

## باسمه تعالی

عنوان درس : مدیریت بازاریابی جهانی

مقطع : کارشناسی ارشد

تعداد واحد درس : ۲ واحد

رشته : مدیریت ورزشی

مدرس : سعید مسعودی پور

### هدف اصلی و نهایی این درس :

- آشنایی با مفهوم بازاریابی ، سیر تطور، مدل ها و ابزارهای اصلی و پرکاربرد در آن
- آشنایی با بازاریابی بین المللی و اهمیت و جایگاه آن
- آشنایی با محیط بازاریابی بین المللی و تحلیل روابط آن
- آشنایی با تکنیک ها و روش های ورود در بازارهای بین المللی

### منابع اصلی درس :

- مدیریت بازاریابی بین المللی - اسماعیل پور-نگاه دانش
- بازاریابی بین المللی - ترجمه نیکومرام- عبدالوند دانشگاه آزاد اسلامی
- بازاریابی بین المللی - محمدعلی بابایی زکلیکی - انتشارات سمت
- مقالات نمایه شده در نورمگز و [sid.ir](http://sid.ir)

### نحوه ارزشیابی :

امتحان پایان ترم : ۱۲ نمره

امتحان میان ترم : ۸ نمره

ارائه و مشارکت کلاسی : ۲ نمره

جلسه	سرفصل
۱	چیستی بازاریابی و مفاهیم پایه (۱)
۲	چیستی بازاریابی و مفاهیم پایه (۲)
۳	سطوح مختلف بازاریابی بین المللی
۴	محیط اقتصادی در بازاریابی بین المللی
۵	گروه بازارها در بازاریابی بین المللی
۶	سازمان ها و پیمان های فعال در عرصه جهانی و تجارت بین المللی
۷	محیط فرهنگی در بازاریابی بین المللی
۸	محیط سیاسی در بازاریابی بین المللی
۹	استراتژی های ورود به بازارهای خارجی (۱)
۱۰	استراتژی های ورود به بازارهای خارجی (۲)
۱۱	استراتژی های ورود به بازارهای خارجی (۳)
۱۲	تحقیقات بازاریابی در بازاریابی بین الملل (۱)
۱۳	تحقیقات بازاریابی در بازاریابی بین الملل (۲)
۱۴	بررسی راهکارهای موفقیت ایران در بازاریابی بین الملل
۱۵	ارائه کلاسی دانشجویان
۱۶	ارائه کلاسی دانشجویان