

التصحيح النموذجي لامتحان مادة التسويق الدولي

السؤال الأول: اشرح استراتيجيات التسعير الدولي مع الأمثلة التوضيحية 15 ن

- استراتيجية التغلغل إلى السوق: تعيين سعر للمنتج يتناسب مع أكبر قدر من المستهلكين، وفي نفس الوقت يغطي التكاليف الإجمالية للمنتج، ويكون الهدف من هذه الاستراتيجية تحقيق الانتشار لمنتج المؤسسة في السوق الدولية، والحصول على أكبر حصة سوقية في المراحل الأولى لتقديم المنتج للسوق؛ 2....

- مثال: مؤسسة رامى اتبعت هذه الاستراتيجية لتسويق منتجها "عصير رامى" لتقضي على المنافس الذي كان يستحوذ على السوق وهو "عصير بنش"، الذي كان يباع بـ 50 دج، وقد دخل عصير رامى إلى السوق بـ 60 دج لكن بجود عالية. 3...

- استراتيجية التمييز السعري بين الأسواق: إذا لجأت المؤسسة إلى عرض منتجها بأسعار مختلفة في الأسواق الخارجية، فإنه يجب أن تدعم التمييز في الأسعار بتميز في خصائص المنتج وذلك لتجنب تسرب المنتج من السوق رخيصة السعر إلى السوق عالية السعر؛ 2....

- مثال: المنتجات الصينية الموجهة إلى أوروبا تكون مرتفعة السعر لكن بجودة عالية، عكس المنتجات الصينية الموجهة إلى الدول الفقيرة، حيث تكون رخيصة وذات جود رديئة. 3...

- استراتيجية فترة الاسترداد السريعة: تسعى المؤسسة إلى استرداد رأسمالها المستثمر في الدول الأجنبية في أسرع وقت ممكن، مما يدفعها إلى تحديد سعر منتجها بحيث يحقق معدلات عائد تساهم في سرعة استرجاع أموال المؤسسة خلال المدة أو الفترة المخططة لذلك. 2....

- مثال: غالبا تستخدمها المؤسسات التي اقترضت من أجل استثماراتها، وبالتالي فهي تحاول تقليل

التكاليف المترتبة على فوائد هذه القروض. ...3

السؤال الثاني: اذكر مبادئ التسويق الدولي 2.5

1. التخصص وتقسيم العمل	2. توازن ميزان المدفوعات
3. توازن المزيج التسويقي	4. الميزة التنافسية للمنتج
5. القوة الشرائية في الدولة المستوردة	

السؤال الثالث: ماهي استراتيجيات المنتج وفق kotler: 2.5

1. استراتيجية الامتداد المباشر	2. استراتيجية التكيف المزوج
3. استراتيجية تكيف الاتصالات	4. استراتيجية ابتكار المنتج
5. استراتيجية تكيف المنتج	

دا حلال السعيد