

1/أهمية التسويق الدولي في تحديد البدائل الإستراتيجية لاقتحام الأسواق الدولية.

2/إستراتيجية المؤسسة في إختراق الأسواق الدولية.

3/سبل دخول المؤسسات الاقتصادية للأسواق الدولية.

4/التسويق الدولي ودوره في تفعيل عملية التصدير خارج قطاع المحروقات.

5/التسويق الدولي كرهان لتنمية صادرات المنتجات الزراعية.

6/سياسة التسويق الدولي في ظل التكنولوجيا الحديثة.

7/سياسة التسويق الدولي وتأثيره على تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر.

8/القرارات الاستراتيجية لعناصر المزيج التسويقي الدولي.

9/إستراتيجية التسويق الدولي كمدخل لرفع تنافسية المؤسسات .

10/أثر إستراتيجيات التسويق الدولي على أداء المؤسسة.

11/أثر المزيج التسويقي الدولي على الأداء التصديري للمؤسسات.