

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
İHRACATTA HEDEF ÜRÜN VE ÜLKE ANALİZİ	ECO3211729	Bahar Dönemi	3+0	3	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Programa Bağlı Seçmeli				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Metin GÜRLER				
Dersi Verenler	Dr.Öğr.Üye. Metin GÜRLER				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Geleceğin dış ticaret profesyonellerine, hedef ürün ve sektörlerinin rekabet düzeyini ölçme, tespit edilen ürün ve sektörler için hedef pazar bulma, bu pazarlarda karşılaşılabilecek rakip ülkeler ile bu pazarlarda karşılaşılabilecek tarife ve tarife dışı engellerin tespit ve analiz yeteneğini kazandırmak.				
Dersin İçeriği	<p>Bu ders; .Tanışma, Dersin Tanıtımı, Ders Öğrenme Çıktıları ile Program Yeterliklerinin İlişkinin Kurulması.İhracatın Ülke Ekonomisinin Büyümesindeki Öneminin ve Katkısının Anlatılması, .Yatırım-Üretim-İhracat-İstihdam İlişkinin Anlatılması.İhracatı Yapılmak İstenen Ürün/Ürünlerin Rekabet Gücünü Tespit Etme Yöntemleri: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (Revealed Comparative Advantage, RCA) modelinin anlatımı.Her Öğrencinin Hedef Ürün/Ürünleri Tespit Etmesi, Hedef Ürün/Ürünlerin Hangi Sektörde Yer Aldığının Tespiti,Öğrencilerin Dönem Boyunca Üzerinde Çalışacakları Hedef Ürün/Ürünleri Tespit Etmesi .Hedef Ürün/Ürünlerin Hangi Sektörde Yer Aldığının Tespiti, .İhracatı Yapılmak İstenen Ürün/Ürünlerin Hem 2'li (Sektör) Hem De 6'lı GTİP Kod Bazında Rekabet Gücünün RCA Modeli ile Analizi, .Her Öğrencinin Dönem Boyunca Projesine Konu Olarak Belirlediği ve İhracatını Yapmak İsteddiği Hedef Ürün/Ürünlerin Hangi Sektörde Yer Aldığının Uygulamalı Tespiti .Öğrencilerin İhracatını Yapmak İstedikleri Ürün/Ürünlerin Hem 2'li (Sektör) Hem De 6'lı GTİP Kod Bazında Rekabet Gücünün RCA Modeli ile Analizini Uygulamalı yapmaları,Rekabet Üstünlüğüne Sahip Ürün/Ürünlerin İthalata Dayalı Olma Durumunun Analizi,Öğrencilerin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Ürün/Ürünlerin İthalata Dayalı Olma Durumunun Analizini Uygulamalı Yapmaları, .İhraca Konu Ürünler ve Sektörler İçin Hedef Pazar Bulabilme.Bu Pazarların Makroekonomik Göstergelerle Analizi.Bu Pazarlarda Türk İhracatçılarının Pazar Payının Analizi, .Öğrencilerin İhracat Yapmak Üzere Seçtikleri Ürün/Ürünler ve Sektörler İçin Hedef Pazar Tespit Etmeleri.Öğrencilerin Bu pazarları Makroekonomik Göstergelerle Analiz Etmeleri.Öğrencilerin Hedef Pazar Endeksi Oluşturması (Minimum-Maksimum Metodu İle).Öğrencilerin Bu Pazarlardaki Türk İhracatçılarının Mevcut ve Potansiyel Pazar Payının Analizini Uygulamalı Yapmaları, .Öğrencilerin İhracat Yapmak Üzere Seçtikleri Ürün/Ürünler ve Sektörler İçin Hedef Pazar Tespit Etmesi.Öğrencilerin Bu Pazarların Makroekonomik Göstergelerle Analizi.Öğrencilerin Hedef Pazar Endeksi Oluşturması (Minimum-Maksimum Metodu İle).