

به نام خدا
"طرح درس"

دانشکده: مدیریت و اقتصاد	رشته: مدیریت صنایع مبلمان و دکوراسیون	مقطع: کارشناسی
نام درس: بازاریابی بین المللی	تعداد واحد نظری: ۳ تعداد واحد عملی: _	مدرس: متینه فتحعلی

رئوس مطالب

<p>مقدمه ای بر بازاریابی بین المللی</p> <ul style="list-style-type: none">• بازاریابی• بازاریابی بین المللی• سطوح مختلف بازاریابی بین المللی• ارتباط بازاریابی بین المللی با سایر رشته ها• محیط بازاریابی بین المللی (محیط اقتصادی)• تجارت بین المللی• نظریه های تجارت بین المللی• سیاست تجاری• سازمان های تسهیل کننده فعالیت های تجاری• گروه بندی بازارهای بین المللی• رشد گروه بندی رسمی بازارهای بین المللی• عمده ترین ائتلاف های بین المللی• سیستم مالی بین المللی• اندازه بازار• سایر جنبه های اقتصادی تاثیر گذار بر اندازه بازار <p>جهانی شدن و اقتصاد ایران</p> <ul style="list-style-type: none">• شاخص های اصلی جهانی شدن• وضعیت گذشته و موجود ایران• چالش ها و فرصت ها
--

محیط فرهنگی در بازاریابی بین المللی

- فرهنگ
- اجزاء فرهنگ
- فرهنگ مادی
- زبان
- زیبایی شناسی
- تعلیم و تربیت
- دین
- گرایش ها و ارزش ها
- نهاد اجتماعی
- محیط سیاسی-حقوقی
- محیط سیاسی
- نیروهای سیاسی کشور میزبان
- نیروهای سیاسی کشور خودی
- تغییر ناگهانی در جو سیاسی
- ارزیابی ریسک سیاسی
- استراتژی های کاهش ریسک
- محیط حقوقی
- قوانین خارجی و بازاریابی خارجی
- حل اختلافات تجاری بین المللی
- راهبرهای ورود به بازارهای خارجی
- معیارهای تصمیم گیری جهت انتخاب استراتژی ورود
- صادرات
- تولید در کشور خارجی به عنوان استراتژی ورود به بازار خارجی
- مالکیت کامل یک شرکت تولیدی در خارج
- فروش خدمات
- راهبردمحصول، قیمت گذاری، ارتباطات و تبلیغات و توزیع در بازارهای بین المللی
- محصول و سه سطح مختلف آن
- منحنی عمر کالا در تجارت بین المللی
- استراتژی های طراحی و ساخت
- استراتژی های قیمت گذاری
- استراتژی های تبلیغات بین المللی
- واسطه های بین المللی

نحوه ارزشیابی دانشجو در طی دوره: امتحان میان ترم، حضور و فعالیت کلاسی و امتحان پایان ترم