

Republic of Yemen



الجمهورية اليمنية

جامعة الأندلس للعلوم والتقنية

مواصفات مقرر: التسويق الدولي

صنعا 2016

الصفحة 1 من 10

كلية: العلوم الادائية	توصيف مقرر: التسويق الدولي	قسم: التسويق
-----------------------	----------------------------	--------------

أولاً: المعلومات العامة عن المقرر:					
1.	اسم المقرر:	التسويق الدولي			
2.	رمز المقرر ورقمه:				
3.	الساعات المعتمدة:	محاضرة	سمنار	عملي	تدريب
		3			
		3			الإجمالي
					3
4.	المستوى والفصل الدراسي:	الرابع – الفصل الاول			
5.	المتطلبات السابقة لدراسة المقرر(إن وجدت):				
6.	المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر(إن وجدت):	مبادئ التسويق			
7.	البرنامج/التي يتم فيها تدريس المقرر:	برنامج ادارة التسويق			
8.	لغة تدريس المقرر:	اللغة العربية			
9.	نظام الدراسة:	التعليم عن بعد			
10.	أسلوب الدراسة في البرنامج:				
11.	مكان تدريس المقرر:	الحرم الجامعي			
12.	اسم معد مواصفات المقرر:	د. جبر عبد القوي السنباني			
13.	تاريخ اعتماد مجلس الجامعة:	2016م			

ثانياً: وصف المقرر:
يركز هذا المقرر على أهم القضايا المتعلقة بإدارة التسويق الدولي بما فيها القرارات التي يتخذها المديرون الدوليون عند تحديدهم سياسات التخطيط التسويقي، والمزيج التسويقي، والتنظيم والرقابة على العمليات التسويقية الدولية في بيئة أعمال عالمية تتميز بالتغيير المستمر والتعقيد.
ثالثاً: مخرجات التعلم:
يتوقع من الطالب عند اكمال المقرر بنجاح ان يكون قادرا على ان:
A المعرفة والفهم
1- ان يتعرف الطالب على مفهوم التسويق الدولي، وتأثير البيئة الدولية على قرارات الشركات بالتوسع في الأسواق الدولية.
2- ان يتعرف الطالب على الاستراتيجيات المستخدمة من قبل الشركات في تقييم الأسواق الدولية واختيار الأسواق التي سيتم الدخول إليها.
3- ان يتعرف الطالب على السياسات التي تتبعها الشركات في الدخول إلى الأسواق الدولية
B المهارات الذهنية
1- ان يكون الطالب قادرا على تحليل البيئة التسويقية محليا و دوليا

- ٢- ان يكون الطالب قادرا على اتخاذ القرارات الخاصة بالتوسع التسويقي الدولي
3- ان يكون الطالب قادرا على تطوير خطط التسويق الدولي

المهارات العملية المهنية

1. القدرة على ممارسة التسويق الدولي في الشركات والمؤسسات
2. القدرة على جمع البيانات والمعلومات عن السوق الدولية والتي تهدف الى صنع القرار الانسب
3. الاهتمام بالتعرف على احتياجات العملاء ومواجهة المشكلات الادارية

D المهارات العامة

1. التواصل الشفهي والكتابي بشكل فعّال مع البيئة المحيطة.
2. التصرف بشكل أخلاقي والالتزام بالقيم الأخلاقية العالية على النطاق الشخصي والاجتماعي.
3. العمل في مجموعة بشكل فعال وممارسة القيادة عند الحاجة.

رابعاً: مواعنة مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقويم

أولاً: مواعنة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
١- ان يتعرف الطالب على مفهوم التسويق الدولي، وتأثير البيئة الدولية على قرارات الشركات بالتوسع في الأسواق الدولية. ٢- ان يتعرف الطالب على الاستراتيجيات المستخدمة من قبل الشركات في تقييم الأسواق الدولية واختيار الأسواق التي سيتم الدخول إليها. ٣- ان يتعرف الطالب على السياسات التي تتبعها الشركات في الدخول إلى الأسواق الدولية	-المحاضرة الدراسية. تقديم المحاضرات عن طريق الشرح من خلال عرض على برنامج بوربوينت، مع تقديم أمثلة مباشرة من السوق -الحوار العلمي. -التعلم الذاتي	اختبارات نظرية. مشاركة. واجبات/ حالات عملي مشاريع تطبيقية.