Öğrencilerin Bu Pazarlardaki Türk İhracatçılarının Mevcut ve Potansiyel Pazar Payını Analiz Etmeleri,Hedef Pazar Olarak Tespit Edilen Ülkelerin Varsa Türkiye ile Yaptıkları Serbest Ticaret Anlaşması Gibi Anlaşmaların Analizi,Öğrencilerin Seçtikleri Ürün/Ürünler İçin Hedef Pazar Olarak Tespit Ettikleri Ülkelerin Varsa Türkiye ile Yaptıkları Serbest Ticaret Anlaşması Gibi Anlaşmaların Analizini Uygulamalı Yapmaları, .Tespit Edilen Hedef Pazar Ülkelerde Karşılaşılabilecek Rakip Ülkelerin Tespiti ve Bu Rakip Ülkelerin Hedef Pazar Ülke ile Ticari İlişkilerinin (Anlaşmalarının) Analizi (Rakip Ülke Analizi),Hedef Pazar Ülkelerde Türk İhracatçılarının Karşılaşılabilecekleri Tarifeler ve Tarife Dışı Engellerin Tespit Edilmesi,Öğrencilerin Seçtikleri Ürün/Ürünler İçin Tespit Ettikleri Hedef Pazar Ülkelerde Karşılaşılabilecekleri Rakip Ülkelerin Tespiti (Excel Pivot Yöntemi İle) ve Bu Rakip Ülkelerin Hedef Pazar Ülke ile Ticari İlişkilerinin (Anlaşmalarının) Analizini Uygulamalı Yapmaları (Uygulamalı Rakip Ülke Analizi),.Öğrencilerin Seçtikleri Ürün/Ürünler İçin Belirledikleri Hedef Pazar Ülkelerde Karşılaşılabilecekleri Tarife ve Tarife Dışı Engelleri Uygulamalı Tespit Etmeleri.Hedef Pazarlarda B2B Müşteri Bulma; konularını içermektedir.</p>				
Dersin Öğrenme Kazanımları	Öğretim Yöntemleri		Ölçme Yöntemleri		
1. İhracatını/İthalatını yapmak istedikleri ürün/ürünlerin hem 2'li (sektör) hem de 6'lı GTİP kod bazında rekabet gücünü analiz edebilecek	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
1.1. İhracatını/İthalatını yapmak istedikleri ürün/ürünlerin 2'li (sektör) GTİP kod bazında rekabet gücünü analiz eder	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
1.2. İhracatını/İthalatını yapmak istedikleri ürün/ürünlerin 6'lı GTİP kod bazında rekabet gücünü analiz eder	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
2. İhracata konu ürünler ve sektörler için makroekonomik göstergelerinin analizi yapabilecek	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
2.1. Uluslararası Ekonomik Kuruluşlardan makroekonomik göstergeleri elde edebileceği web siteleri/linkleri eşleştirir	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
2.2. Uluslararası Ekonomik Kuruluşlardan elde ettiği makroekonomik göstergeleri yorumlar	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
2.3. Uluslararası Ekonomik Kuruluşlardan elde ettiği makroekonomik göstergeleri tablo ve şekil oluşturarak yeniden düzenler	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
2.4. Uluslararası Ekonomik Kuruluşlardan Türkiye ve diğer ülkelere ait elde ettiği makroekonomik göstergeleri karşılaştırır (kıyaslar)	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
3. İhracata konu ürünler ve sektörlerde en çok ithalat yapan ülkelerde Türk ihracatçılarının pazar payını bulabilecek	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
3.1. İhracata konu ürünler ve sektörlerde en çok ithalat yapan ülkeleri tespit eder	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
3.2. İhracata konu ürünler ve sektörlerde tespi ettiği en çok ithalat yapan ülkelerde Türk ihracatçılarının pazar payını bulur	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
4. İhracata konu ürünler ve sektörler için makroekonomik göstergelerle endeks oluşturarak hedef pazar bulabilecek (Hedef Pazar Analizi)	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
