

## اسم المادة: التسويق الدولي

الميدان	علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية	الفرع	العلوم الاقتصادية
التخصص	اقتصاد دولي.	المستوى	ماستر 1
السداسي	الثاني	السنة الجامعية	2025/2024

### التعرف على المادة التعليمية

اسم المادة	التسويق الدولي	وحدة التعليم	اساسية
عدد الارصدة	5	المعامل	2
الحجم الساعي الاسبوعي	3 ساعة	المحاضرة (عدد الساعات في الاسبوع)	1.5 ساعة
اعمال م/تط (عدد الساعات في الاسبوع)	/	اعمال م/ت (عدد الساعات في الاسبوع)	1 ساعة

### مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب	هناك عفيف	الرتبة	استاذ التعليم العالي
تحديد موقع المكتب	.....	البريد الالكتروني	.....
رقم الهاتف	.....	توقيت الدرس ومكانه	الأحد قاعة 30.

### وصف المادة التعليمية

المكتسبات	The student needs prior knowledge of financial globalization and the new global economic system
الهدف العام للمادة التعليمية	The aim of this course is to introduce the student to the mechanisms and strategies of international marketing, especially in the context of economic globalization and the transformations of the global economic system.
اهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها)	بعد دراسة محتوى المادة، سيكون الطالب قادرا على ما يلي: Defines the nature of international marketing. - What is marketing research, segmenting international markets, identifying strategies for entering international markets, international product strategies, pricing, promotion and international distribution.

### محتوى المادة التعليمية

المحور الأول	The nature of international marketing
المحور	Company strategies for entering international markets

Analysis of the international marketing environment	الثاني المحور الثالث
Study of the international market	المحور الرابع
Segmentation of international markets	المحور الخامس
International product strategies	المحور السادس
International pricing strategies	المحور السابع
International promotion strategies	المحور الثامن
International distribution strategies	المحور التاسع
International marketing research	المحور العاشر
	المحور
	المحور
	المحور

### طريقة التقييم

الوزن النسبي للتقييم			العلامة	التقييم بالنسبة المئوية
% 60	% 60	وزن المحاضرة	20/20	امتحان
				امتحان جزئي
				أعمال موجهة
				أعمال تطبيقية
%8		وزن الأ عمال	4	المشروع الفردي
20%	% 40	الموجهة و التطبيقية	10	الأعمال الجماعية (ضمن فريق)
				خرجات ميدانية
8%			4	المواظبة (الحضور / الغياب)
4%			2	عناصر أخرى (المشاركة)

تدرس المادة في شكل محاضرات وأعمال موجهة/تطبيقية و طبيعة تقييمها امتحان و مراقبة مستمرة يقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للمحاضرة والأعمال الموجهة:

معدل المادة	= 0.6 * نقطة المحاضرة + 0.4 * نقطة الأعمال الموجهة/التطبيقية * 0.4
Moy.M	= (Note Ex * 0.6) + (Note Td * 0.4)

### المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به :

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر و السنة
International marketing (17th ed.)	Cateora, P. R., Gilly, M. C., & Graham, J. L	McGraw-Hill Education 2019
Global marketing: A decision-oriented (.approach (8th ed	Hollensen, S-	.Pearson Education Limited .

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):

### التوزيع الزمني المرتقب لبرنامج المادة

التاريخ	محتوى المحاضرة	الأسبوع
	The nature of international marketing	الأسبوع الأول
	The nature of international marketing	الأسبوع الثاني
	Company strategies for entering international markets	الأسبوع الثالث
	Company strategies for entering international markets	الأسبوع الرابع
	Analysis of the international marketing environment	الأسبوع الخامس
	Analysis of the international marketing environment	الأسبوع السادس
	Study of the international market	الأسبوع السابع
	Segmentation of international markets	الأسبوع الثامن
	International product strategies	الأسبوع التاسع
	International pricing strategies	الأسبوع العاشر
	International promotion strategies	الأسبوع الحادي عشر
	International distribution strategies	الأسبوع الثاني عشر
	International marketing research	الأسبوع الثالث عشر
	The nature of international marketing	الأسبوع

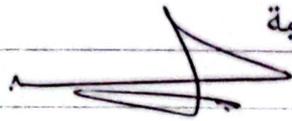
		الرابع عشر
		الأسبوع الخامس عشر
تحده الإدارة	امتحان نهاية السداسي	
تحده الإدارة	الامتحان الاستدراكي للمادة	

### الأعمال الشخصية المقررة للمادة

1. تقدم حصص الأعمال الموجهة على شكل بحوث
2. إعداد بطاقة قراءة حول أحد كتب ..... (تشجيع الطالب على البحث على مراجع واستعمالها)
3. استجواب تقييمي ؟؟؟
4. تقديم بطاقة قراءة لمحور كتاب في .....
5. تقييم الأسئلة التفاعلية للطلبة عبر منصة Moodle.
6. الحضور والتفاعل في منصة Moodle.
7. إنشاء دردشة ومنتدى في منصة Moodle للتعليم الالكتروني.

### مصادقات الهيئات الإدارية والبيداغوجية

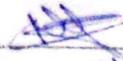
#### امضاءات الطلبة



ورتال آية ربان



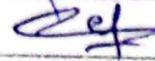
ليمان سويك



لؤي مكي



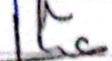
سوسنة ربان



حفيد زمانج



عمار داسامة



عباس آية



بوفور هاجد



عاد رفبة



خوسنة أميرة

دكتور حاديّة

حناوي عبد الجليل

لديهب ونديم اسكندر

صبران مازور

منهاج المادة التعليمية: التسويق الدولي تخصص اقتصاد دولي لسداسي 2 سنة  
2025

رئيس القسم      مسؤول الشعبة      الأستاذ      نائب العميد المكف بالبيداغوجيا أو مدير الدراسات

مسؤول المادة



ملاحظة هامة: بعد المصادقة على دليل المادة في بداية كل سداسي يتم نشره على الموقع الرسمي للمؤسسة الجامعية