



مفردات مادة التسويق الدولي للعام الجامعي ١٤٣٤/١٤٣٥ هـ



برامج الانتساب

<u>عدد الوحدات</u>	<u>استاذة المادة:</u> أ/ علياء حامد الجهني البريد الإلكتروني: alia54544@gmail.com	<u>رمز المقرر</u>	<u>اسم المقرر:</u> التسويق الدولي
٣		MRK 231	International Marketing
MRK 152			المتطلبات السابقة
وصف المقرر: نتيجة التطور السريع في عالم التسويق و ازدياد المنافسة العالمية على السوق اصبحت الاسواق اكثر انفتاحية من ذي قبل. هذا المقرر يوضح طريقة الدخول للأسواق العالمية عن طريق عرض استراتيجيات دخول الاسواق الاجنبية و مدى تأثير الظروف الاجتماعية و البيئية على الدول و الافراد وكيفية تعامل الشركات العالمية مع هذه الظروف المتغيرة.			
اهداف المقرر: ١- التعرف على بيئة التسويق الدولي و الفرق بين التسويق المحلي و التسويق العالمي ٢- تزويد الطلاب بفهم اعمق للمصطلحات و المبادئ والأساليب العالمية المتعلقة بدخول الاسواق ٣- تعلم كيفية تحقيق التكامل بين عناصر التسويق الدولي (تطوير المنتجات، توزيعها، تسعيرها، وترويجها) استعدادا لدخول السوق العالمية ٤- فهم القضايا المرتبطة بممارسات التسويق الدولي كالقضايا القانونية و الاجتماعية و الاخلاقية... ٥- تحسين مهارات الاتصال الشفوي و المكتوب و التي تظهر تفكير انتقادي افضل			

توزيع المحتوى العلمي على الفصل الدراسي
الفصل الأول : مقدمة في التسويق الدولي
الفصل الثاني : بيئة التسويق الدولي
الفصل الثالث الدخول الى الاسواق الدولية
الفصل الرابع بحوث التسويق الدولي
الفصل الخامس المنتجات الدولية
الفصل السادس الترويج الدولي
الفصل السابع التسعير الدولي
الفصل الثامن التوزيع الدولي



مفردات مادة التسويق الدولي للعام الجامعي ١٤٣٤/١٤٣٥ هـ

برامج الانتساب



مخرجات المادة:

عند الانتهاء من دراسة هذا المقرر ستكون الطالبة قادرة على:

- ١- فهم واستخدام صحيح للمصطلحات الرئيسية في التسويق الدولي
- ٢- مناقشة و تطبيق مفاهيم تقييم السوق و تحديد مستوى و شدة المنافسة العالمية
- ٣- فهم و تطبيق عمليات التسويق الدولي للمنتجات
- ٤- تحديد المضامين الرئيسية الاجتماعية و القانونية و الاخلاقية للتسويق الدولي

اسم الكتاب المقرر:

التسويق الدولي
أ.د حبيب الله التركستاني