.

Bien que ce contexte soit riche en opportunités, il présente aussi des risques et des défis de gestion importants pour les entreprises qui veulent se lancer dans l'internationalisation de leurs activités. En effet, l'Amérique latine n'est pas homogène. Elle est plurielle par la taille variée des pays qui la composent, de même que par leurs différences politiques, sociales et économiques ainsi que par la diversité des stratégies nationales de développement adoptées par leurs gouvernements.

Ce cours permettra aux étudiants de connaître les possibilités de développement d'affaires qui s'offrent aux entreprises canadiennes ainsi que les pratiques d'affaires, les risques et les difficultés d'implantation dans cette région. Il portera une attention particulière sur l'étude de quatre pays émergents qui présentent un important potentiel d'affaires : le Brésil, le Mexique, l'Argentine et le Chili.

Il permettra aussi aux étudiants de maîtriser un cheminement critique à suivre pour internationaliser une entreprise en Amérique Latine.

---

### **\*Objectif général du cours**

---

Dans ce cours on cherche à répondre à deux questions fondamentales que les gestionnaires se posent souvent dans le cadre de leur processus de décisions sur le développement futur de leurs entreprises : pourquoi et comment internationaliser une entreprise en Amérique Latine.

Répondre à ces questions exige une compréhension globale de l'Amérique Latine. C'est pour cette raison que dans ce cours nous analyserons cette région sous plusieurs angles : géographie, démographie, sociologie, politique, économie, le commerce international, la stratégie d'affaires, le marketing international etc.

---

### **\*Objectifs spécifiques**

---

Plus spécifiquement, on vise à ce qu'au terme du cours les étudiants soient en mesure de :

- 1) Décrire la situation actuelle et les perspectives de développement futur de l'Amérique Latine en ce début de XXI siècle;
- 2) Évaluer la situation du commerce international en Amérique Latine et d'expliquer les principaux facteurs qui influencent son évolution;
- 3) Connaître les pratiques d'affaires, les risques et les difficultés d'implantation d'une entreprise étrangère en Amérique Latine;
- 4) Décrire le contexte particulier de certains pays qui offrent un très haut potentiel d'affaires en Amérique Latine;
- 5) Identifier les étapes du cheminement critique que doit suivre une entreprise qui veut s'internationaliser en Amérique Latine;
- 6) Évaluer la capacité d'une entreprise de s'internationaliser en Amérique Latine;
- 7) Utiliser une démarche de gestion stratégique dans des projets d'expansion en Amérique Latine ;
- 8) Apprendre de l'expérience concrète d'entreprises canadiennes le pourquoi et le comment de leur implantation en Amérique Latine.

---

### **\*Liens avec les buts et objectifs du programme**

---

Pour maintenir l'accréditation AACSB, la FSA doit se conformer aux derniers standards relatifs à l'Assurance of Learning. En résumé, le concept d'Assurance of Learning stipule que pour chacun de nos programmes menant à un grade universitaire, soit le BAA, le MBA, la M. Sc. et le Ph. D., nous devons établir des buts et des objectifs de programme. Nous avons également le devoir de nous assurer qu'un apprentissage a effectivement lieu pour chacun de ces buts et chacun de ces objectifs. Pour ce faire, nous devons en mesurer le degré d'atteinte dans certains cours ciblés. Tous les cours du MBA doivent démontrer un lien avec ces buts et objectifs.

Les liens du cours avec les objectifs du programme sont présentés dans le tableau ci-après :

Matrice du programme MBA :

	Degré d'atteinte dans le cours <sup>1</sup>	Méthode d'évaluation utilisée <sup>2</sup>
1. Résoudre des problèmes complexes en contexte d'incertitude.	Intégration	Examens Projet de trimestre Analyse des cas
2. Communiquer efficacement.	Intégration	Projet de trimestre
3. Gérer des équipes de travail.	Intégration	Projet de trimestre
4. Reconnaître les principaux enjeux sur les scènes locales et internationales.	Intégration	Examens Projet de trimestre
5. Démontrer des aptitudes de leadership.	Intégration	Projet de trimestre
6. Utiliser les technologies de l'information et de la communication dans la conception, le design, le développement et la gestion des organisations.	Intégration	Projet de trimestre
7. Favoriser l'adoption d'un comportement socialement responsable.	Intégration	Examens Projet de trimestre

### \*Approche pédagogique

Voici la liste des activités d'apprentissage et d'évaluation qui seront utilisées durant la session :



#### Lectures obligatoires et complémentaires

Une série de lectures provenant d'un recueil de textes vous seront proposées afin de vous permettre d'assimiler les concepts en lien avec la matière.