4.1. İhracata konu ürünler ve sektörler için muhtemel hedef pazar ülkelere ait makroekonomik ve ticaretle ilgili göstergeleri sınıflar	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
4.2. İhracata konu ürünler ve sektörler için muhtemel hedef pazar ülkelere ait makroekonomik göstergeler ve ticaretle ilgili göstergeleri kullanarak minimum-maksimum yöntemi ile bir endeks oluşturur	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
4.3. Oluşturduğu Hedef Pazar Endeksinde ülkeleri skorlarına (değerlerine) göre sıralar	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
5. Hedef pazar olarak tespit edilen ülkelerin varsa Türkiye ile yaptıkları Serbest (Bölgesel) Ticaret Anlaşması, Gümrük Birliği gibi ticaret anlaşmalarının analizini yapabilecek	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
5.1. Türkiye'nin ticaret anlaşması yaptığı ülkeleri tespit eder	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		
5.2. Hedef pazar olarak tespit edilen ülkelerin varsa Türkiye ile ticaret anlaşması yapıp yapmadığını tespit eder	10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9		A, E		

Dersin Öğrenme Kazanımları		Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
6. Tespit edilen hedef pazar ülkelerde karşılaşılabilecek rakip ülkeleri makroekonomik göstergelerle endeks oluşturarak tespit edebilecek (Rakip Ülke Analizi)		10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9	A, E
6.1. Tespit edilen hedef pazar ülkelerin en çok ithalat yaptığı ülkeleri belirler		10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9	A, E
6.2. Tespit edilen hedef pazar ülkelerde rakip ülkelerin pazar payını tespit eder		10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9	A, E
6.3. Tespit edilen rakip ülkelere ait makroekonomik göstergeleri kullanarak hedef pazar ülkelerle yaptıkları ticaretle ilgili göstergeleri sınıflar		10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9	A, E
6.4. Tespit edilen rakip ülkelere ait makroekonomik göstergeler ve hedef pazar ülkelerle yaptıkları ticaretle ilgili göstergeleri kullanarak minimum-maksimum yöntemi ile bir endeks oluşturur		10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9	A, E
6.5. Oluşturduğu Hedef Pazarda Rakip Ülke Endeksinde rakip ülkeleri skorlarına (değerlerine) göre sıralar		10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9	A, E
7. Tespit edilen rakip ülkelerin hedef pazar ülke ile ticari ilişkilerinin (anlaşmalarının) analizini yapabilecek		10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9	A, E
7.1. Hedef pazar olarak tespit edilen ülkelerin ticaret anlaşmalarını tespit eder		10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9	A, E
7.2. Hedef pazar olarak tespit edilen ülkelerin varsa rakip ülkelerle ile ticaret anlaşması yapıp yapmadığını tespit eder		10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9	A, E
8. Hedef pazar ülkelerde Türk ihracatçılarının karşılaşılabilecekleri tarife ve tarife dışı engelleri tespit edebilecek		10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9	A, E
8.1. Hedef pazar ülkelerde Türk ihracatçılarının karşılaşılabilecekleri tarifeleri tespit eder		10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9	A, E
