

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	Dr.Öğr.Üye. Fatma Betül ORTAKÖY				
Dersi Verenler	Dr.Öğr.Üye. Fatma Betül ORTAKÖY				
Dersin Yardımcıları	Dr. Öğr. Üye. F. Betül Ortaköy				
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 Kazanımları	Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri			
1. Uluslararası pazarlama araştırmalarının önemi kavranarak, uluslararası araştırma planlaması basamaklarını öğrenebilecektir.	10, 13, 14, 16, 19, 4, 9	A, E			
1.1 Uluslararası pazarlama kararlarını etkileyen makro çevresel faktörleri öğrenir.	10, 13, 16, 9				
1.2 Uluslararası pazarlama kararlarını etkileyen mikro faktörleri öğrenir.	10, 13, 16, 9				
2. Uluslararası pazarlarda bölümlendirme, hedef pazarlama ve konumlandırma konularını kavrayabilecektir.	13, 9	A			
2.1 Pazar araştırması ve segmentleri hakkında bilgi sahibi olur.	10, 16, 9				
2.2 Konumlandırma stratejilerini öğrenir ve uygular.	10, 13, 16, 4, 9				
3. Uluslararası pazarlara giriş stratejileri hakkında bilgi sahibi olabilecektir.	13, 9	A, E			
3.1 Farklı pazarlara ve şirket özelliklerine uygun pazara giriş stratejisini seçebilir.	10, 13, 16, 4, 9				
3.2 Farklı pazara giriş stratejileri uygulayan şirketlere örnek verir.	10, 16, 9				
4. Uluslararası pazarlarda, pazarlama karması planlamasını öğrenerek, adaptasyon ve standardizasyon kararlarının alınmasında etkili faktörler hakkında bilgi sahibi olabilecektir.	13, 9	A			
4.1 Ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma elemanlarını detaylı olarak öğrenip, uygulayabilir.	10, 13, 16, 4, 9				
4.2. Yeni pazarlara girerken adaptasyon-standardizasyon dengesinin önemini anlar.	10, 13, 16, 9				
5. Dijital çağın uluslararası ticarete etkilerini kavrayabilecektir.	10, 13, 16, 4, 9	A			
5.1 Uluslararası pazarlamada teknoloji ve alternatif kanallar sayesinde rekabet avantajı sağlamayı öğrenir.	10, 13, 16, 4, 9				
5.2 Şirketi gelişen teknolojiler çerçevesinde güncellenmenin önemini anlar.	10, 13, 16, 4, 9				
6. Uluslararası pazarlama, liderlik, etik ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarını ilişkilendirebilecektir.	10, 16, 9	A			
6.1 Bir şirketin uluslararası pazarlarda uyması gereken kurallardan ve topluma karşı sorumluluklarından haberdardır.	10, 13, 16, 9				
6.2 Uluslararası şirketlerin dahil olduğu kurumsal sosyal sorumluluk projelerine örnek verir.	10, 13, 16, 9				
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 13: Örnek Olay Yöntemi, 14: Bireysel Çalışma Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 19: Beyin Fırtınası Tekniği, 4: Sorgulama Temelli Öğrenme Modeli, 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, E: 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				
Değerlendirme Yöntemleri	Sınava Katkısı				
Ara Sınav	40				
Genel Sınav	60				

Kaynaklar

Derste verilen sunumlarKüresel Pazarlama, Warren Keegan, Pearson Yayınları