#### Présentations PowerPoint

Une série de présentations PowerPoint ont été préparées dans le but de synthétiser la matière et de vous faciliter la prise des notes en classe. Elles sont disponibles dans le site du cours dans le portail des cours (ENA).



#### Capsules vidéo et invités

Des vidéos d'experts sur des sujets du cours seront utilisées pour alimenter les échanges et les discussions en classe. Des experts et des gens d'affaires seront invités à venir en classe à partager leurs expériences et à discuter avec les étudiants.



#### Analyse de cas

Les analyses de cas vous permettront d'appliquer les connaissances acquises dans des situations qui se veulent près de la réalité et d'échanger avec les autres participants au cours.

<sup>1</sup> L'**amorçage** veut dire qu'un apprentissage commence à se manifester chez l'étudiant en lien avec les buts ou les objectifs du programme. **En développement** indique des acquis identifiables en relation avec l'apprentissage de ces mêmes buts et objectifs. L'**intégration** indique que l'apprentissage des buts et objectifs est compris et appliqué de manière pertinente à une variété de contextes ou de situations nouvelles. Un cours donné peut couvrir un ou plusieurs buts et objectifs de programme. Aussi, un cours peut amorcer l'apprentissage d'un but et intégrer l'apprentissage d'un autre, selon les habiletés et les compétences visées par le cours.

<sup>2</sup> Nous faisons référence ici à la méthode d'évaluation utilisée dans le cours pour évaluer le degré d'atteinte du but du programme, par exemple : étude de cas, question ouverte à l'examen, projet, portfolio, quiz, etc. Ces mêmes méthodes d'évaluation pourraient être utilisées pour collecter des données pour l'Assurance of Learning.



### Votre contribution à l'avancement du cours (veille)

Durant la session, vous aurez à trouver et commenter brièvement un article qui traite sur des sujets qui font partie des objectifs ou des thèmes du cours.



### Deux travaux de session en équipe

Les travaux de session porteront sur :

- ❖ « *Ce qu'il faut savoir* »...pour s'implanter dans l'un des quatre pays émergents qui présentent un potentiel d'affaires intéressant pour des entreprises canadiennes : le Brésil, le Mexique, l'Argentine et le Chili.
- ❖ L'expérience d'une entreprise qui fait affaires en Amérique Latine. Il s'agira de décrire sa *démarche d'internationalisation (pourquoi et comment)* et de faire un bilan de cette expérience en termes de *facteurs de succès et d'obstacles à surmonter*.



### Examen en salle

Vous aurez à effectuer un examen final en salle qui reprendra les différents thèmes abordés dans le cours.

## Calendrier du cours

No de séance	Titre	Date
1	Introduction	9 sept. 2011
2	Bilan et perspectives de développement futur de l'Amérique Latine	16 sept. 2011
3	Situation du commerce international en Amérique Latine	23 sept. 2011
4	Pratiques d'affaires, risques et difficultés d'implantation d'une entreprise étrangère en Amérique Latine.	30 sept. 2011
5	Le contexte de certains pays qui offrent un très haut potentiel d'affaires : le Mexique et le Chili.	7 oct. 2011
6	Le contexte de certains pays qui offrent un très haut potentiel d'affaires : le Brésil et l'Argentine.	14 oct. 2011
7	Le cheminement critique que doit suivre une entreprise qui veut s'internationaliser en Amérique Latine.	21 oct. 2011
8	La construction du plan d'internationalisation d'une entreprise en Amérique Latine.	28 oct. 2011
9	Semaine de lecture	4 nov. 2011
10	La construction du plan d'internationalisation d'une entreprise en Amérique Latine (suite)	11 nov. 2011
11	La politique commerciale canadienne face à l'Amérique Latine et le programmes de financement du commerce international.	18 nov. 2011
12	Présentation du projet de trimestre : L'expérience d'entreprises canadiennes en Amérique Latine.	25 nov. 2011
13	Présentation du projet de trimestre : L'expérience d'entreprises canadiennes en Amérique Latine.	2 déc. 2011
14	Examen final.	9 déc. 2011

