جامعة محمد خيضر- بسكرة

كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

**الشعبة: العلوم التجارية** **السنة الثالثة- السداسي: الخامس**

**الأستاذة: معارفي فريدة التخصص: تجارة دولية**

 **مقياس: تسويق دولي**

**قائمة البحوث لمقياس تسويق دولي**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **رقم البحث** | **عنوان البحث**  | **عناصر البحث** |
| **1** | **البيئة التسويقية الدولية** | -تعريف البيئة التسويقية- خصائص البيئة التسويقية- تصنيفات البيئة التسويقية- أنواع البيئة التسويقية |
| **2** | **بحوث التسويق الدولية** | * تعريف بحوث التسويق الدولية
* أهمية بحوث التسويق الدولية
* خطوات إجراء البحث التسويقي الدولي
 |
| **3** | **نظام المعلومات التسويقية الدولية** | * تعريف نظام المعلومات التسويقية الدولية
* خطوات نظام المعلومات التسويقية الفعال
 |
| **4** | **السوق الدولية** | * تعريف السوق الدولية
* الأطراف المتعاملة في السوق الدولية
* خصائص السوق الدولية
* أسباب الدخول إلى الأسواق الدولية
 |
| **5** | **تجزئة السوق الدولية** | - مفهوم تجزئة السوق الدولية* تجزئة السوق الدولية
* إستراتيجيات تجزئة السوق
* العوامل المؤثرة في إستراتيجية تجزئة السوق
* التجزئة، الاستهداف، التموضع
 |
| **6** | **التحالفات الإستراتيجية التسويقية الدولية** | - تعريف التحالفات الإستراتيجية التسويقية الدولية- المعايير التي يتم اعتمادها في الشركات الدولية لاختيار شركاء التحالف- الأساس الذي تقوم عليه التحالفات بين الشركات العملاقة في العالم- أشكال التحالفات الإستراتيجية التسويقية- مزايا التحالفات الإستراتيجية |