

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu / Dış Ticaret Programı
2019 - 2020 Eğitim Öğretim Yılı
ULUSLARARASI PAZARLAMA
Ders Tasarımı (Syllabus)

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
ULUSLARARASI PAZARLAMA	DŞT2232770	Bahar Dönemi	2+0	2	4
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler	Pazarlama İlkeleri				
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Ön Lisans				
Dersin Türü	Programa Bağlı Seçmeli				
Dersin Koordinatörü	Öğr.Gör.Dr. Fatma Betül ORTAKÖY				
Dersi Verenler	Öğr.Gör.Dr. Fatma Betül ORTAKÖY				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Pazarlama stratejilerini etkileyen makro çevresel faktörler, pazarlama araştırması, pazar bölümlendirme, hedef pazarlama, konumlandırma gibi temel pazarlama kavramlarının uluslararası pazarlama bakış açısıyla ele alınması. Uluslararası pazarlara giriş stratejilerinin öğrenilmesi, uluslararası pazarlamada pazarlama karması kararlarının nasıl alındığının öğrenilmesi.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Uluslararası Pazarlamaya Giriş,Uluslararası Ekonomik, Politik, Teknolojik Çevre ,Uluslararası Pazarlama Yönelimleri,Uluslararası Pazarlamada Ürün Kararları,Uluslararası Pazarlamada Fiyat Kararları I,Uluslararası Pazarlamada Fiyat Kararları II,Uluslararası Pazarlamada Tutundurma Kararları I,Uluslararası Pazarlamada Tutundurma Kararları II,Uluslararası Pazarlamada Dağıtım Kararları I,Uluslararası Pazarlamada Dağıtım Kararları II,Uluslararası Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar,Vaka Çalışmaları,Vaka Çalışmaları; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri			
1.Uluslararası pazarlama araştırmalarının öneminin kavranması, uluslararası araştırma planlaması basamaklarının öğrenir.	1, 10, 12, 14, 18, 2, 3	A, C			
2.Uluslararası pazarlarda bölümlendirme, hedef pazarlama ve konumlandırma konularının öğrenilmesi.	1, 12	A			
3.Uluslararası pazarlara giriş stratejileri hakkında bilgi sahibi olunması.	1, 12	A, C			
4.Uluslararası pazarlarda, pazarlama karması planlamasının öğrenilmesi, adaptasyon ve standardizasyon kararlarının alınmasında etkili faktörler hakkında bilgi sahibi olur.	1, 12	A			
5.Dijital çağın uluslararası ticarete etkilerini kavrar.	1, 12	A			
6.Uluslararası pazarlama, liderlik, etik ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarının ilişkilendirilmesi.	1				
1.1. Uluslararası pazarlama kararlarını etkileyen makro çevresel faktörleri öğrenebilecektir.	1, 12	A			
4.1. Ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma elemanları detaylı olarak öğrenip, uygulayabilecektir.	1	A			
5.1. Uluslararası pazarlamada teknoloji ve alternatif kanallar sayesinde rekabet avantajı sağlamayı öğrenebilecektir.	1, 11	A			
Öğretim Yöntemleri	1: Anlatım, 10: Beyin Fırtınası, 11: Seminer, 12: Örnek Olay, 14: Bireysel Çalışma, 18: Vaka Çalışması, 2: Soru - Cevap, 3: Tartışma				
Ölçme Yöntemleri	A: Yazılı sınav, C: Ödev				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Uluslararası Pazarlamaya Giriş				
2	Uluslararası Ekonomik, Politik, Teknolojik Çevre				
3	Uluslararası Pazarlama Yönelimleri				
4	Uluslararası Pazarlamada Ürün Kararları				
5	Uluslararası Pazarlamada Fiyat Kararları I				
6	Uluslararası Pazarlamada Fiyat Kararları II				
7	Uluslararası Pazarlamada Tutundurma Kararları I				
8	Uluslararası Pazarlamada Tutundurma Kararları II				
9	Uluslararası Pazarlamada Dağıtım Kararları I				
10	Uluslararası Pazarlamada Dağıtım Kararları II				
11	Uluslararası Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar				
12	Vaka Çalışmaları				
13	Vaka Çalışmaları				
Kaynaklar					
Derste verilen sunumlarKüresel Pazarlama, Warren Keegan, Pearson Yayınları					