

الاجابة النموذجية لامتحان التسويق دولي

السنة III : تسويق

(I) - التعريف: هي استراتيجية تعتمد الشركة دون أن يكون لها مؤسسة تسويقية أو إنتاجية في الخارج ، غالباً ما تكون السلعة المصدرة هي نفسها المسوقة محلياً ، والقائدة من هذه الاستراتيجية سهولة تطبيقها وقلة مخاطرها.

- الترخيص : أنه إتفاق يسمح لمؤسسة شركة أجنبية أن تستخدم حقوق الملكية والاسم والعلامة التجارية وحقوق الطبع والنشر والمعرفة الفنية والمهارات . وفي الأساس فإن المرخص يسمح للشركة الأجنبية بتصنيع سلعة لقرن بيعها في أسواق المرخص له .

(II) أهم مميزات مرحلة الترخيص : خلال هذه المرحلة تزداد مبيعات السلعة ولكن بمعدلات أقل من المعدلات السابقة ، وأن المنافسة الشديدة تؤدي إلى تخفيض الأسعار ، وتزداد تقنيات التسويق وتبدأ قرار شراء المستهلك في

هذه المرحلة : - إيرادات تعديلات على المنتجات
- انخفاض عدد المنافسين وبالتالي بقاء المؤسسات الكبيرة التي تتكيف جزئياً بتنافسية

(III) سعر الاقتراف : هو سعر السلع التي يرغب المنتج بإتمامها في السوق المحدد بسعر أقل من سعر المنافس ويسمح هذا السعر بحذف الخسائر على السلعة المعنية .