# Contenu et activités

---

## Séance 1 : Introduction

---

### Thèmes abordés :

- Présentation des étudiants et de l'enseignant ;
- Présentation du plan de cours ;
- Explication des travaux à faire ;
- Formation des équipes et identification du responsable de chaque équipe;
- Raisons qui expliquent l'intérêt des entreprises canadiennes pour l'Amérique Latine.

### Lectures obligatoires :

- Recueil de textes :
  - ❖ ***El marketing en el cambiante mercado latinoamericano***, Guillermo D'Andrea, John Quelch, **Marketing estratégico en Latinoamérica, casos de estudio**, Prentice Hall, 2002, 344 p.; pages 1-28.
- Présentation Power Point.

### Remettre à l'enseignant :

- Liste avec nom, prénom et numéro de téléphone de chaque membre de l'équipe.  
Identifier le responsable d'équipe.  
L'enseignant donnera à chaque équipe un numéro qui servira à établir l'ordre de présentation des travaux d'équipe.

## Séance 2 : Bilan et perspectives de développement futur de l'Amérique Latine

---

### Thèmes abordés :

- La géographie latino-américaine ;
- La démographie : La population, sa structure et son évolution;
- Processus démocratiques et réformes politiques;
- Croissance et réformes économiques;
- L'intégration économique régionale;
- Les réformes sociales;
- Les perspectives d'avenir de l'Amérique Latine.

### Lectures obligatoires :

- Recueil de textes :
  - ❖ ***Democracia y reformas políticas***, Matilde Alonso Pérez, Elies Furio Blasco, Christel Camarasa Birabent, **L'Amérique latine face à son avenir – América Latina en el siglo XXI**; Ellipses, 2009, 336 p. ; pages 71-98.
  - ❖ ***Les économies latino-américaines***, Jacqueline Covo-Maurice, **Introduction aux civilisations latino-américaines**, 4<sup>e</sup>. édition, Armand Colin, 2009, 125 p.; pages 40-59.
- Présentation Power Point.

## Séance 3 : Situation du commerce international en Amérique Latine

---

### Thèmes abordés :

- Facteurs qui influencent son évolution ;
- Importations : structure, évolution et principaux acteurs ;
- Exportations : structure, évolution et principaux acteurs ;
- Investissements étrangers : structure, évolution et principaux acteurs.

### Lectures obligatoires :

- Recueil de textes :
  - ❖ ***Panorama regional de la inversión extranjera directa***, Capitulo I, Documento informativo, **La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe en 2009**, Naciones Unidas, Comisión económica para América Latina CEPAL.
- Présentation Power Point.

---

## Séance 4 : Pratiques d'affaires, risques et difficultés d'implantation d'une entreprise étrangère en Amérique Latine.

---

### Thèmes abordés :

- Culture et négociation ;
- Éthique et indices de corruption ;
- Temps nécessaire pour la constitution d'une entreprise;
- Le risque-pays;
- La gestion des risques inhérents à l'internationalisation en Amérique Latine.

### Lectures obligatoires :

- Recueil de textes :
  - ❖ **La négociation internationale**, Jean Claude Usunier, **Gestion en contexte interculturel**, Les Presses de l'Université Laval et Télé-Université (UQAM), 2008, 472 pages; pages 253-287.
  - ❖ **L'art de négocier en Amérique Latine**, Olivier Boiral et Rodolphe Meynier, L'Expansion Management Review, Mars 2001.
  - ❖ **Opportunités et risques du développement marketing international**, Nathalie Prime, Jean Claude Usunier, **Marketing international, Développement des marchés et management multiculturel**, Gestion, 2004, 350 pages; pages 47-69.
  - ❖ **Barómetro global de la corrupción**, 2009, Transparency international.
  - ❖ **Risque pays**, COFACE, 2009.
  - ❖ **Environnement des affaires**, COFACE, 2009
  - ❖ **Reformer en tiempos difíciles**, 2010, Doing Business 2010, Banco Mundial y Corporación financiera internacional.
- Présentation Power Point.

