

بسمه تعالی

بازاریابی بین المللی

نیمسال دوم سال تحصیلی 1402-1403

منبع: مدیریت بازاریابی بین المللی، نوشته حسن اسماعیل پور + مباحث اضافه مطرح شده در کلاس

نحوه ارزیابی:

1 نمره	حضور و غیاب
1.5 نمره	مشارکت در مباحث کلاسی
2 نمره	پرسش و پاسخ کلاسی
(0.5 + 2 نمره اضافی)	پاسخ به تمرین های موردی
3 نمره	میان ترم (تستی و تشریحی)
10 نمره	پایان ترم (تستی و تشریحی)
2 نمره	پروژه

توضیحات

- هر دانشجو می تواند تا حداکثر 3 جلسه غیبت داشته باشد. بیشتر از 3 جلسه غیبت، به ازای هر جلسه 0/25 نمره و تا سقف 1 نمره کسر می شود.
- هر جلسه از مباحث جلسه قبلی پرسیده می شود. در بار اول عدم آمادگی دانشجو، اخطار می گیرد و در دفعات بعدی امتیاز منفی لحاظ می شود. برای گرفتن نمره کامل کلاسی، هر دانشجو باید حداقل سه مثبت داشته باشد. هر امتیاز منفی، یک مثبت را از بین می برد.
- طی ترم تمرین هایی به صورت موردی برای پاسخگویی در جلسه بعدی کلاس مطرح می شوند. هر دانشجو به حداقل یک تمرین باید پاسخ درست بدهد و تا سقف 5 تمرین مطرح خواهد شد که تمرین های صحیح بیشتر منجر به کسب نمره اضافه خواهد شد که به بهبود نمره نهایی دانشجو می تواند کمک کند.
- انجام پروژه به صورت گروهی و ارزشیابی به صورت گروهی خواهد بود. برای اعلامی اسامی گروه ها و کشورها و محصول انتخابی با نماینده کلاس هماهنگ شود. اسامی گروه ها و کشورها و محصول انتخابی باید حداکثر تا 22 اسفند مشخص شوند. گروه هایی که دیرتر از این تاریخ اقدام کنند 1 نمره از نمره پروژه را از دست خواهند داد.

موضوع پروژه:

- گروه های دو نفره تشکیل دهید. از جدول زیر، به دلخواه، دو کشور و یک محصول را انتخاب کنید. فرض کنید شرکت شما محصول انتخاب شده را به خوبی در داخل کشور به فروش می‌رساند و جزء رهبران بازار در زمینه ی فروش محصول است. حالا تصمیم گرفته است صادرات محصول خود را به دو کشور انتخابی شروع کند. در مورد فرهنگ این دو کشور، تحقیق کنید تا در صورت نیاز بدانید چه تغییراتی را باید در ویژگی های محصول، بسته‌بندی، تبلیغات، ترفیعات و ... انجام دهید تا فروش محصول، برای بازار کشورهای انتخاب شده، با مشکلی مواجه نشود. در مورد واقعی بودن بازار هم نگران نباشید. فرض کنید تحقیقات بازاریابی، وجود بازار برای محصول شما را در کشور انتخابی، تایید کرده است. تمرکز شما عمدتاً روی پذیرش و مطابقت آمیخته بازاریابی، با فرهنگ بازار انتخاب شده باشد.
- توصیه می شود برای اینکه نتیجه پروژه ی شما جالب باشد، کشورهایی را انتخاب کنید که از لحاظ فرهنگی با هم تفاوت‌های زیادی دارند. جستجو به انگلیسی معمولاً نتایج بهتری را برای شما نمایش می دهد.
- حاصل تحقیق شما باید در قالب یک ارائه 10 تا 15 دقیقه ای در کلاس ارائه شود. (ساختار کلی ارائه: توضیحات خیلی مختصری راجع به هر یک از کشورهای هدف و نکات فرهنگی، اقتصادی، تکنولوژیکی و ... که بر فروش محصول انتخابی تاثیرگذار هستند، همراه با تصمیمات شما راجع به آمیخته بازاریابی در قالب 4P).

توجه:

- گروه های بیشتر از 2 نفر به هیچ وجه مورد قبول نیست.
- ارائه ها از هفته آخر فروردین باید شروع شوند و در هر جلسه حداکثر 2 ارائه می تواند تنظیم شود.

لیست محصولات و کشورها

کشورها	محصولات
فرانسه	یخچال و فریزر
سنگاپور	مواد پاک کننده و شوینده
عراق	آجیل و خشکبار
عربستان سعودی	گوشت و محصولات پروتئینی
کره جنوبی	کلاه
ایتالیا	ظروف غذاخوری
برزیل	نوشیدنی
روسیه	ظروف آشپزی
مالزی	ظروف غذاخوری
آلمان	ماهی، میگو و محصولات دریایی
چین	پوشاک رسمی زنانه
مکزیک	کالای خواب
کانادا	پوشاک و متعلقات نوزاد
انگلیس	اسباب بازی
سوریه	لوازم دکوری منزل
هند	لوازم التحریر
ترکیه	مجسمه های دکوری
مصر	مبلمان
عراق	زیورآلات و جواهرات
استرالیا	کفش رسمی / یا دمپایی و کفش راحتی
آذربایجان	فرش و کف پوش
دانمارک	ادویه و چاشنی ها
هلند	غذاهای نیمه آماده
یکی از کشورهای آفریقایی	میوه های کنسرو شده یا خشک شده

محصول و کشور انتخابی حتما باید از همین لیست باشد.