



T-104  
2022

## توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر: التسويق الدولي
رمز المقرر: 422-تسق
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الإلكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الإلكترونية
الكلية: كلية الأعمال
المؤسسة: كلية الأعمال
نسخة التوصيف: الأول
تاريخ آخر مراجعة: 1441/6/20





## المحتويات:

الصفحة	المحتوى
3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
3	1. الوصف العام للمقرر
3	2. الهدف الرئيس للمقرر
3	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها
4	ج. موضوعات المقرر
4	د. أنشطة تقييم الطلبة
5	هـ. مصادر التعلم والمرافق
5	1. قائمة المراجع ومصادر التعلم
5	2. المرافق والتجهيزات المطلوبة
5	و. تقويم جودة المقرر
5	ز. اعتماد التوصيف



التعريف بالمقرر الدراسي			
1. الساعات المعتمدة:		3	
2. نوع المقرر			
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب. إجباري	اختياري	٧	متطلب مسار
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الرابعة – المستوى السابع	
4. الوصف العام للمقرر يقدم المقرر أهم النظريات في التجارة الدولية و خصوصيات البيئة الدولية و سلوك المستهلك و كيفية إدارة البحوث و عناصر المزيج التسويقي الدولي.			
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) 101 تسق			
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد			
7. الهدف الرئيس للمقرر يهدف هذا المقرر إلى تعريف الطالب بماهية و خصوصيات التسويق الدولي و كيفية إدارة البحوث و سياسات المزيج التسويقي الدولي (منتج، تسعير، ترويج، توزيع). يهدف أيضا الى تقديم لمحة عن البيئة التجارية الدولية و المنظمات و الإجراءات التصديرية.			

## 1. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	2	67
2	التعليم الإلكتروني	1	33
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني	***	***
4	التعليم عن بعد	***	***

## 2. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45	100
2	معمل أو إستوديو	***	***
3	ميداني	***	***
4	دروس إضافية	***	***
5	أخرى	***	***
	الإجمالي	45	100

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يتعرف على أهم المفاهيم و النظريات في مجال التسويق الدولي	1ع	المحاضرات و المناقشة و الحوار	الإمتحانات المناقشات الإختبارات المقالية الإختبارات الموضوعية الإختبارات بكافة أنواعها
2.1	يذكر أهمية التشريعات والأنظمة في المجال الدولي	3ع	المحاضرات و المناقشة و الحوار	الإمتحانات المناقشات الإختبارات المقالية الإختبارات الموضوعية الإختبارات بكافة أنواعها
2.0	المهارات			
2.1	يطبق المعارف و المهارات المكتسبة لوضع مزيج تسويقي دولي متكامل يستجيب لتنوع البيئات الدولية	1م	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
1.3	يعمل في مجال التسويق الدولي بشكل جماعي بارشاد أو استقلالية	1ق	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
2.3	يلتزم بروح الفريق عند انجاز الاعمال الدولية	2ق	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات
3.3	يطور من معارفه في مجال التسويق الدولي	3ق	دراسة حالة	التقارير التحليلية



طرق التقييم	استراتيجيات التدريس	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	نواتج التعلم	الرمز
تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات	حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي			
التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية الإختبارات المقالية المناقشات	دراسة حالة حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	4ق	يلتزم بالاحترام و النزاهة عند التعامل مع العملاء الأجانب وإدارة الشؤون الدولية للمنظمات	4.3

### ج. موضوعات المقرر

الساعات التدريسية المتوقعة	قائمة الموضوعات	م
6	<p><b>ماهية التسويق الدولي</b> تعريف التسويق الدولي أوجه الشبه بين التسويق الدولي و التسويق المحلي إدارة التسويق الدولي أبعاد الدخول للأسواق الدولية دوافع التسوع في التسويق الدولي</p>	1
6	<p><b>نظريات سلوك التسويق الدولي</b> النظريات الكلاسيكية للتجارة الدولية دوافع التصدير على مستوى الشركات مراحل التطور الدولي</p>	2
6	<p><b>تقييم البيئة الدولية</b> البيئة الاقتصادية البيئة الإجتماعية و الثقافية البيئة السياسية و القانونية تجارة الدولة البيئة التنافسية</p>	3
3	<p><b>بحوث التسويق و نظام المعلومات الدولية</b> طبيعة بحوث التسويق الدولية و أهميتها أوجه الإختلاف بين بحوث التسويق المحلية و بحوث التسويق الدولية</p>	4



	مراحل بحوث التسويق	
	طرق التعامل مع مشاكل بحوث التسويق الدولية	
6	إستراتيجيات تقييم و إختيار الأسواق الدولية تقييم و إختيار الأسواق الدولية مفهوم القطاعات السوقية تقسيم السوق الدولية سياسات إختيار التوسع الدولي إجراءات إختيار السوق الدولي	5
3	سياسات المنتجات الدولية سياسة التوحيد مقابل سياسة التكيف خصائص المنتج في الأسواق الدولية التغليف مواصفات المنتج الخدمة تخطيط و تطوير المنتج في الأسواق الدولية	6
6	سياسات التسعير الدولية العوامل المهمة في التسعير الدولي علاقة الأسعار التصديرير بالأسعار المحلية إستراتيجيات تسعير الصادرات قضايا تحويل العملية في التجارة الدولية شروط التسليم في التجارة الخارجية طرق الدفع في التجارة الدولية	7
3	سياسات الترويج الدولية وسائل الإعلان الدولية إستراتيجيات الترويج الدولية إدارة الترويج الدولي	8
6	سياسات التوزيع الدولية التصدير المباشر التصدير غير المباشر الوسطاء الدوليون	9
45	المجموع	

د. أنشطة تقييم الطلبة



م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار الفصلي	7	20
2	أعمال فصلية (واجبات، اختبارات ذاتية، أنشطة بحث، تمارين تطبيقية...)	من 1 إلى 15	30
3	الاختبار النهائي	15	50

أنشطة التقييم (اختبار تحريري، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل وغيره)

## ه. مصادر التعلم والمرافق:

### 1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

د/هاني حامد الضمور (2010). التسويق الدولي. دار وائل للنشر – الطبعة الخامسة	المرجع الرئيس للمقرر
د/محمد سرور الحريري (2012). إستراتيجيات إدارة التسويق الدولي و العالمي. دار صفاء للنشر و التوزيع – عمان – الطبعة الأولى	المراجع المساندة
M.R.Czinkota, I.A.Ronkainen & G.Zvobgo (2007). International Marketing. South-Western. Cengage Learning	المصادر الإلكترونية
	أخرى

### 2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
<b>المرافق النوعية</b> (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعات مجهزة
<b>التجهيزات التقنية</b> (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	عرض الشرائح على video projector
<b>تجهيزات أخرى</b> (تبعاً لطبيعة التخصص)	

## و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – جهات التوظيف	استطلاعات الرأي
فاعلية طرق تقييم الطلاب	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – جهات التوظيف	استطلاعات الرأي المقابلات
مصادر التعلم	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – الموظفون – المراجع المستقل	استطلاعات الرأي المقابلات الزيارات
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – جهات التوظيف	استطلاعات الرأي
أخرى	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – جهات التوظيف	استطلاعات الرأي المقابلات

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	مجلس القسم
رقم الجلسة	الثامن
تاريخ الجلسة	1441/6/20هـ