

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
ULUSLARARASI PAZARLAMA	ITF2248930	Bahar Dönemi	3+0	3	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler	E-ticaret, Müşteri İlişkileri Yönetimi, Satış Yönetimi, Dijital Pazarlama				
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Burcu İNCİ				
Dersi Verenler	Dr.Öğr.Üye. Fatma Betül ORTAKÖY				
Dersin Yardımcıları	DR. ÖĞR. ÜYESİ BURCU İNCİ				
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencileri hızla değişen uluslararası ticaret çevresine hazırlamak için tasarlanmıştır. Ders, günümüzde neredeyse tüm işletmelerin ve tüketicilerin içinde yer aldığı uluslararası rekabetçi çevreye ilişkin tüm konuları içermektedir. Tüketiciler genellikle uluslararası alternatifleri değerlendirerek tüketim tercihleri yapmaktadır, firmalar ise ya uluslararası alanda rekabet halindedir ya da yerel pazarlarındaki uluslararası rakiplerle yarışmaktadır. Bu ders, işletmenin uluslararası/global çevresinin tüm boyutlarını irdeleyerek çevresel ve stratejik bir yaklaşım ile uluslararası/global pazarlamayı ele almaktadır. Aynı zamanda, global pazarlama veya ilişkili alanlardaki kariyerlerinde öğrencilerin 4P'yi başarıyla uygulamalarına yardımcı olacak bir dizi kavramsal ve analitik araç sağlamaktadır.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Dersle ilgili genel bilgiler ve tanışma,Global Pazarlamaya Giriş,Global Ekonomik Çevre,Global Ticari Çevre,Sosyal ve Kültürel Çevre ,The Politik, Yasal ve Düzüleyici Çevre,İthalat, İhracat ve Kaynak Kullanımı,Global Pazara Giriş Stratejileri: Lisanslama, Yatırım ve Stratejik İttifaklar ,Global Pazarlamada Marka ve Ürün Kararları,Fiyat Kararları,Global Pazarlama Kanalları ve Fiziksel Dağıtım ,Global Pazarlamada İletişim Kararları ,Öğrenci Sunumları,Öğrenci Sunumları; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları	Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri			
1. Uluslararası pazarlama ile ilgili temel kavramları öğrenip yorumlayabilecektir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
1.1. Uluslararası pazarlama kavramını ve kapsamını öğrenir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
1.2. Uluslararası pazarlama konusundaki terminolojiyi bilir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
1.3. Uluslararası pazarlama temel kavramları yorumlar.Uluslararası pazarlama konusundaki terminolojiyi bilir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
2. Uluslararası pazarlama çevresi hakkında bilgi verebilecektir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
2.1. Uluslararası Pazar mikro çevresini bilir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
2.2. Uluslararası Pazar makro çevresini bilir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
2.3. Uluslararası Pazar mikro ve makro çevresini ilişkilendirerek stratejiler oluşturmayı öğrenir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
3. Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri hakkında bilgi verebilecektir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
3.1. Stratejilerin risklerini bilir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
3.2. Pazara giriş engellerini bilir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
4. Uluslararası Pazarlarda 4P kararlarını yorumlayabilecektir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
4.1. Uluslararası pazarda marka yaratma konusunda bilgi sahibidir	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
4.2. Adaptasyon ve standardizasyon stratejilerini bilir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
4.3. Uluslararası pazarda dağıtım kararları hakkında bilgi sahibidir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
4.4. Uluslararası pazarda fiyatlandırma kararları hakkında bilgi sahibidir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
4.5. Uluslararası pazarda tutundurma kararları hakkında bilgi sahibidir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
5. Küresel bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması konularını bir arada değerlendirebilecektir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
5.1. Küresel bilgi sistemlerini açıklar.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
5.2. Pazarlama araştırması konusunu uluslararası pazarlama konusu kapsamında değerlendirir.	10, 12, 13, 16, 9	C, E			
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 12: Problem Çözme Yöntemi, 13: Örnek Olay Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	C: Çoktan Seçmeli Sınav, E: Ödev				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Dersle ilgili genel bilgiler ve tanışma				
2	Global Pazarlamaya Giriş	Bölüm 1			
3	Global Ekonomik Çevre	Bölüm 2			
4	Global Ticari Çevre	Bölüm 3			
5	Sosyal ve Kültürel Çevre	Bölüm 4			
6	The Politik, Yasal ve Düzüleyici Çevre	Bölüm 5			
7	İthalat, İhracat ve Kaynak Kullanımı	Bölüm 8			
8	Global Pazara Giriş Stratejileri: Lisanslama, Yatırım ve Stratejik İttifaklar	Bölüm 9			
9	Global Pazarlamada Marka ve Ürün Kararları	Bölüm 10			
10	Fiyat Kararları	Bölüm 11			
11	Global Pazarlama Kanalları ve Fiziksel Dağıtım	Bölüm 12			
12	Global Pazarlamada İletişim Kararları	Bölüm 13			
13	Öğrenci Sunumları				
14	Öğrenci Sunumları				
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			
Kaynaklar					
Mark C. Green and Warren J. Keegan, Global Marketing, Tenth Edition, Global Edition, 2020, Pearson International Marketing and Export Management, 8th edition, Pearson, 2016, Gerald Albaun, Alexander Josiassen, Edwin Duerr					