

۱. بازاریابی بین الملل زیر مجموعه چه علمی است؟

بازاریابی بین المللی عبارت است از شناخت نیازهای مردم سراسر جهان و بازاریابی کالا و خدمات از یک کشور به کشوری دیگر. تفاوت اصلی بین بازاریابی داخلی و بازاریابی بین المللی این است که بازاریابی بین المللی استفاده از اصول بازاریابی برای بیش از یک کشور است.

۲. بازارهای داخلی و بین المللی چرا مهم اند؟

تکنیک های بازاریابی، تفاوت های محیطی، محدودیت ها و مقرارت دولتی، میزان درآمدهای جوامع، تفاوت های فرهنگی

۳. منظور از تقسیم بازار در نظری های ساختاری مدیریت یعنی چه؟

ر این است که بازاری وسیع را با روشی به بخش های کوچکتر تقسیم کنیم که در هر کدام از آنها یکنواختی بیشتری از نظر عرضه و تقاضا وجود داشته باشد.

۴. چرا باید از عوامل متلف در تقسیم بازار استفاده کرد؟

برای سهولت کار از عوامل جغرافیایی، جمعیتی یا دموگرافیک، روانی، رفتاری، بازاریابی و اقتصادی باید بهره برد.

۵. کدام روش بازاریابی بین المللی مهم است؟

منابع اقتصادی، تکنولوژی و سطح زندگی افراد یک کشور، بستگی نسبی به اقتصاد کشورهای دیگر دارد که به وسیله جریان پیچیده ای از کالاها، خدمات، سرمایه و تکنولوژی، به هم مربوط می شوند. کشورها از طریق مبادلات بین المللی، سطح تولید خود را بالا برده و سود بیشتری کسب می کنند.

۶ چرا باید وارد بازارهای بین المللی شد؟

ایجاد فرصت های مناسب برای کسب سود است. همین دلیل، باعث می شود تا تعدادی از شرکت ها پس از دریافت سفارشی غیرقطعی از خارج، به تحقیق در فرصت های موجود در آن بازار خارجی، برانگیخته شوند. وقتی شرکتی به طور قطع تصمیم می گیرد وارد بازار خارجی شود، مجبور است به طور جدی و مؤثر خود را متعهد به ارائه پیوسته کالا و خدمات بداند.

۷. صادرات در کل یعنی چه؟

فروشنده‌گانی که دسترسی به خریداران بازارهای خارجی دارند، با فعالیتی بیشتر، اقدام به صدور کالا کرده و بدون اینکه از طریق واسطه عمل کرده و هزینه‌های خود را در این مورد افزایش دهند، کالا را مستقیماً به بازارهای خارجی می‌رسانند. این گونه عملیات گرچه مستلزم سرمایه‌گذاری و ریسک بیشتر است، اما بازگشت سرمایه و سود افزون‌تری را در پی دارد.

#### ۸. امتیازدهی یعنی چه؟

روش اعطای امتیاز تولید محصول به شرکت‌های دیگر، نوعی مشارکت در بازار بین‌المللی تلقی می‌شود، (اغلب شرکت‌های چندملیتی). در این حالت، مؤسسه ریسک کمتری را پذیرفته و با توجه به نوع قرارداد، اجازه می‌دهد شرکت خارجی از مارک تجاری و اسرار تولیدش بهره گرفته و علاوه بر آن، خدمات تخصصی خود را نیز در اختیار او قرار می‌دهد. اعطای پروانه ساخت که طی آن یک شرکت به شرکتی دیگر اجازه می‌دهد تا از روش ساخت، نام تجاری، تکنولوژی، تجارب کتبی و دیگر مهارت‌های متعلق به امتیاز دهنده استفاده کند.

#### ۹. سرمایه‌گذاری مستقیم چه ویژگی‌هایی دارد؟

شکل دیگری از ورود به بازار خارجی، روش سرمایه‌گذاری مستقیم است که باید با دقت و ظرافت خاصی انجام شود. این کار مستلزم کنترل و سازماندهی بسیار صحیح عملیاتی است. این نوع سرمایه‌گذاری و فعالیت تولیدی در خارج، نیاز به منابع مالی و فنی بیشتری دارد و به همین علت، معمولاً شرکت‌های بازرگانی و صنعتی بزرگ از آن استفاده می‌کنند.

#### ۱۰. در بازاریابی بین‌الملل کدام علوم دخیل‌اند؟

فرهنگ در بازاریابی بین‌الملل، محیط سیاسی و حقوقی بازاریابی بین‌الملل، شرایط اقتصادی بازاریابی بین‌الملل