خامساً: مواعنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقويم:

مخرجات المقرر / المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقويم
١- ان يكون الطالب قادرا على تحليل البيئة التسويقية محليا و دوليا ٢- ان يفرق الطالب بين السوق الدولي والسوق المحلي ٣- ان يكون الطالب قادرا على تطوير خطط التسويق الدولي	١-المحاضرة التقليدية ٢-الوسائط الإلكترونية ، الانترنت. ٣-الحوار المتبادل. ٤-المواقف الحوارية.	١-التقويم المستمر من خلال اللقاءات العلمية وغيرها من الأنشطة. ٢-الاختبارات التحريرية والشفهية. ٣-المواقف العملية (توظيف ما حصله الطالب في المناقشات الكلامية ، والكتابية

سادساً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
<p>1. القدرة على ممارسة التسويق الدولي في الشركات والمؤسسات</p> <p>2. القدرة على جمع البيانات والمعلومات عن السوق الدولية والتي تهدف الى صنع القرار الاتسب</p> <p>3. الاهتمام بالتعرف على احتياجات العملاء ومواجهة المشكلات الادارية</p>	<p>1-المحاضرة التقليدية</p> <p>2-الوسائط الإلكترونية ، الانترنت .</p> <p>3-الحوار المتبادل .</p> <p>4-المواقف الحوارية.</p>	<p>1-التقويم المستمر من خلال اللقاءات العلمية وغيرها من الأنشطة .</p> <p>2-الاختبارات التحريرية والشفهية .</p> <p>3-المواقف العملية (توظيف ما حصله الطالب في المناقشات الكلامية ، والكتابية</p> <p>4-التقويم الذاتي من قبل الطالب (استبانات).</p>
سابعاً: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقييم:		
مخرجات المقرر/ العامة	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
<p>1. التواصل الشفهي والكتابي بشكلٍ فعّال مع البيئة المحيطة.</p> <p>2. التصرف بشكل أخلاقي والالتزام بالقيم الأخلاقية العالية على النطاق الشخصي والاجتماعي.</p> <p>3. العمل في مجموعة بشكل فعال وممارسة القيادة عند الحاجة.</p>	<p>1-المحاضرة التقليدية</p> <p>2-الوسائط الإلكترونية ، الانترنت .</p> <p>3-الحوار المتبادل .</p> <p>4-المواقف الحوارية.</p>	<p>1-التقويم المستمر من خلال اللقاءات العلمية وغيرها من الأنشطة .</p> <p>2-الاختبارات التحريرية والشفهية .</p> <p>3-المواقف العملية (توظيف ما حصله الطالب في المناقشات الكلامية ، والكتابية</p> <p>4-التقويم الذاتي من قبل الطالب (استبانات).</p>

ثامناً: موضوعات المقرر الرئيسية والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.

الرقم	المواضيع	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية	المخرجات
1	ماهية التسويق الدولي نظريات سلوك التسويق الدولي	1	3	A1,A2A3.,B1 ,B2.B3C1.C2. C3D1.D2.
2	نظريات سلوك التسويق الدولي تقييم البيئة التسويقية الدولية	1	3	A1,A2.,B1,B 2.B3C1.C2. .C3D1.D2
3	بحوث التسويق ونظام المعلومات الدولية استراتيجية تقييم واختيار الاسواق الدولية	1	3	A1,A2A3.,B 1,B2.B3 C1.C2.C3D
4	سياسات المنتجات الدولية سياسات التسعير الدولية	1	3	A1,A2A3.,B 1,B2.B3C1. C2.C3.D1.D .2.D3
	سياسات الترويج الدولية سياسات التوزيع الدولية اجراءات التبادل في التجارة الدولية	1	3	A1,A2A3.,B 1,B2.B3C1. C2.C3.D1.D .2.D3

