

التسويق الدولي

international marketing

التسويق الدولي هو فرع من التسويق يركز على تخطيط وتنفيذ الأنشطة التسويقية في الأسواق العالمية. تهدف المادة إلى تعريف الطلاب بالتحديات والفرص التي تواجه الشركات في البيئات الدولية المتنوعة. كما تسلط الضوء على استراتيجيات دخول الأسواق العالمية، تكيف المزيج التسويقي مع الثقافات المختلفة، وإدارة العمليات التسويقية في السياقات الدولية.

توضيف المقرر:

"التسويق الدولي" هو مقرر يهدف إلى تقديم فهم شامل للأنشطة التسويقية في الأسواق العالمية. يغطي المقرر موضوعات مثل تحليل الأسواق الدولية، اختيار استراتيجيات دخول السوق، تكيف المنتجات والخدمات مع الاحتياجات الثقافية والقانونية المختلفة، وتطوير الحملات التسويقية التي تتماشى مع التغيرات الاقتصادية والسياسية العالمية.

أهداف المقرر:

- تعريف الطلاب بمفاهيم التسويق الدولي وأهميته في الاقتصاد العالمي.
- تمكين الطلاب من تحليل الأسواق الدولية و اختيار الأسواق المناسبة لدخولها.
- تعزيز فهم الطلاب لاستراتيجيات تكيف المزيج التسويقي مع الثقافات والبيئات المختلفة.
- تعليم الطلاب كيفية التعامل مع التحديات القانونية والثقافية في التسويق الدولي.
- تعريف الطلاب بأحدث الاتجاهات في التسويق العالمي مثل التسويق الرقمي والدولمة.

المخرجات المتوقعة:

بنهاية هذا المقرر، من المتوقع أن يكون الطالب قادرًا على:

- فهم مبادئ التسويق الدولي ودوره في نجاح الشركات العالمية.
- تحليل الأسواق الدولية و اختيار الاستراتيجيات المناسبة لدخولها.
- تصميم حملات تسويقية تتماشى مع الثقافات والقوانين المحلية في الأسواق المستهدفة.
- تطبيق استراتيجيات تسويقية مبتكرة في السياقات الدولية باستخدام التكنولوجيا الرقمية.
- التعامل مع التحديات المرتبطة بالاقتصاد العالمي والسياسات الدولية.
- تقييم أداء الاستراتيجيات التسويقية في الأسواق الدولية وتقديم توصيات لتحسينها.