

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	أساسية
عدد الأرصدة	5	المعامل	2
الحجم الساعي الأسبوعي	3 ساعة	المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع)	1.5 ساعة
أعمال م/ت (عدد الساعات في الأسبوع)	/	أعمال م/ت (عدد الساعات في الأسبوع)	1 ساعة

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب	هناء عفيف	الرتبة	أستاذ التعليم العالي
تحديد موقع المكتب		البريد الإلكتروني	
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.
أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها)	بعد دراسة محتوى المادة، سيكون الطالب قادراً 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 الثاني	Company strategies for entering international markets

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

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

Handwritten signatures and initials in blue ink.

د. فوز حديدية

حناوي عبد الجليل

م. شهاب و. نسيم اسكندر

ص. د. م. ر. م. م.

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

رئيس القسم	مسؤول الشعبة	الأستاذ مسؤول المادة	نائب العميد المكلف بالبيداغوجيا أو مدير الدراسات
			

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