### Remettre à l'enseignant :

- Évaluation formative du cours.

---

## Séance 5 : Le contexte de certains pays qui offrent un très haut potentiel d'affaires : Le Mexique et le Chili.

---

### Thèmes abordés pour chaque pays :

- Environnement économique, politique et social ;
- Bref aperçu de l'environnement légal des entreprises;
- Coûts d'approche et d'implantation;
- Opportunités de marché.

### Lectures obligatoires :

- Recueil de textes :
  - ❖ **Encuesta de empresas, perfil de país, México**, 2006, Banco mundial.
  - ❖ **Encuesta de empresas, perfil de país, Chile**, 2006, Banco mundial.
- Présentation Power Point de chaque équipe

### Remettre à l'enseignant :

- Voir *Mode de remise* au tableau de la page 9 (*Évaluations et résultats- Liste des évaluations-Sommatives*).

---

## Séance 6 : Le contexte de certains pays qui offrent un très haut potentiel d'affaires : Le Brésil et L'Argentine.

---

### Thèmes abordés pour chaque pays :

- Environnement économique, politique et social ;
- Bref aperçu de l'environnement légal des entreprises;
- Coûts d'approche et d'implantation;
- Opportunités de marché.

#### Lectures obligatoires :

- Recueil de textes :
  - ❖ **Enterprise Surveys, Country profile, Brazil**, 2009, Banco mundial.
  - ❖ **Encuesta de empresas, perfil de país, Argentina**, 2006, Banco mundial.
- Présentation Power Point de chaque équipe

#### Remettre à l'enseignant :

- Voir *Mode de remise* au tableau de la page 9 (*Évaluations et résultats- Liste des évaluations-Sommatives*).

---

### Séance 7 : Le cheminement critique que doit suivre une entreprise qui veut s'internationaliser en Amérique Latine.

---

#### Thèmes abordés :

- Éléments à considérer par un manager qui veut internationaliser son entreprise.

#### Lectures obligatoires :

- Recueil de textes :
  - ❖ **Critères et facteurs de l'ouverture internationale**, Charles Croué, **Marketing international, un consommateur local dans un monde global**; de boeck, 2009, 609 pages; pages 119-167.
  - ❖ **Jouer dans la cour des grands**, Jean- Paul David, **Comment développer les marchés internationaux**, Entreprendre, 2007, 228 pages; pages 35-47.
- Présentation Power Point.

---

### Séances 8 et 10 : La construction du plan d'internationalisation d'une entreprise en Amérique Latine.

---

#### Thèmes abordés :

- Formes d'internationaliser une entreprise en Amérique Latine;
- Informations requises pour faire le plan et moyens pour les obtenir;
- Comment sélectionner un pays;
- Évaluation de la capacité d'internationalisation d'une entreprise;
- Stratégie d'implantation à utiliser;
- Le suivi du plan d'internationalisation.
- Les défis de gestion que suppose l'internationalisation.

#### Lectures obligatoires :

- Recueil de textes :
  - ❖ **Le modèle MERCADEX-DESJARDINS : une approche heuristique de planification de la stratégie d'internationalisation des PME** Site internet de Desjardins.
  - ❖ **Entrada en nuevos mercados: un enfoque estratégico**, Frank Bradley, Haydée Calderón, **Marketing internacional**, Person, Prentice Hall, 2007, 456 pages; pages 329-348.
- Présentation Power Point.
- **Un invité** : Conseiller à la documentation Management et Marketing, Bibliothèque U. Laval.

---

### Séance 9 : Semaine de lecture

---

---

## Séance 11 : La politique commerciale canadienne face à l'Amérique Latine et les programmes de financement du commerce international.

---

### Thèmes abordés :

- Structure de l'activité commerciale canadienne en Amérique Latine;
- Orientations et programmes du gouvernement du Canada ;
- Orientations et programmes du gouvernement du Québec;
- Programmes de financement du commerce international.

