

SYLLABUS منهاج المادة التعليمية

التسويق، الدولي،

الميدان : العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية (D06) .. الشعبة : العلوم المالية

التخصص : التسويق

السنة الجامعية 2024/2025

السداسي : السادس

التعرف على المادة التعليمية

العنوان : تسويق دولي

وحدة التعليم : أساسية

عدد الأرصدة : المعامل : 2

الحجم الساعي الأسبوعي : ثلاثة (3) ساعات

المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع) : 1.30 سا

أعمال توجيهية (عدد الساعات في الأسبوع) : 1.30 سا

أعمال تطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع) :

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة : بوريب صبرينة ، أستاذ مساعدة (أ).

تحديد موقع المكتب (مدخل ، مكتب) : رقم (..)

البريد الإلكتروني : sab-communication@hotmail.com

رقم الهاتف : 0675292265

توقيت الدرس ومكانه : يوم الثلاثاء (9.30 – 12.30) /قاعة 3 ترجمة

وصف المادة التعليمية

المكتسبات (Pré requis) :

يفترض أن يتحكم الطلبة في مفاهيم عامة حول التسويق وأساسياته، وهي مكتسبات معرفية تم التعرض لها في السنة الثانية، إضافة إلى مكتسبات عامة عن التسويق الدولي.

الهدف العام للمادة التعليمية :

الهدف العام هو أن يكتسب الطلبة معرفة نوعيّة حول التسويق الدولي، دراسة البيئة التسويقية الدولية، كذلك بحوث التسويق الدولي وأشكال الدخول للأسواق الدولية.

أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها) : (من 3 الى 6 أهداف مع التركيز فقط على الأهداف التي يتم تقييمها)

- التعرف على أهمية اتخاذ قرار الدخول للأسواق الدولية.
- التعرف على كيفية الدخول للأسواق الدولية.
- التعرف على كيفية خدمة الأسواق الدولية.

محتوى المادة التعليمية

- مفهوم التسويق الدولي
- الفرق بين التسويق الدولي والتسويق المحلي
- أهمية دراسة الأسواق الدولية
- أشكال الدخول للأسواق الدولية
- دراسة البيئة التسويقية الدولية
- بحوث التسويق الدولي
- التجزئة السوقية الدولية
- المزيج التسويقي الدولي
- تسويق الخدمات الدولية

يمكن الإضافة في صفحة أخرى، عند الحاجة

طرق التقييم

طبيعة الامتحان	العلامة	التقييم بالنسبة المئوية
امتحان	20	60%
امتحان جزئي		
أعمال موجهة		
أعمال تطبيقية		
المشروع الفردي		
الأعمال الجماعية (ضمن فريق)	13	26%
استجابات (Quizz)		
المواظبة (الحضور / الغياب)	05	10%
عناصر أخرى (المشاركة)	02	4%
المجموع	40	100%

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به :

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر و السنة
Marketing Management	Kotler & Dubois	édition Publi-Union

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت)

عنوان المرجع الأول	المؤلف	دار النشر و السنة
التسويق الدولي	بديع جميل قدو	دار المسيرة
عنوان المرجع الثاني	المؤلف	دار النشر و السنة
قضايا وتطبيقات تسويقية معاصرة	عبد الرحمن بن عبد الله الصغير	دار صفاء للنشر والتوزيع

المخطط الزمني المرتقب

الأسبوع	محتوى الدرس	التاريخ
الأسبوع الأول	مفاهيم عامة للتسويق الدولي	
الأسبوع الثاني	مبادئ التسويق الدولي	
الأسبوع الثالث	الفرق بين التسويق الدولي والمحلي	
الأسبوع الرابع	البيئة الاقتصادية الدولية	
الأسبوع الخامس	البيئة الثقافية والسياسية والقانونية الدولية	
الأسبوع السادس	اشكال الدخول للأسواق الدولية	
الأسبوع السابع	نظام المعلومات التسويقية الدولية	
الاسبوع الثامن	المنتوج الدولي	
الاسبوع التاسع	التسعير والترويج الدولي	
الاسبوع العاشر	التوزيع الدولي	
الاسبوع الحادي عشر	الخدمات الدولية	
الاسبوع الثاني عشر		
الاسبوع الثالث عشر	امتحان نهاية السداسي	
-	الامتحان الاستدراكي	

أستاذة) الأعمال الموجهة :

الأستاذة) المحاضر(ة) :

بوريب صيرينة

نحن طلبة الفوج من السنة... الثالثة... شعبة العلوم التجارية..... تخصص تسويق..... ، ، نشهد أننا
اطلعنا على منهاج مادة "..... تسويق دولي....." و على كيفية التقييم ، و فيما يلي إمضاءاتنا على
ذلك :

الرقم	اللقب	الاسم	الإمضاء
01	فتاديل	بشينة	
02	بن طيول	سارة	
03	طراد	ومان	
04	شواقة	أحلام	
05	شويخ	نور الهدى	
06	زيتوني	نرجس	
07	سعيدة	للقيين	
08	رحيل	وجيه	
09	شينة	أمنى بوعزيز	
10	فوهيس	دعاء	
11	فيس	تنتوي	
12	بوعرف	شيماء	
13	حيار	بشينة	
14	بن عيار	درصاف	
15	حماني	صفاء	
16	مبارك	طكرم	
17	زوية	دنيا زاد	
18	ستو	وهال	
19	سلطاني	ريان	
20	سليم	عادل	
21	ننو	محمد لامي	
22	سيد صم	سعد المالك	
23	بوتوني	وسام الماسعود	
24	نعمان	أنيس	
25	بوعلي	رامي	
26			
27			
28			
29			
30			