

الإجابة النموذجية هي :

المستوى الدولي سنة III

① تكون الفعّات التسويقية في مرحلة تقديم المنتج

عالية ، كثافة الحملات الاعلانية.

② هدف الترويج هو الاتصال بالمشتريين والقائمين في

قراراتهم والترويج الفعال يتطلب فهما لعملية الإقناع
أما المشتري المستهدف فيجب أن لا يتعامل المعلومة
المرسلة إليه وإنما أن يفهمها

③ السعر حسب أجزاء السوق : إن السوق موزعاً إلى أقسام

بحسب أن بعض الناس راغبين في دفع أي سعر لمجرد اقتناء
السلعة التي ترضي عليهم الأبهة prestige في حين نجد
الأخرين حساسين اتجاه النوعية والفئة الثالثة تبحث عن
أقل سعر

④ إستراتيجيات الدخول إلى الأسواق الدولية : التقدير

الترفيه ، الاستثمار المشترك ، التصنيع في الخارج ، عمليات
التجميع ، التحالف الاستراتيجي ،

* عقود الإدارة : يحصل هذا النوع من الاستراتيجيات للمشاريع
في الدول التي تنقصها الخبرة الفنية والإدارية .

⑤ الطلب المحلي = الانتاج + الواردات - الصادرات

$$[162] = 25 - 30 + 157$$