8.2. Hedef pazar ülkelerde Türk ihracatçılarının karşılaşılabilecekleri tarife dışı engelleri tespit eder		10, 12, 13, 14, 16, 19, 4, 5, 6, 8, 9	A, E
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 12: Problem Çözme Yöntemi, 13: Örnek Olay Yöntemi, 14: Bireysel Çalışma Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği, 19: Beyin Fırtınası Tekniği, 4: Sorgulama Temelli Öğrenme Modeli, 5: İşbirlikli Öğrenme Modeli, 6: Deneyimle Öğrenme Modeli, 8: Ters -yüz Edilmiş Sınıf Modeli, 9: Anlatım Yöntemi		
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, E: Ödev		
Ders Akışı			
Sıra	Konular	Ön Hazırlık	
1	.Tanışma, Dersin Tanıtımı, Ders Öğrenme Çıktıları ile Program Yeterliklerinin İlişkisinin Kurulması.İhracatın Ülke Ekonomisinin Büyümesindeki Öneminin ve Katkısının Anlatılması, .Yatırım-Üretim-İhracat-İstihdam İlişkisinin Anlatılması.İhracatı Yapılmak İstenen Ürün/Ürünlerin Rekabet Gücünü Tespit Etme Yöntemleri: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (Revealed Comparative Advantage, RCA) modelinin anlatımı.Her Öğrencinin Hedef Ürün/Ürünleri Tespit Etmesi, Hedef Ürün/Ürünlerin Hangi Sektörde Yer Aldığının Tespiti		
2	.Öğrencilerin Dönem Boyunca Üzerinde Çalışacakları Hedef Ürün/Ürünleri Tespit Etmesi .Hedef Ürün/Ürünlerin Hangi Sektörde Yer Aldığının Tespiti, .İhracatı Yapılmak İstenen Ürün/Ürünlerin Hem 2'li (Sektör) Hem De 6'lı GTİP Kod Bazında Rekabet Gücünün RCA Modeli ile Analizi		
3	.Her Öğrencinin Dönem Boyunca Projesine Konu Olarak Belirlediği ve İhracatını Yapmak İsteddiği Hedef Ürün/Ürünlerin Hangi Sektörde Yer Aldığının Uygulamalı Tespiti .Öğrencilerin İhracatını Yapmak İstedikleri Ürün/Ürünlerin Hem 2'li (Sektör) Hem De 6'lı GTİP Kod Bazında Rekabet Gücünün RCA Modeli ile Analizini Uygulamalı yapmaları		
4	Rekabet Üstünlüğüne Sahip Ürün/Ürünlerin İthalata Dayalı Olma Durumunun Analizi		
5	Öğrencilerin Rekabet Üstünlüğüne Sahip Ürün/Ürünlerin İthalata Dayalı Olma Durumunun Analizini Uygulamalı Yapmaları		
6	.İhraca Konu Ürünler ve Sektörler İçin Hedef Pazar Bulabilme.Bu Pazarların Makroekonomik Göstergelerle Analizi.Bu Pazarlarda Türk İhracatçılarının Pazar Payının Analizi		
7	.Öğrencilerin İhracat Yapmak Üzere Seçtikleri Ürün/Ürünler ve Sektörler İçin Hedef Pazar Tespit Etmeleri.Öğrencilerin Bu pazarları Makroekonomik Göstergelerle Analiz Etmesi.Öğrencilerin Hedef Pazar Endeksi Oluşturması (Minimum-Maksimum Metodu İle).Öğrencilerin Bu Pazarlardaki Türk İhracatçılarının Mevcut ve Potansiyel Pazar Payının Analizini Uygulamalı Yapmaları		
8	.Öğrencilerin İhracat Yapmak Üzere Seçtikleri Ürün/Ürünler ve Sektörler İçin Hedef Pazar Tespit Etmesi.Öğrencilerin Bu Pazarların Makroekonomik Göstergelerle Analizi.Öğrencilerin Hedef Pazar Endeksi Oluşturması (Minimum-Maksimum Metodu İle).Öğrencilerin Bu Pazarlardaki Türk İhracatçılarının Mevcut ve Potansiyel Pazar Payını Analiz Etmesi		
9	Hedef Pazar Olarak Tespit Edilen Ülkelerin Varsa Türkiye ile Yaptıkları Serbest Ticaret Anlaşması Gibi Anlaşmaların Analizi		
10	Öğrencilerin Seçtikleri Ürün/Ürünler İçin Hedef Pazar Olarak Tespit Ettikleri Ülkelerin Varsa Türkiye ile Yaptıkları Serbest Ticaret Anlaşması Gibi Anlaşmaların Analizini Uygulamalı Yapmaları.		