إجمالي الأسابيع والساعات	5	15
--------------------------	---	----

تاسعا: استراتيجيات التدريس:	
محاضرات.	
تطبيق عملي في المعمل.	
واجبات منزلية	
مناقشة جماعية	
تكاليف جماعية	

I. التقييمات والتكاليف:

الرقم	التكليف/النشاط	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
1	حل تدريبات وحدات المرجع الرئيسي	جميع المخرجات	نهاية كل وحدة موضوعية	10 درجات بنسبة 10%

عاشرا: تقويم التعلم:

الرقم	أنشطة التقويم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	التكاليف	جميع الأسابيع	10	10%	جميع المخرجات
2	الأنشطة	جميع الأسابيع	10	10%	جميع المخرجات
3	الاختبار النصفى	الأسبوع 3	20	20%	جميع المخرجات
4	الاختبار النهائي	الأسبوع الأخير	60	60%	جميع المخرجات
	المجموع		100	100%	

الحادي عشر: مصادر التعلم:

المرجع الرئيس	
١-الضمور، هاني حامد، التسويق الدولي، ٢٠١٠، الطبعة الخامسة، دار وائل للنشر و التوزيع المراجع المساعدة	
المراجع المساعدة	
مواد إلكترونية وإنترنت: (إن وجدت)	
1- المجالات والدوريات والمواقع الإلكترونية.	

الثاني عشر: الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:
الحضور والغياب: تحدد لها لائحة شؤون الطلاب
الحضور المتأخر: يمنع الطالب من دخول المحاضرة إذا تكرر حضوره المتأخر أكثر من مرة.
ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في اللائحة.
التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكاليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.
الغش: يحرم من مقرر الغش ومادة قبل ومادة بعد.
الانتحال: يفصل سنه من الدراسة.
سياسات أخرى: تحدد لها لائحة شؤون الطلاب

خطة مقرر: التسويق الدولي

I. معلومات عن مدرس المقرر:التسويق الدولي						
الاسم				الساعات المكتبية (3 /أسبوعيا)		د. جبر عبد القوي السنباني
المكان ورقم الهاتف				السبت	الأحد	الاثنين
البريد الإلكتروني				الثلاثاء	الأربعاء	الخميس

II. معلومات عامة عن المقرر:				
1.	اسم المقرر:	التسويق الدولي		
2.	رمز المقرر ورقمه:			
3.	الساعات المعتمدة للمقرر:	المجموع	الساعات	
			نظري	عملي
		3		
4.	المستوى والفصل الدراسي:	المستوى الرابع الفصل الثاني		
5.	المتطلبات السابقة لدراسة المقرر(إن وجدت):	لا يوجد		
6.	المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر(إن وجدت):	بكالوريوس تسويق		
7.	البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر:	قاعات قسم التسويق		
8.	لغة تدريس المقرر:	د. جبر عبد القوي السنباني		
9.	مكان تدريس المقرر:			

ثانيا: وصف المقرر:
يركز هذا المقرر على أهم القضايا المتعلقة بإدارة التسويق الدولي بما فيها القرارات التي يتخذها المديرون الدوليون عند تحديدهم سياسات التخطيط التسويقي، والمزيج التسويقي، والتنظيم والرقابة على العمليات التسويقية الدولية في بيئة أعمال عالمية تتميز بالتغيير المستمر والتعقيد.
اهداف المقرر
يركز هذا المقرر على أهم القضايا المتعلقة بإدارة التسويق الدولي بما فيها القرارات التي يتخذها المديرون الدوليون عند تحديدهم سياسات التخطيط التسويقي، والمزيج التسويقي، والتنظيم والرقابة على العمليات التسويقية الدولية في بيئة أعمال عالمية تتميز بالتغيير المستمر والتعقيد.
يهدف المقرر إلى :
<ul style="list-style-type: none"> التعرف على العوامل البيئية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والتنافسية والتكنولوجية والقانونية المؤثرة على نشاطات التسويق الدولي واختلافها عن التسويق المحلي. القدرة على تحديد وتحليل الفرص التسويقية بالأسواق الخارجية. تحديد وتقييم المفاهيم الهامة المتعلقة باستراتيجيات وخطط التسويق الدولي. القدرة على استخدام هذه المفاهيم في تحليل المنشأة وتطوير الاستراتيجية التسويقية للأسواق الدولية.

