

<b>International Marketing (2109304)</b>	<b>2109304 التسويق الدولي</b> <b>2109101 المتطلب السابق مبادئ التسويق</b>
This module aims to study the fundamental economic, political, cultural, and legal environmental forces shaping the context of international marketing in business firms. Market selection, entry and operating, marketing mix decisions and organizational structures are examined (The prerequisites: Principles of Marketing, 2109101).	تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بطبيعة علم التسويق الدولي والإقليمي ابتداءً بتقديمه إلى مجال وتحديات التسويق الدولي بشكل عام وبالبيئة التسويقية الدولية وموثراتها الاقتصادية والثقافية والسياسية والقانونية ومن ثم تقديم الطالب إلى عملية تطوير الأسواق الدولية وتخطيطها وطرق بحث تلك الأسواق. بعد ذلك يقوم مدرس المادة بتقديم الطالب إلى المزيج التسويقي في تلك الأسواق الدولية ابتداءً بتطوير السلعة وتوزيعها وترويجها وبيعها وتسعيرها. وتعريف الطالب بطرق التمويل الدولي وبأهم المؤسسات التمويلية في هذا المجال.