



جامعة الزيتونة الأردنية
Al-Zaytoonah University of Jordan
كلية الأعمال
Faculty of Business



"عراقة وجودة"
"Tradition and Quality"

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

الكلية	الأعمال	القسم	التسويق
اسم المادة الدراسية	التسويق الدولي بالإنجليزي	رقم المادة	0504325
الساعات المعتمدة	3 ساعات	المتطلب السابق/المتزامن للمادة	مبادئ التسويق بالإنجليزي

الوصف المختصر للمادة:

This course examines the impact of economic, cultural, political, legal and other environment influences on international marketing. It identifies and analyzes worldwide marketing opportunities and examines product, pricing, distribution and promotion strategies.

أهداف ومخرجات التعلم للمادة الدراسية	
الهدف الاول	Make student to understand global environment elements (macro and micro).
مخرجات التعلم للهدف الاول	1.1 The student has the ability to possess knowledge and understanding in different marketing fields 1.2 Enabling students to learn and understand the principles and values of ethical, organizational and social responsibilities for marketing
الهدف الثاني	Develop student abilities to identify and evaluate marketing opportunities abroad.
مخرجات التعلم للهدف الثاني	2.1 The student has the ability to use information technology to achieve the desired goals 2.2 The student has the ability to apply knowledge and skills in various marketing functions efficiently
الهدف الثالث	Develop student abilities to identify market entry strategies.
مخرجات التعلم للهدف الثالث	3.1 Enabling students to learn and understand the principles and values of ethical, organizational and social responsibilities for marketing 3.2 The student has the ability to apply knowledge and skills in various marketing functions efficiently
الهدف الرابع	Make student able to understand and to identify market entry research.
مخرجات التعلم للهدف الرابع	4.1 The student has the ability to apply critical thinking skills and problem solving using quantitative and / or qualitative analysis techniques 4.2 Provide the student with the abilities and skills of teamwork



جامعة الزيتونة الأردنية
Al-Zaytoonah University of Jordan
كلية الأعمال
Faculty of Business



"عراقة وجودة"
"Tradition and Quality"

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية - إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

1-keegan, W. and Green, M. (2011) Global Marketing. 7 th Edition. Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall	الكتاب المعتمد:
1-International And Global Concepts And Cases (Irwin / McGraw Hill) 2 nd Edition (By Meloan And Graham)	المراجع العلمية:

التوزيع الزمني				
ملاحظات	الصفحات في الكتاب المعتمد	الموضوعات	عدد الساعات	الاسبوع
	Ch 1- 26-51	The concept of global marketing Importance of global marketing	3	01
	Ch 1-26-51	Globalization and global industries	3	02
	Ch 1-26-51	Management orientations	3	03
	Ch 1-26-51	environment elements (macro and micro)	3	04
	Ch2- 58-84	World economic trend Economic system in the world	3	05
	Ch3- 90-120	Regional market preferential agreements Transportation and communication improvement	3	06
	Ch4- 124-145	Social and culture environment	3	07
	Ch4- 124-145	Cultural typology The self reference criterion	3	08
	Ch5- 150-180	Sovereignty Political risk	3	09
	Ch5- 150-180	Common law, code law, and Islamic law	3	10
	Ch6- 184-210	International market research concept and stage International market research in development countries	3	11
	Ch6- 184-210	Source of market information Formal market research	3	12
	Ch7- 216-245	Global segmentation overview Domestic, psychographic and behavior segmentation Global targeting overview Global positioning overview	3	13
	Ch8- 248-274	Import, export and source Export selling, export marketing and tariff system	3	14
	Ch 9- 278-305	Global market entry strategy Licensing, investment and global strategy partnership	3	15
	Ch 10- 308-340	Global marketing mix	3	16



جامعة الزيتونة الأردنية
Al-Zaytoonah University of Jordan
كلية الأعمال
Faculty of Business



"عراقة وجودة"
"Tradition and Quality"

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية - إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

الامتحان الأول = 20% الامتحان الثاني = 20% الامتحان النهائي = 50%	المشاركة = 10% الامتحان الأول = 20% الامتحان الثاني = 20% الامتحان النهائي = 50%	طريقة التقييم للمواد النظرية
---	---	------------------------------

اعتمدت من قبل رئيس القسم	د. نافز نمر علي	تاريخ الاعتماد
--------------------------	-----------------	----------------

معلومات إضافية: (يتم تحديثها في كل فصل دراسي وتعباً من قبل مدرس المادة)

مدرس المادة	Dr. Mahmoud Allan	رقم المكتب	136
الهاتف الداخلي	110	البريد الإلكتروني	@zuj.edu.jo
الساعات المكتبية			