



## طرح درس بازاریابی بین المللی

گروه: مدیریت بازرگانی	دانشکده: مدیریت و اقتصاد
مقطع: کارشناسی ارشد	رشته / گرایش: مدیریت کسب و کار- گرایش بازاریابی
تعداد واحد: ۲	نام درس: بازاریابی بین المللی و صادرات
پیش نیاز: ندارد	نوع درس: تفصیly
مرتبه علمی مدرس: استاد تمام	سال تحصیلی و نیمسال تحصیلی: ۱۴۰۲-۱۴۰۱، نیمسال دوم
	نام مدرس: دکتر اسدا... کرد نایب

### شرح درس:

.....

.....

.....

.....

### اهداف درس :

- ۱- ایجاد توان تجزیه و تحلیل و بررسی آموخته های دانشجویان در گرایش بازاریابی بین الملل
- ۲- ایجاد توانایی در دانشجویان در کاربرد الگو های و نظریات بازاریابی و ارائه راه حل برای مشکلات بازاریابی در سازمان ها و شرکتهای
- ۳- افزایش توان تجزیه و تحلیل مسایل و مشکلات خاص بازاریابی با تاکید خاص بر مشکلات بین المللی

### فعالیت های یادگیری دانشجویان:

از دانشجویان انتظار می رود:

..... \*

..... \*

..... \*

..... \*

## رئوس مطالب و برنامه ارائه در کلاس :

سرفصل مطالب مورد بحث	تاریخ
دامنه و چالش بازاریابی بین المللی ( The Scope and Challenge of International Marketing, Ch. 1 )	هفته اول
محیط پویای تجارت بین المللی ( The Dynamic Environment of International Trade, Ch. 2 )	هفته دوم
تاریخ و جغرافیا: زیربنای فرهنگ ( History and Geography: The Foundations of Culture, Ch. 3 )	هفته سوم
پویایی های فرهنگی در ارزیابی بازارهای جهانی ( The Cultural Dynamics in Assessing Global Markets, Ch. 4 )	هفته چهارم
فرهنگ، سبک مدیریت و سیستم های کسب و کار ( Culture, Management Style, and Business Systems, Ch. 5 )	هفته پنجم
محیط سیاسی: یک موضوع کلیدی ( The Political Environment: A Critical Concern, Ch. 6 )	هفته ششم
محیط قانونی بین المللی ( The International Legal Environment: Playing By The Rules, Ch. 7 )	هفته هفتم
مدیریت بازاریابی جهانی - برنامه ریزی و سازمان ( Global Marketing Management: Planning and Organization, Ch. 12 )	هفته هشتم
بخش اول - کالاها و خدمات برای مشتریان ( Products and Services for Consumers, Ch. 13 )	هفته نهم
بخش دوم - کالاها و خدمات برای کسب و کارها ( Products and Services for Consumers, Ch. 14 )	
قیمت گذاری برای بازارهای بین المللی ( Pricing For International Markets, Ch. 18 )	هفته دهم و یازدهم
تجزیه و تحلیل صنایع در سطح جهانی	هفته دوازدهم
تجزیه و تحلیل صنایع در سطح جهانی	هفته سیزدهم
تجزیه و تحلیل صنایع در سطح جهانی	هفته چهاردهم

### روش ارزشیابی:

- حضور و مشارکت فعال در کلاس
  - ارائه یک نمونه عملی از تجزیه و تحلیل صنایع در بازارهای بین المللی
  - آزمون پایان ترم
- ۱۰ نمره  
۳۰ نمره  
۶۰ نمره

### References:

- Cateora, Philip R., Graham, John L., Gilly, Mary C. and Money, R. Bruce (2024). International Marketing, New York: McGraw-Hill Education.
- Datamonitor, (2019-2024), Global Industry Profile