

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Uluslararası Pazarlama	1004725	VII	3+0	3	5
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Türü</b>	Zorunlu				
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin genel amacı; Uluslararası pazarlama çevresinin tanıtılması, öğrencilerin uluslararası pazarlama alanındaki kavram ve kurumları irdelemelerine, küresel pazarlardaki uygulamaların teorik temellerini öğrenebilmelerine yol göstermektir.				
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları</b>	<p><b>Bu dersin sonunda öğrenci;</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uluslararası pazarlama kavramı, küresel pazarları ve küresel pazar aktörlerini tanımlar.</li> <li>2. Küresel pazarlama teorilerini tanımlar.</li> <li>3. Uluslararası pazar fırsatlarını analiz eder.</li> <li>4. Uluslararası pazarlama stratejileri geliştirebilme yeteneği kazanır.</li> <li>5. Küresel pazarlama programları gerçekleştirmede karşılaşılan sorunları tespit edebilir ve çözüm yollarını araştırır.</li> <li>6. Uluslararası pazar araştırmasında toplanacak bilgileri ve araştırma türlerini kavrar.</li> <li>7. İhracata uygun ürün geliştirmeyi ve uluslararası pazarlama stratejilerini değerlendirir.</li> </ol>				
<b>Dersin İçeriği</b>	Uluslararası pazarlamanın tanımı ve kapsamı, Uluslararası pazarlamaya giriş, uluslararasılaşma süreci, uluslararası pazarlama çevresi, uluslararası pazarlamada ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma, uluslararası pazara giriş stratejileri ile ilgili konuları içermektedir.				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Uluslararası Pazarlamaya Giriş				
2	Uluslararasılaşma Süreci				
3	Uluslararası Pazarların Özellikleri, İç ve Dış Pazarları Tercih Etme Nedenleri				
4	Uluslar Pazarlamanın Mikro Çevresi				
5	Uluslar Pazarlamanın Makro Çevresi				
6	Uluslararası Mal Politikaları I				
7	Uluslararası Mal Politikaları II				
8	Uluslararası Fiyatlandırma Kararları				
9	Uluslararası Fiyatlandırma Kararları II				
10	Uluslararası Pazarlara Giriş Metotları: İhracat				
11	Uluslararası Pazarlara Giriş Metotları: Sözleşmeye Dayalı Giriş Stratejileri				
12	Uluslararası Pazarlara Giriş Metotları: Yatırıma Dayalı Giriş Stratejileri				
13	Uluslararası Pazarlarda Fiziksel Dağıtım				
14	Uluslararası Pazarlarda Tutundurma Kararları				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
Uluslararası pazarlama çevresinin tanıtılması, öğrencinin uluslararası pazarlar ve işleyişlerini kavraması					
<b>Kaynaklar</b>					
Cengiz, E. ve Gegez A.E. vd., (2007). <i>Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri</i> . Bursa: Beta Yayınları. Karafakioğlu, M. (1990). <i>Uluslararası Pazarlama Yönetimi</i> . İstanbul: İşletme Fakültesi Yayın No:224.					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
Eğitim-Öğretim dönemi başında ders izlenceleri formunda açıklanacaktır.					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU																
	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15	PÇ 16
ÖK1	3	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	1	4	4	4	4
ÖK2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	1	4	4	4	4
ÖK3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	1	4	4	4	4
ÖK4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	1	4	4	4	4
ÖK5	2	4	4	4	5	4	4	3	4	1	1	1	4	4	4	4
ÖK6	2	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	1	4	4	4	4
ÖK7	2	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	1	4	4	4	4
ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları																
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek			

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Ders Adı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15	PÇ 16
Uluslararası Pazarlama	2	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	1	4	4	4	4