# العلوم الإجتماعية

## إدارة أعمال

### تسويق – منتجات – أسواق عالمية – شركات سعودية

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **10** |  | **رقــم البحــث :** | 356/428 |
|  |  | **عنوان البحـــث :** | إستراتيجية تسويق المنتجات المحلية في الأسواقالعالمية دراسـة واقع الشركات السعودية |
|  |  | **الباحث الرئيــس :** | أ.د. حبيب الله محمد رحيم التركستاني |
|  |  | **الباحثون المشاركون :** |   |
|  |  | **الجهـــــــة :** | كلية الإقتصاد والإدارة |
|  |  | **مدة تنفيـذ البحـث :** | 9 شهور |
|  | مستخلص البحث |

يهدف هذا البحث إلى دراسة الإستراتيجية التي تتبعها الشركات المحلية في اختيار النمط الإنتاجي في تقديم المنتجات إلى الأسواق العالمية والذي يتمثل في التوحيد أو التكييف أو المزج بين الاثنين.

ولتحقيق هدف البحث سوف يعتمد الباحث على البيانات الأولية التي سيتم جمعها من خلال استمارة الاستبيان التي سيتم توزيعها على المدراء المسئولين عن إدارة التسويق في الشركات المحلية. وسوف يتم استخدام أساليب التحليل المناسبة لاختبار صحة الفروض التي وضعها الباحث، كما سيقدم التوصيات اللازمة والضرورية بعد تحليل النتائج.

# Social Sciences

## Administration

### Marketing – Globel Market

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **10** |  | **Award Number :** | 356/428 |
|  |  | **Project Title :** | Marketing Strategies of Local Firms to Penetrate Global Market |
|  |  | **Principal Investigator :** | **Prof. Dr. Habibullah Al-Turkistani** |
|  |  | **Co-Investigator :** |   |
|  |  | **Job Address :** | Faculty of Economics and Administration |
|  |  | **Duration :** | 9 Months |
|  | Abstract |

This study is aims at exploring marketing strategies to penetrate the global markets. The main concern is to make a correlation between the local products and companies concerned with production strategies. The question a strategy that this research tries to concentrate on is whether the local companies should produce stander product for global markets or should adopting different mix of the product.