

İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi / İşletme Programı (İngilizce)**2021 - 2022 Eğitim Öğretim Yılı****ULUSLARARASI PAZARLAMA****Ders Tasarımı (Syllabus)**

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
ULUSLARARASI PAZARLAMA	BUS2248930	Bahar Dönemi	3+0	3	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Muhsin Fuat BAYIK				
Dersi Verenler	Dr.Öğr.Üye. Muhsin Fuat BAYIK				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilerin global çevreyi ve global işletmelerin uluslararası stratejilerini derinlemesine anlamasını; pazarlama teori ve uygulamalarına küresel bağlamda hakim olmasını amaçlamaktadır.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Uluslararası Pazarlamaya giriş,Globalleşme ve Global Ekonomi,Uluslararası Pazarlamaya giriş,Uluslararası Pazarlama çevresi,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.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri			
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			
Öğretim Yöntemleri	1: Anlatım, 12: Örnek Olay, 2: Soru - Cevap				
Ölçme Yöntemleri	A: Yazılı sınav				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
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				
Kaynaklar					
POWERPOINT1. Keegan, W. Global Marketing. 8 . basım. Pearson. 2014.					
2. Green, M. Küresel Pazarlama. 7. basım. Pearson, Nobel Akademik Yayıncılık. 2015.					