ثامناً: موضوعات المقرر الرئيسية والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.

المخرجات	الساعات الفعلية	عدد الأسابيع	المواضيع	الرقم
A1,A2A3.,B1 ,B2.B3C1.C2. C3D1.D2.	3	1	ماهية التسويق الدولي نظريات سلوك التسويق الدولي	1
A1,A2.,B1,B 2.B3C1.C2. .C3D1.D2	3	1	نظريات سلوك التسويق الدولي تقييم البيئة التسويقية الدولية	2
A1,A2A3.,B 1,B2.B3 C1.C2.C3D	3	1	بحوث التسويق ونظام المعلومات الدولية استراتيجية تقييم واختيار الاسواق الدولية	3
A1,A2A3.,B 1,B2.B3C1. C2.C3.D1.D .2.D3	3	1	سياسات المنتجات الدولية سياسات التسعير الدولية	4
A1,A2A3.,B 1,B2.B3C1. C2.C3.D1.D .2.D3	3	1	سياسات الترويج الدولية سياسات التوزيع الدولية اجراءات التبادل في التجارة الدولية	

الجانب العملي:			
كتابة تجارب (مواضيع / مهام) النشاط العملي			
الرقم	المهام / التجارب العملية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية
1	لا يوجد		
2			
3			
4			
5			
إجمالي الأسابيع والساعات			
إجمالي الأسابيع والساعات		5	15

III. استراتيجية التدريس

المحاضرة، حل المشكلات، المجموعات، المناقشة، التدريبات، التطبيق العملي، الأبحاث والمشاريع، مناقشة جماعية، تكاليف فردية وجماعية

IV. التكاليفات / المهام:

الرقم	التكليف/النشاط	الأسبوع	الدرجة (إن وجدت)
1	حل تدريبات وحدات المرجع الرئيسي	نهاية كل وحدة موضوعية	10 درجات بنسبة 10%

V. تقويم التعلم:

الرقم	موضوعات التقويم	موعد التقويم/ اليوم والتاريخ	الدرجة	الوزن النسبي
1.	جميع الوحدات	نهاية كل وحدة	10	10%
2.	جميع الوحدات	جميع الأسابيع	10	10%
	الوحدات التي تم تدريسها	الاختبار النصفى	20	20%
3	جميع الوحدات	في الامتحانات	60	60%
	المجموع			

VI. مصادر التعلم:

1. <u>المراجع الرئيسية:</u> 1-الضمور، هاني حامد، التسويق الدولي، ٢٠١٠، الطبعة الخامسة، دار وائل للنشر و التوزيع المراجع المساعدة
2. المراجع المساعدة:
3. مواد إلكترونية وإنترنت المجلات العملية والدوريات والمواقع الإلكترونية

تاسعا: الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.

بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:

الحضور والغياب: تحدها لائحة شؤون الطلاب

الحضور المتأخر: يمنع الطالب من دخول المحاضرة إذا تكرر حضوره المتأخر أكثر من مرة.

ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في اللائحة.
التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكاليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.
الغش: يحرم من مقرر الغش ومادة قبل ومادة بعد.
الانتحال: يفصل سنه من الدراسة.
سياسات أخرى: تحدد لائحة شؤون الطلاب