

الإدارة الدولية والتسويق الدولي

INTERNATIONAL MANAGEMENT AND MARKETING

وصف المقرر:

يركز هذا المقرر على دراسة المبادئ والأسس العلمية للإدارة والتسويق على المستوى الدولي، مع التركيز على التحديات والفرص التي تواجه المؤسسات في الأسواق العالمية. يشمل المقرر تحليل استراتيجيات الدخول إلى الأسواق الدولية، إدارة العمليات التجارية عبر الحدود، التنسيق بين الفروع العالمية، وفهم الثقافات والبيئات الاقتصادية المختلفة. كما يتناول المقرر استراتيجيات التسويق الدولي، تصميم الحملات التسويقية، وتنكيف المنتجات والخدمات لتلائم الأسواق المختلفة، مع دراسة حالات عملية لشركات عالمية.

أهداف المقرر:

- تعريف الطلبة بمفاهيم الإدارة الدولية وأهميتها في الاقتصاد العالمي.
- دراسة استراتيجيات التسويق الدولي وتنكيفها للأسواق المختلفة.
- تحليل التحديات والفرص في إدارة الأعمال عبر الحدود.
- تطوير مهارات التخطيط واتخاذ القرار في بيئه دولية.
- تعزيز القدرة على دراسة حالات عملية وتطبيق المفاهيم النظرية.

المخرجات المتوقعة:

- استيعاب المبادئ الأساسية للإدارة الدولية والتسويق الدولي.
- القدرة على تحليل الأسواق الدولية وتحديد استراتيجيات دخول مناسبة.
- فهم تأثير الثقافة والاقتصاد والسياسات المحلية على إدارة وتسويق الأعمال.
- تطوير مهارات التخطيط واتخاذ القرار في البيئات الدولية.
- إعداد تقارير أو مشاريع عملية حول إدارة وتسويق المؤسسات العالمية.

المحاور التفصيلية المقترحة:

1. مقدمة في الإدارة الدولية وأهميتها.
2. استراتيجيات الدخول إلى الأسواق الدولية.
3. إدارة العمليات التجارية عبر الحدود.
4. الثقافة والبيئة الاقتصادية والسياسية وتأثيرها على الإدارة.
5. أسس التسويق الدولي ومبادئه.
6. تنكيف المنتجات والخدمات لتلبية احتياجات الأسواق المختلفة.