### Lectures obligatoires :

- Recueil de textes :
  - ❖ **Saisir les avantages globaux, La stratégie commerciale mondiale pour assurer la croissance et la prospérité du Canada**, Gouvernement du Canada.
  - ❖ **L'Amérique latine et les caraïbes, marché prioritaire de la stratégie commerciale mondiale**. Affaires étrangères et Commerce international Canada.
- Présentation Power Point.
- **Invités** : Deux experts en financement du commerce international et un cadre du Ministère du développement économique innovation et exportation du gouvernement du Québec.

---

## Séances 12 et 13: Présentation du projet de trimestre : L'expérience d'entreprises canadiennes en Amérique Latine.

---

### Thèmes abordés :

- Présentation de l'expérience de quatre entreprises canadiennes qui font des affaires en Amérique Latine
- Leur démarche d'internationalisation, ce qu'elles ont appris : facteurs de succès et obstacles à surmonter.
- Échanges et discussions.

### Remettre à l'enseignant :

- Voir *Mode de remise* au tableau de la page 9 (*Évaluations et résultats- Liste des évaluations-Sommatives*).

---

## Séance 14 : Examen final.

---



## \*Évaluations et résultats

---

### \*Liste des évaluations

---

#### \*Sommatives

Titre	Date de remise ou de l'événement	Mode de remise	Mode de travail	Pondération
« <i>Ce qu'il faut savoir</i> »...pour s'implanter au Mexique (Équipe 1) et au Chili (Équipe 2).	7 octobre à 8h30	Version électronique dans boîte de dépôt et version papier en classe	Équipe	[22] %
« <i>Ce qu'il faut savoir</i> »...pour s'implanter au Brésil (Équipe 3) et en Argentine (Équipe 4).	14 octobre à 8h30	Version électronique dans boîte de dépôt et version papier en classe	Équipe	[22] %
Article et commentaires	25 novembre à 8h30	Version électronique dans boîte de dépôt et version papier en classe	Individuel	[6] %
Projet de recherche en entreprise équipes 3 et 4.	25 novembre à 8h30	Version électronique dans boîte de dépôt et version papier en classe	Équipe	[22] %
Projet de recherche en entreprise équipes 1 et 2.	2 décembre à 8h30	Version électronique dans boîte de dépôt et version papier en classe	Équipe	[22] %
Examen final	9 décembre à 8h30	En classe	Individuel	[50] %

#### Formatives

Une évaluation formative du cours aura lieu lors de la quatrième séance (30 septembre 2011).

---

### \*Évaluation du cours

---

À la 4<sup>e</sup> semaine, une évaluation formative du cours sera effectuée. Cette évaluation confidentielle sera uniquement consultée par votre enseignant afin de valider si la formule pédagogique est correcte et si certains ajustements s'imposent avant la fin de la session.

À la fin de ce cours, la Faculté procédera à l'évaluation sommative du cours afin de vérifier si la formule pédagogique a atteint ses buts et si vous êtes satisfait en recueillant vos commentaires et vos suggestions. Durant la session, un lien hypertexte sera ajouté sur la page d'accueil du site Web de cours. Ce lien vous mènera vers un questionnaire d'évaluation qui permettra d'améliorer ce cours. Cette dernière étape est très importante et les responsables du cours vous remercient à l'avance pour votre collaboration. Veuillez noter que cette évaluation est confidentielle.

---

## \* Information supplémentaire sur les évaluations sommatives

---

### Ce qu'il faut savoir...

« *Ce qu'il faut savoir* »...pour s'implanter dans l'un des quatre pays émergents qui présentent un potentiel d'affaires intéressant pour des entreprises canadiennes : le Brésil, le Mexique, l'Argentine et le Chili.

Ce travail d'équipe permettra aux étudiants d'approfondir leur connaissance des aspects suivants de l'environnement d'affaires qui prévaut dans chacun de ces pays :

- Environnement économique, politique et social ;
- Le cadre normatif dans lequel évoluent les entreprises (Investissement, fiscalité, financement, droit du travail, etc.)
- Coûts d'approche et d'implantation;
- Opportunités de marché etc.

