**كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير**

**فريق ميدان التكوين**

**الشعبة**: علوم تجارية  **التخصص:** تجارة دولية

**الأستاذ: حساني رقية.. المقياس: تسويق دولي**

 **السنة:أولى ماستر السداسي:الثاني**

|  |
| --- |
| **البرنامج السداسي التفصيلي للمقياس** |
| **الأسابيع\*** | **محاور البرنامج****(الفصول)** | **المحاور الفرعية للبرنامج****(عناصر المحاضرة)** |
| **الأسبوع 01** | **استراتيجيات المؤسسة للدخول للأسواق الدولية**  | **1- إستراتيجية التصدير*** **التصدير المباشر**
* **التصدير غير المباشر**

**2- إستراتيجية الاستثمار المباشر*** **الاستثمار المشترك**
* **الاستثمار المنفرد**

**3- التعاقدات الدولية*** **عقود التراخيص**
* **عقود الامتياز**
* **عقود التصنيع**
* **عقود الادارة**
* **عقود تسليم المفتاح**

**4- التحالفات الإستراتيجية** * **التحالفات التكنولوجية**
* **التحالفات الانتاجية**
* **التحالفات التسويقية**
 |
| **الأسبوع 02** | **ماهية التسويق الدولي**  | **1- مفهوم التسويق الدولي****2- وظائف التسويق الدولي****3- الفرق بين التسويق الدولي و التسويق المحلي** |
| **الأسبوع 03** | **تحليل البيئة التسويقية الدولية** | **1- مفهوم و أهمية البيئة التسويقية الدولية****2- مكونات البيئة التسويقية الدولية****3- طرق تحليل البيئة التسويقية الدولية**  |
| **لأسبوع 04** | **دراسة السوق الدولية**  | **1- خصوصية الأسواق الخارجية****2- أهمية و أهداف دراسة الأسواق الخارجية****3- طرق دراسة الأسواق الخارجية** |
| **ا لأسبوع 05** | **تجزئة الأسواق الدولية** | **1- مفهوم و أهمية تجزئة الأسواق الدولية****2- أسس تجزئة البيئة التسويقية الدولية****3- استراتيجيات تجزئة الأسواق الدولية****4- استهداف الأسواق الدولية** |
| **الأسبوع 06** | **استراتيجيات المنتج الدولي** | **1- مفهوم المنتج الدولي****2- خصائص المنتج الدولي****3- استراتيجيتي التنميط و التوحيد في المنتجات الدولية****4- دورة حياة المنتج الدولي** |
| **الأسبوع 07** | **استراتيجيات التسعير الدولي** | **1- مفهوم التسعير الدولي و العوامل المؤثرة فيه****2- طرق تسعير المنتج الدولي****3- علاقة السعر المحلي بالسعر الدولي****4- استراتيجيات تسعير المنتج الدولي** |
| **الأسبوع 08** | **استراتيجيات الترويج الدولي** | **1- مفهوم الترويج الدولي****2- المزيج الترويجي الدولي** **3- استراتيجيات الترويج الدولي** |
| **الأسبوع 09** | **استراتيجيات التوزيع الدولي**  | **1- مفهوم التوزيع الدولي و وظائفه****2- العوامل المتحكمة في اختيار قنوات التوزيع الدولية****3- طرق التوزيع الدولي****4- استراتيجيات التوزيع الدولي** |
| **الأسبوع 10** | **بحوث التسويق الدولية** | **1- مفهوم بحوث التسويق** **2-الفرق بين بحوث التسويق الدولي و المحلي****3- طرق جمع المعلومات****4- طرق تحليل المعلومات**  |

**المراجع المعتمدة في المقياس:**

**1- P Kotler , Dubois, Marketing management, publi-union, 7eme édition, Paris, 1997.**

1. تامر البكري- استراتيجيات التسويق- دائرة المطبوعات و النشر- عمان، 2008
2. رضوان المحمود العمر- التسويق الدولي- دار اوائل للنشر –عمان، 2007.

**أسلوب التقييم في المقياس:**

1. إعداد بحوث من طرف الطلبة.
2. المساهمة في إلقاء جزئيات من المحاضرة من طرف الطلبة
3. المشاركة في سير الدرس بالاستعانة بـ fiche TD التي يقوم الطلبة بإعدادها مسبقا