11	Tespit Edilen Hedef Pazar Ülkelerde Karşılaşılabilecek Rakip Ülkelerin Tespiti ve Bu Rakip Ülkelerin Hedef Pazar Ülke ile Ticari İlişkilerinin (Anlaşmalarının) Analizi (Rakip Ülke Analizi)		
12	Hedef Pazar Ülkelerde Türk İhracatçılarının Karşılaşılabilecekleri Tarifeler ve Tarife Dışı Engellerin Tespit Edilmesi		

Ders Akışı		
Sıra	Konular	Ön Hazırlık
13	Öğrencilerin Seçtikleri Ürün/Ürünler İçin Tespit Etikleri Hedef Pazar Ülkelerde Karşılaşılabilecekleri Rakip Ülkelerin Tespiti (Excel Pivot Yöntemi İle) ve Bu Rakip Ülkelerin Hedef Pazar Ülke ile Ticari İlişkilerinin (Anlaşmalarının) Analizini Uygulamalı Yapmaları (Uygulamalı Rakip Ülke Analizi)	
14	Öğrencilerin Seçtikleri Ürün/Ürünler İçin Belirledikleri Hedef Pazar Ülkelerde Karşılaşılabilecekleri Tarife ve Tarife Dışı Engelleri Uygulamalı Tespit Etmeleri.Hedef Pazarlarda B2B Müşteri Bulma	
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı
(Ara Sınav) Ödev		100
Ara Sınav		40
(Genel Sınav) Çoktan seçmeli sınav		100
Genel Sınav		60

Kaynaklar
Dersle ilgili kitap ve raporlar
<ol style="list-style-type: none"> 1. Trade Statistics in Policymaking: A Handbook of Commonly Used Trade Indices and Indicators (BM ESCAP) 2. A Practical Guide to Trade Policy Analysis (BM DTÖ) 3. Trade Flows and Trade Policy Analysis (BM DTÖ, BM UNESCAP) 4. International Economics (Dominick Salvatore) 5. Principles of Economics/ 9. Bölüm/ Application: International Trade (N. Gregory Mankiw) 6. Handbook of Statistics/İstatistik Elkitabı (UNCTAD) 7. Review of Maritime Transport (UNCTAD rapor serisi) 8. World Investment Report (UNCTAD rapor serisi) 9. IMF Dünya Ekonomik Görünümü Raporu (IMF World Economic Outlook rapor serisi, yılda 2 ana yayın ve 2 güncelleme) .Nisan (güncellemesi aynı yılın Temmuz ayı) .Ekim (güncellemesi takip eden yılın Ocak ayı) 10. The UNCTAD B2C E-commerce Index (UNCATD rapor serisi) 11. The ICT Development Index (UNCTAD rapor serisi) 12. Küresel Yenilik Endeksi (WIPO Global Innovation Index rapor serisi)
Dersle ilgili ilave kaynaklar
<ol style="list-style-type: none"> 1.TradeMap web sitesi, https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c 2.MacMap web sitesi, https://www.macmap.org/ 3.UNCTAD web sitesi, https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx ve https://trains.unctad.org/Default.aspx 4.Comtrade web sitesi, https://comtrade.un.org/data/ 5.DTÖ (WTO) web sitesi, https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm 6.Dünya Bankası web sitesi, https://data.worldbank.org/ 7.IMF web sitesi, http://data.imf.org/?sk=388DFA60-1D26-4ADE-B505-A05A558D9A42 8.WITS web sitesi, https://wits.worldbank.org/ 9.Eurostat Comext web sitesi, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/setupdimselection.do 10.OECD web sitesi, https://stats.oecd.org/ 11.BIS web sitesi, https://stats.bis.org/statx/toc/LBS.html 12.TÜİK web sitesi, https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul 13.TİM web sitesi, https://www.tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari.html 14. UNCTAD TRAINS web sitesi (Tarife dışı engeller için), https://trainsonline.unctad.org/home 15.Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) İstatistikleri, https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx 16.Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü istatistikleri, https://www3.wipo.int/ipstats/key-search/indicator 17.Kanada ithalatçı firmalar, https://www.ic.gc.ca/app/scr/ic/sbms/cid/searchProduct.html?lang=eng 18.Birleşik Krallık ithalatçı ve ihracatçı firmalar, https://www.uktradeinfo.com/find-uk-traders/ 19.Uluslararası B2B firmalar (ithalat ve ihracatçılar), https://www.kompass.com/ 20.ABD ithalatçı firmalar, https://portexaminer.com/ 21.Küresel Yenilik Endeksi, https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/ 22.ITU BIT Gelişim Endeksi, https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/IDI/default.aspx 23.Ağa Hazırlık Endeksi, https://networkreadinessindex.org/