### Recherche documentaire

Durant la session, vous devrez trouver un article (revues, journaux, Internet etc.) publié au cours des 12 derniers mois, qui porte sur des sujets qui font partie des objectifs /thèmes du cours.

Vous devrez commenter l'article dans un texte d'environ deux pages.

### Projet de recherche en entreprise

Ces travaux visent à améliorer vos connaissances à travers de l'expérience concrète d'entreprises canadiennes qui opèrent sur le marché latino-américain. Pourquoi ont-elles décidé de prendre l'expansion en Amérique Latine, comment elles l'ont fait, quels sont les obstacles majeurs auxquels elles ont été confrontées, quelles sont les leçons apprises de leur expérience. Voilà les principaux aspects sur lesquels doit porter ce travail de recherche.

### Examen final

L'examen portera sur les notions apprises lors des cours théoriques, des lectures recommandées, des présentations et des discussions. Étant donné les objectifs du cours, il ne s'agit pas d'un examen «par cœur», mais bien d'une évaluation de la compréhension et de l'application de la démarche d'internationalisation d'une entreprise en Amérique Latine.

**NOTE :** Les étudiants pourront rédiger leurs travaux et examens de session en espagnol ou en français. Dans un cas comme dans l'autre ils sont priés de porter une attention particulière à la qualité de la langue (orthographe et syntaxe). Ces éléments feront partie de l'évaluation.

---

### \*Barème de conversion

---

Intervalle	Cote
[100 – 97]	A +
[96 – 93]	A
[92 – 89]	A-
[88 – 86]	B +
[85 – 83]	B
[82 – 80]	B -

Intervalle	Cote
[79-74]	C+
[73-68]	C
[67-60]	D
[59-0]	E (Échec)
Retard motivé	Z
Évaluation différée	M

---

## \*Résultats

---

Vos résultats seront disponibles dans le site Web de cours.

---

## \*Plagiat

---

La FSA ne tolère pas les comportements non conformes à l'éthique. Le *Règlement disciplinaire à l'intention des étudiants de l'Université Laval* fait état de près d'une vingtaine d'infractions relatives aux études passibles de sanctions. Vous connaissez sûrement les fautes les plus courantes, mais saviez-vous que copier des phrases d'un ouvrage papier ou d'un site web sans mettre les guillemets ou sans mentionner la source constituent deux de ces infractions passibles de sanctions? Ou encore qu'il est interdit de résumer l'idée originale d'un auteur en l'exprimant dans ses propres mots sans en mentionner la source ou traduire partiellement ou totalement un texte sans en mentionner la provenance. Afin d'éviter de vous exposer à des conséquences allant de l'attribution d'un échec dans un cours au congédiement de l'Université, consultez le site Web suivant : [www.fsa.ulaval.ca/plagiat](http://www.fsa.ulaval.ca/plagiat). Vous y trouverez toute l'information utile pour prévenir le plagiat.

---

## \*Règles disciplinaires

---

Tout étudiant qui commet une infraction au *Règlement disciplinaire à l'intention des étudiants de l'Université Laval* dans le cadre du présent cours, notamment en matière de plagiat, est passible des sanctions qui sont prévues dans ce règlement. Il est très important pour tout étudiant de prendre connaissance des articles 28 à 32 du Règlement disciplinaire. Celui-ci peut être consulté à l'adresse suivante :

[http://www.ulaval.ca/sg/reg/Reglements/Reglement\\_disciplinaire.pdf](http://www.ulaval.ca/sg/reg/Reglements/Reglement_disciplinaire.pdf)

---

## Gestion des échéances et des retards

---

Le cheminement d'apprentissage proposé au calendrier doit être respecté dans la mesure du possible. **Tout retard sera pénalisé de 10 % de la note de l'évaluation par jour de retard jusqu'à un maximum de 5 jours.** Après ce délai, le travail sera refusé et la note 0 sera accordée à cette évaluation.

Cependant, il est entendu que certaines circonstances exceptionnelles peuvent empêcher l'étudiant de remettre une évaluation dans les délais prescrits. Dans ce cas, il est de la responsabilité de l'étudiant d'en avertir l'enseignant le plus tôt possible afin de négocier une extension ou d'envisager des alternatives.

