



مفردات مادة التسويق الدولي  
العام الجامعي 1435/1436 هـ  
برامج التعليم عن بعد



<u>عدد الوحدات</u>	<u>أستاذ المادة</u>	<u>رمز المقرر</u>	<u>اسم المقرر</u>
3	د. عبدالمعطي سليمان ابوالرب بريد الكتروني: EMAD75@HOTMAIL.COM الموقع الالكتروني: وقت المحاضرة: الاحد ( 15.30 – 16.50 )	MRK 321	التسويق الدولي International Marketing
			<u>المتطلبات السابقة</u>
<b>وصف المقرر:</b> يوضح هذا المقرر المشاكل والفرص الموجودة في بيئة الأعمال الدولية والتحديات التي تواجه الشركات في تطوير وتنفيذ الإستراتيجيات التسويقية الدولية. ويشتمل على تحليل للبيئة التسويقية الدولية، ودخول الأسواق الدولية وتنميتها، والمزيج التسويقي للتصدير، والمزيج التسويقي الدولي.			
<b>أهداف المقرر:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• معرفة المبادئ والمفاهيم المتعلقة بنشاط التسويق الدولي.</li><li>• فهم كيفية تطبيق مبادئ التسويق الدولي على المشاكل والقرارات التي تواجه المديرين.</li><li>• التآلف مع العوامل البيئية والمشاكل المؤثرة في التسويق الدولي.</li><li>• اكتساب المعرفة بالأدوات والممارسات الخاصة بهيكل ومراقبة برامج التسويق في الأسواق الدولي</li></ul>			



مفردات مادة التسويق الدولي  
العام الجامعي 1436/1435 هـ  
برامج التعليم عن بعد



توزيع المحتوى العلمي على الفصل الدراسي:	
الأسبوع	الموضوع
الأول	الفصل الأول: ماهية التسويق الدولي :- 1. تعريف التسويق الدولي 2. اوجه الشبه والاختلاف بين التسويق الدولي والمحلي
الثاني	تابع الفصل الاول : 1. ابعاد الدخول للاسواق الدولية 2. دوافع التوسع الدولي واهدافه
الثالث	الفصل الثاني : نظريات سلوك التسويق الدولي :- 1. النظرية الكلاسيكية للتجارة الدولية 2. نظرية دورة حياة المنتج في التجارة الدولية
الرابع	تابع الفصل الثاني : 1. نظريات سلوك التسويق التصديري 2. دوافع التصدير على مستوى الشركات 3. مراحل التطور الدولي
الخامس	الفصل الثالث : تقييم البيئة التسويقية الدولية :- 1. البيئة الاقتصادية 2. البيئة الاجتماعية والثقافية
السادس	تابع الفصل الثالث : 1. البيئة السياسية والقانونية 2. البيئة التنافسية
السابع	الفصل الرابع : بحوث التسويق ونظم المعلومات الدولية :- 1. طبيعة بحوث التسويق الدولية واهميتها 2. اوجه الاختلاف بين بحوث التسويق المحلية والدولية 3. متطلبات بحوث التسويق الدولية ومجالاتها 4. مصادر المعلومات للتسويق الدولي



مفردات مادة التسويق الدولي  
العام الجامعي 1436/1435 هـ  
برامج التعليم عن بعد



الثامن	الفصل الخامس : استراتيجيات تقييم واختيار الاسواق الدولية :- 1. مفهوم عملية تقييم واختيار الاسواق الدولية 2. مفهوم القطاعات السوقية
التاسع	تابع: الفصل الخامس : 1. تقسيم السوق الدولية 2. سياسات اختيار السوق الدولي 3. استراتيجيات التوسع السوقي الدولي
العاشر	الفصل السادس: سياسات المنتجات الدولية :- 1. تعريف المنتج 2. سياسة التوحيد مقابل سياسة التكيف .
الحادي عشر	تابع الفصل السادس : 1. خصائص المنتج في الاسواق الدولية 2. تخطيط وتطوير المنتج للاسواق الدولية 3. قرارات المزيج السلعي الدولي
الثاني عشر	الفصل السابع : سياسات التسعير الدولية:- 1. العوامل المهمة في التسعير الدولي 2. علاقة الاسعار التصديرية بالاسعار المحلية 3. استراتيجيات تسعير الصادرات
الثالث عشر	الفصل الثامن : سياسات الترويج الدولية :- 1. الترويج والاتصال التسويقي 2. التفاوض الدولي 3. طرق وبدائل الترويج 4. سياسة الترويج او التاقلم الترويجي
الرابع عشر	تابع الفصل التاسع : اجراءات التبادل في التجارة الدولية:- 1. معالجة طلبية التصدير 2. التوزيع المادي الدولي 3. اهمية التوزيع المادي للادارة
الخامس عشر	الاختبار النهائي



مفردات مادة التسويق الدولي  
العام الجامعي 1435/1436 هـ  
برامج التعليم عن بعد



المخرجات المتوقعة:

عند الانتهاء من دراسة هذا المقرر سوف يكون الطالب قادرا على:

- تفسير عوامل البيئة الخارجية المتعددة للتسويق الدولي ( الاقتصادية، الثقافية والقانونية / السياسية) وتأثيرها على التسويق.
- معرفة العناصر الأربعة الرئيسية للمزيج التسويقي ( المنتج/ الخدمة ، الترويج ، التسعير والتوزيع) وكيفية استخدام هذه العناصر في السوق العالمي.
- شرح أساليب الدخول في السوق الأجنبية.
- شرح الإطار المتعلق بتطبيق مفاهيم إدارة التسويق في السوق الدولية.
- الدراية الأوسع بالقضايا العالمية الراهنة والمستجدة التي تؤثر في التسويق الدولي.

الكتاب المقرر: التسويق الدولي ، هاني الضمور، 2012، دار وائل للنشر و التوزيع،الأردن .

طريقة التقييم:

الاختبار النهائي	من خلال نظام إدارة التعلم الالكتروني والفصول الافتراضية		
	المشاركة في المنتدى الخاص بالمادة (عدد 2)	عدد 4 واجبات خلال الفصل لكل واجب 4 درجات	عدد 2 اختبار فصلي لكل اختبار 5 درجات
70 درجة	4 درجات	16 درجة	10 درجات
	100 درجة		نسبة التقييم النهائية



مفردات مادة التسويق الدولي  
العام الجامعي 1435/1436 هـ  
برامج التعليم عن بعد



**ملحوظة** في حال تغيب الطالب بنسبة (25%) -أي ما يعادل (4) محاضرات- من المحاضرات المقدمة من خلال نظام الفصول الافتراضية **Bb**، يرصد للطالب تقدير محروم (**DN**) ويمكن احتساب إعادة تشغيل المحاضرة من قبل الطالب حضورًا.