



Web site: [www.pouyandegan.co](http://www.pouyandegan.co)

Tel/fax: 02177848874

web site: [ww.pouyandegan.co](http://ww.pouyandegan.co)  
tel/fax: 02177848874



کد فایل: IM1001

# بازاریابی بین المللی

web site: [ww.pouyandegan.co](http://ww.pouyandegan.co)  
tel/fax: 02177848874



کاربر گرامی وقت بخیر،

ضمن تشکر از بذل توجه و حسن انتخاب شما، در صورت تمایل می توانید از طریق تکمیل فرم درخواست شرکت در آزمون آنلاین و صدور گواهی نامه در سایت کلینیک پویندگان در آزمون آنلاین آکادمی پویندگان شرکت نموده و گواهی فارسی و لاتین از این آکادمی دریافت نمایید.

web site: [ww.pouyandegan.co](http://ww.pouyandegan.co)  
tel/fax: 02177848874



# فصل اول

## کلیات بازاریابی بین‌المللی

## هدف بازاریابی

هدف بازاریابی ، فروش فراوان است. هدف، شناختن و درک مشتری به نحوی است که کالا یا خدمت ارابه شده دقیقاً متناسب باشد، به طریقی که کالا یا خدمات با نیازهای او منطبق گردد و کالاهای خود را به فروش رساند

## تعریف بازاریابی

عبارت است از مجموعه‌ای از فعالیت‌های انسانی و اقتصادی هدایت شده در جهت ارضای نیازها و خواسته‌های افراد جامعه

## تعریف بازریابی بین‌المللی

عبارت است از بازاریابی کالا و خدمات در بیش از یک کشور که شامل صدور کالا از کشوری به کشور دیگر می‌باشد.

با استفاده از اصول علمی به چه سولاتی می توان پاسخ داد؟

چگونه می توان تولیدات یا خدمات مناسب بازاریابی  
بین المللی را شناخت؟

چه نوع قضاوتی لازم است یا لازم خواهد بود؟

چه رفتاری از طریق رقبای جهانی انتظار می رود؟

گزینه های استراتژیک جهانی کدامند؟



## اهمیت تجارت جهانی

کشورهایی که هرگز نمی‌توانستند نقش اصلی در تجارت جهانی داشته باشند ناگهان به قطب اقتصادی تبدیل شده‌اند، بدین ترتیب، افراد و شرکت‌ها دریافته‌اند که حیطة رقابت آن‌ها بازار داخلی نبوده بلکه بازار جهانی هستند.

تجارت جهانی، امروزه یک مجموعه به هم پیوسته  
جهانی از بازارها، تکنولوژی و شرایط زندگی استاندارد  
که در گذشته ناشناخته بوده‌اند، می‌باشد.

# تفاوت‌های بازارهای داخلی و بین‌المللی

تکنیک‌های بازاریابی

تفاوت‌های محیطی

محدودیت‌ها و مقرارت دولتی

میزان درآمدهای جوامع

تفاوت‌های فرهنگی

تکنیک تخصصی و فوق تخصصی مدیریت و حسابداری

پویان‌دگان



# بازاریابی تطبیقی

اساس مطالعه بازاریابی تطبیقی، پیرامون تشابهات و تفاوت‌های موجود بین بازاریابی کشورهای مختلف دور می‌زند. در بازاریابی تطبیقی، تلاش بر آن است که تفاوت‌ها و تشابهات موجود

در کشورهای مختلف در خصوص تقاضای مردم و بازار محصولات شناسایی، مطالعه، تجزیه تحلیل شده، مورد تفسیر قرار گیرد و سپس طبقه‌بندی شوند.

در بازاریابی تطبیقی، مدیر بازاریاب در می‌یابد که معیارهای بازاریابی در کشور کانادا بیشتر به بازار آمریکا شباهت دارد تا به بازار مالزی یا سنگاپور و یا این که تشابهات بازار مالزی و اندونزی با یکدیگر بیش از تشابه به هر یک از این کشورها با بازار استرالیا است.

## بازاریابی بین‌المللی و سطوح آن

بازاریابی بین‌المللی با سطح رقابت ارتباط نزدیکی دارد، هر چه در سطوح رقابت به رقابت بین شرکتها و سازمان‌های بین‌المللی نزدیکتر شویم اهمیت بازاریابی بین‌المللی بیشتر می‌شود.

# سطوح طبقه‌بندی رقابت تجاری

رقابت در سطح یک شرکت

رقابت در سطح صنعت

رقابت در سطح ناحیه

رقابت در سطح کشور



# سطوح طبقه‌بندی رقابت تجاری

سطوح کلی تجارت در سطح بین‌الملل  
رقابت در سطح بخشهای استراتژیک شرکت  
رقابت در سطح مهارت‌های فردی