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 |