

**İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi / Lojistik Yönetimi Programı**  
**2020 - 2021 Eğitim Öğretim Yılı**  
**ULUSLARARASI PAZARLAMA**  
**Ders Tasarımı (Syllabus)**

<b>Dersin Tanımı</b>					
<b>Adı</b>	<b>Kodu</b>	<b>Yarıyıl</b>	<b>T+U Saat</b>	<b>Kredi</b>	<b>AKTS</b>
ULUSLARARASI PAZARLAMA	ULY3234450	Bahar Dönemi	3+0	3	5
<b>Ön Koşul Dersleri</b>					
<b>Önerilen Seçmeli Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans				
<b>Dersin Türü</b>	Programa Bağlı Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>	Dr.Öğr.Üye. Muhsin Fuat BAYIK				
<b>Dersi Verenler</b>	Öğr.Gör. Fatma Betül ORTAKÖY				
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Bu ders, öğrencilerin global çevreyi ve global işletmelerin uluslararası stratejilerini derinlemesine anlamasını; pazarlama teori ve uygulamalarına küresel bağlamda hakim olmasını amaçlamaktadır.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu ders; Uluslararası Pazarlamaya giriş,Globalleşme ve Global Ekonomi,Uluslararası Pazarlamaya giriş,Uluslararası Pazarlar Kültür ve Etik,Uluslararası Pazar Bölümlendirme ve Konumlandırma,Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri I,Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri II,Uluslararası Pazarlarda Ürün ve Marka Kararları,Uluslararası Pazarlarda Fiyatlandırma Kararları,Uluslararası Pazarlarda Dağıtım Kararları,Uluslararası Pazarlarda Tutundurma I,Uluslararası Pazarlarda Tutundurma II,Uluslararası Pazarlama ve Dijital Evrim,Global Bilgi Sistemleri ve Pazarlama Araştırması; konularını içermektedir.				
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları</b>	<b>Öğretim Yöntemleri</b>	<b>Ölçme Yöntemleri</b>			
2.Uluslararası pazarlama çevresi hakkında bilgi verir.	1, 12, 2	A			
1. Uluslararası pazarlama ile ilgili temel kavramları öğrenip yorumlayabilecektir.	1, 12, 2	A			
1.1. Uluslararası pazarlama kavramını ve kapsamını öğrenir.	1, 12, 2	A			
1.2. Uluslararası pazarlama konusundaki terminolojiyi bilir.	1, 12, 2	A			
1.3. Uluslararası pazarlama temel kavramları yorumlar.Uluslararası pazarlama konusundaki terminolojiyi bilir.	1, 12, 2	A			
2.1. Uluslararası Pazar mikro çevresini bilir.	1, 12, 2	A			
2.2. Uluslararası Pazar makro çevresini bilir.	1, 12, 2	A			
2.3. Uluslararası Pazar mikro ve makro çevresini ilişkilendirerek stratejiler oluşturmayı öğrenir.	1, 12, 2	A			
3. Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri hakkında bilgi verir.	1, 12, 2	A			
3.1 Stratejilerin risklerini bilir.	1, 12, 2	A			
3.2 Pazara giriş engellerini bilir.	1, 12, 2	A			
4. Uluslararası Pazarlarda 4P kararlarını yorumlar.	1, 12, 2	A			
4.1. Uluslararası pazarda marka yaratma konusunda bilgi sahibidir	1, 12, 2	A			
4.1.1. Adaptasyon ve standardizasyon stratejilerini bilir.	1, 12, 2	A			
4.2. Uluslararası pazarda fiyatlandırma kararları hakkında bilgi sahibidir.	1, 12, 2	A			
4.3. Uluslararası pazarda dağıtım kararları hakkında bilgi sahibidir.	1, 12, 2	A			
4.4. Uluslararası pazarda tutundurma kararları hakkında bilgi sahibidir.	1, 12, 2	A			
<b>Öğretim Yöntemleri</b>	1: Anlatım, 12: Örnek Olay, 2: Soru - Cevap				
<b>Ölçme Yöntemleri</b>	A: Yazılı sınav				
<b>Ders Akışı</b>					
<b>Sıra</b>	<b>Konular</b>	<b>Ön Hazırlık</b>			
1	Uluslararası Pazarlamaya giriş				
2	Globalleşme ve Global Ekonomi				
3	Uluslararası Pazarlama çevresi				
4	Uluslararası Pazarlar Kültür ve Etik				
5	Uluslararası Pazar Bölümlendirme ve Konumlandırma				
6	Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri I				
7	Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri II				
8	Uluslararası Pazarlarda Ürün ve Marka Kararları				
9	Uluslararası Pazarlarda Fiyatlandırma Kararları				
10	Uluslararası Pazarlarda Dağıtım Kararları				
11	Uluslararası Pazarlarda Tutundurma I				
12	Uluslararası Pazarlarda Tutundurma II				
13	Uluslararası Pazarlama ve Dijital Evrim				
14	Global Bilgi Sistemleri ve Pazarlama Araştırması				
<b>Kaynaklar</b>					
POWERPOINT1. Keegan, W. Global Marketing. 8 . basım. Pearson. 2014.					
2. Green, M. Küresel Pazarlama. 7. basım. Pearson, Nobel Akademik Yayıncılık. 2015.					