Si une demande de délai est acceptée à la fin de la session, l'étudiant se verra accorder une cote « Z » (*note retardée à la demande de l'étudiant*) qui sera convertie en cote définitive (*voir le barème plus haut*) à l'expiration du délai prescrit.

---

## Langue d'enseignement

---

Ce cours sera dispensé entièrement en espagnol. Toutefois les étudiants auront le choix de rédiger leurs examens et leurs travaux en français ou en espagnol.

---

## Matériel didactique

---

---

### Liste du matériel obligatoire

---

- **Un recueil de textes.** Ce matériel est disponible chez Zone Université Laval au pavillon Palasis-Prince.
- **Les présentations Power Point disponibles sur le site du cours.**

# Médiagraphie et annexes

---

## Médiagraphie

---

### Documentation écrite:

- Matilde Alonso Pérez, Elies Furio Blasco, Christel Camarassa, *Amérique Latine en el siglo XXI*, Ellipses, 2009, 336 pages.
- Guillermo d'Andrea et John Quelch, *Marketing estratégico en Latinoamérica, casos de estudio*, Prentice Hall, 2001, 332 pages.
- É Karsaklian, *Internationalisation d'entreprises*, Dunod, 2009, 233 pages.
- Nathalie Prime, Jean Claude Usunier, *Marketing international, Développement des marchés et management multiculturel*, Gestion, 2004, 350 pages.
- Jean- Paul David, *Comment développer les marchés internationaux*, Entreprendre, 2007, 228 pages.
- Frank Bradley, Haydée Calderón, *Marketing internacional*, Person, Prentice Hall, 2007, 456 pages.
- Jean Rauscher, *PME, réussir à l'international*, L'Entreprise, 2008, 233 pages.
- Martine Massabie-Francois, *Commerce international, Études et veille commerciales*, Bréal, 2009, 384 pages.
- Lionel Bobot, Bruno Duberga, *Développement et négociation de partenariat internationaux*, Gualino, Lextenso éditions, 2009, 180 pages.
- Christian Deblock, Henri Regnault, *Nord-Sud. La reconnexion périphérique*, Athéna Editions, 2006, 306 pages.
- Catherine Mercier, Céline Bouveret, *L'essentiel des stratégies d'internationalisation de l'entreprise*, Gualino éditeur, 2007, 126 pages.
- Jacqueline Covo, *Introduction aux civilisations Latino-américaines*, Armand Colin, 2009, 123 pages.
- Ubifrance, *S'implanter au Mexique*, 2006, 186 pages.
- Ubifrance, *S'implanter au Brésil*, 2007, 257 pages.
- Ubifrance, *S'implanter en Argentine*, 2008, 243 pages.
- Ubifrance, *S'implanter au Chili*, 2008, 198 pages.
- Charles Croué, *Marketing international, un consommateur local dans un monde global*, de boeck, 2009, 609 pages.
- Naji Jammal, *Commerce International : mondialisation, enjeux et applications*, Erpi, 2009, 558 pages.
- 

### Sites Web:

- Comisión económica para América Latina y el Caribe : [www.eclac.org/](http://www.eclac.org/)
- Organización mundial del comercio : [www.wto.org/](http://www.wto.org/)
- Ministère des Affaires étrangères et du commerce international : [www.international.gc.ca](http://www.international.gc.ca)
- Service des délégués commerciaux : [deleguescommerciaux.gc.ca](http://deleguescommerciaux.gc.ca)
- EDC : [www.edc.ca](http://www.edc.ca)
- COFACE, your trade risks, under control : [www.coface.ca/](http://www.coface.ca/)
- Transparency international : [www.transparency.org/](http://www.transparency.org/)
- Banque mondiale : <http://www.worldbank.org>
- Banco inter americano de desarrollo : [www.iadb.org/](http://www.iadb.org/)
- Doing Business in Latin America : <http://www.doingbusiness.org>
- Ubifrance et les missions économiques : [www.ubifrance.fr](http://www.ubifrance.fr)
- L'accord de libre échange nord-américain (ALENA) : <http://www.nafta-sec-alena.org/>
- El mercado común del cono sur (MERCOSUR) : <http://www.mercosur.org.uy/>