

## TABLE DES MATIÈRES

<b>LA COUVERTURE</b> .....	i
<b>TITRE</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iv
<b>REMERCIEREMENT</b> .....	v
<b>TABLE DES MATIÈRES</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	xi
<b>ABSTRAIT</b> .....	xii
<b>INTISARI</b> .....	xiii
<b>CHAPITRE I: L'introduction</b> .....	1
1.1 L'arrière-plan .....	1
1.2 Les Problèmes .....	3
1.3 Le But .....	4
<b>CHAPITRE II : Le Profil de l'entreprise</b> .....	5
2.1 L'histoire du Ministère du Tourisme de la République d'Indonésie .....	5
2.2 Le Philosophie de Symbole L'ministère de	

Tourisme République d'Indonésie.....	6
2.3 Le Philosophie de Logo L' ministère du Tourisme de la République d'Indonésie .....	7
2.3.1 L' historique de Logo .....	8
2.3.2 Le Concept de Logo .....	8
2.3.3 La Philosophie de Couleur .....	9
2.3.4 La Philosophie de Forme .....	9
2.3.5 Le Composante de Logo .....	9
2.4 La Structure Organisationnelle L' ministère du Tourisme de la République d'Indonésie .....	10
2.4.1 Adjoint pour le développement du Tourisme International.....	11
2.4.2 Le Vice-Adjoint Stratégie de Marketing Touristique Étrangère .....	12
<b>CHAPITRE III : L'ANALYSE.....</b>	<b>13</b>
3.1 Le Travail au Vice-Adjoint Stratégie de Marketing Touristique Étrangère.....	13

3.1.1	Le Profil du Marché .....	14
3.1.2	Le Connaissance du Marché .....	15
3.1.3	Le Motif de Voyage.....	15
3.1.4	Le Social .....	16
3.1.5	Le Technologie .....	16
3.2	La Stratégie de Marketing Touristique pour le marché Français par Le Vice-Adjoint Stratégie de Marketing Touristique Étrangère.....	17
3.2.1	La Stratégie de Marketing .....	17
3.2.2	La Stratégie de Promotion .....	19
3.2.3	La Stratégie de Média.....	20
3.2.4	La Stratégie de Promotion .....	21
3.3	Les Contraintes Rencontrées par Le Vice-Adjoint Stratégie de Marketing Touristique Étrangère le domaine du Tourisme Stratégies de Marketing Europe Moyen-Orient au Ministère du Tourisme pour le marché Français .....	22
3.4	Les Activités Pendant de Stage .....	24

<b>CHAPITRE IV : LA CONCLUSION</b> .....	25
4.1 La Conclusion.....	25
4.2 Les Suggestions.....	26
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	28
<b>LES ANNEXES</b>	