

DERS BİLGİLERİ						
Ders	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS	
ULUSLARARASI PAZARLAMA	MAN 332	6	3 + 0	3	5	

Ön Koşul Dersleri	Pazarlama İlkeleri
--------------------------	--------------------

Dersin Dili	Almanca
Dersin Seviyesi	Lisans
Dersin Türü	Zorunlu
Dersin Koordinatörü	
Dersi Verenler	Aysel Tamer
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	Uluslararası Pazarlama ve Uluslararası Ticaret, Uluslararası Pazarlamanın Tanımı ve Önemi, Uluslararası Pazarlama Araştırmasında Toplanacak Bilgiler, Uluslararası Bütünleşmeler, Uluslararasılaşma Süreci, Uluslararası Pazarlama Çevresi, Uluslararası Pazarlama Stratejileri, Pazar Bölümleme ve Hedef Pazarın Seçimi, Pazarlama Karması, Ürün kararları ve stratejileri, Marka seçimi, Fiyatlandırma Stratejileri, Dağıtım Stratejileri, Tutundurma Stratejileri,

Dersin Öğrenme Çıktıları	Program Öğrenme Çıktıları	Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1) Uluslararası pazarlama kararlarını etkileyen makro çevresel faktörlerini öğrenir	2, 3	1,2,3	A,C
2) Uluslararası pazarlama araştırmalarının önemini kavrar, uluslararası araştırma planlaması basamaklarını öğrenir	1,3,4	1,2,3	A,C
3) Uluslararası pazarlarda bölümlendirme, hedef pazarlama ve konumlandırma konularını öğrenir	1,2	1,2,3	A,C
4) Uluslararası pazarlara giriş stratejileri hakkında bilgi sahibi olur	1,2	1,2,3	A,C

5) Uluslararası pazarlarda, pazarlama karması planlamasının öğrenilmesi, adaptasyon ve standardizasyon kararlarının alınmasında etkili faktörler hakkında bilgi sahibi olur	1,2,3	1,2,3	A,C
6) Uluslararası pazarlamada nasıl rekabet avantajı sağlanacağı öğrenir	1,4, 12	1,2,3	A,C
7) Uluslararası pazarlama, liderlik, etik ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarının ilişkilendirir	11,12	1,2,3	A,C

Öğretim Yöntemleri:	1: Anlatım, 2: Soru-Cevap, 3: Tartışma
Ölçme Yöntemleri:	A: Sınav , B: Deney C: Ödev

DERS AKIŞI		
Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Pazarlama ve Uluslararası pazarlamaya giriş	Ders notları
2	Pazarlama ve Uluslararası pazarlama ile ilgili temel kavramlar	Ders notları
3	Uluslararası Pazar çevresi	Ders notları
4	Uluslararası tüketici davranışları	Ders notları
5	Uluslararası Pazar araştırmaları	Ders notları
6	Uluslararası pazarlamada kullanılan analiz araçları	Ders notları
7	Uluslararası pazarlamada stratejiler	Ders notları
8	ARA SINAV	Ders notları
9	Uluslararası pazarlarda ürün kararları	Ders notları
10	Uluslararası pazarlarda fiyatlandırma kararları	Ders notları
11	Uluslararası pazarlarda tutundurma kararları	Ders notları
12	Uluslararası pazarlarda dağıtım kararları	Ders notları
13	Uluslararası pazarlamada örgütlenme	Ders notları
14	Öğrenci sunumları	Ders notları
15	Öğrenci sunumları	Ders notları
16	FİNAL	Ders notları

KAYNAKLAR	
Ders Notu	Ders notları
Diğer Kaynaklar	Heribert Meffert; Marketing Philip Kotler, Gary Armstron, John Saunders, Veronica Wong; Grundlagen des Marketings Nieschlag, Dichtl, Hörschgen; Marketing Kotler/Bliemel; Marketing-Management

MATERYAL PAYLAŞIMI	
Dökümanlar	Uluslar arası pazarlama ile ilgili örnek dökümanlar
Ödevler	
Sınavlar	

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ		
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI	SIRA	KATKI YÜZDESİ
Ara Sınav	1	80
Kısa Sınav		
Ödev	1	20
Toplam		100
Finalin Başarıya Oranı		50
Yılıçının Başarıya Oranı		50
Toplam		100

DERS KATEGORİSİ	Uzmanlık / Alan Dersleri
------------------------	--------------------------

DERSİN PROGRAM ÇIKTILARINA KATKISI						
No	Program Öğrenme Çıktıları	Katkı Düzeyi				
		1	2	3	4	5
1	Uluslararası İşletme Yönetimi temel bilgilerini, kuramsal ve uygulamalı olarak, özellikle küresel ölçekte faaliyet gösteren işletmelerin problemlerini belirleme, modelleme ve çözüm yolları getirmede					X

	kullanabilir.	
2	Uluslararası İşletme Yönetimi ile ilgili çağdaş kavram, teori ve modelleri, alan bilgisini sürekli geliştirmek için gerekli kaynaklara nasıl ulaşacağını ve alanının tarihsel gelişimini bilir, alanı ile ilgili konularda problem çözmek, analiz ve araştırma yapmak için alana özgü araştırma yöntemlerini kullanabilir.	X
3	Uluslararası İşletme Yönetimini çevreleyen hukuki, siyasi, ekonomik, sosyal ve psikolojik konularda uluslararası boyutta temel bilgiye sahip olduğunu gösterebilir.	X
4	Kendi alanında hangi bilgiyi nerede bulacağını bilir, bağımsız araştırma ve çalışma yapabilir, araştırdığı konu ile ilgili kapsamlı bir rapor hazırlayabilir.	X
5	Uluslararası İşletme Yönetimi bilgilerini diğer alanlardan gelen bilgilerle ilişkilendirebilir, bütünleştirerek yorumlayabilir, yeni bilgiler oluşturabilir ve disiplinlerarası etkileşimi anladığını gösterebilir	X
6	Uluslararası İşletme Yönetimi ile ilgili proje veya uygulamalı çalışmalarda yürütücü veya takım üyesi olarak üzerine düşen sorumlulukları yerine getirebilir.	X
7	Kurum veya örgüt için hedef ve amaç belirleyebilir, bunlara yönelik veya performans iyileştirici proje tasarımı ve planlaması yapabilir.	X
8	Uluslararası İşletme Yönetimi'nde edindiği bilgileri eleştirel olarak değerlendirebilir, sahip olduğu bilginin yeterliliğini ve öğrenme gereksinimlerini tespit edebilir, eksikliklerini gidermek için öğrenmesini yönlendirebilir.	X
9	Kişisel ve profesyonel gelişimi için bilgi güncellemenin ve sürekli öğrenmenin önemini anladığını gösterebilir.	X
10	Hızla değişen küresel koşullarda, profesyonel hayatta başarılı olmak için esnek düşünebilmenin ve yaratıcı çözümler üretebilmenin önemini anladığını gösterebilir.	X
11	Uluslararası kurumsal düzeyde, etkin, yazılı ve sözlü iletişim kurabilecek düzeyde Almanca bilgisine sahip olduğunu gösterebilir	X
12	Kendi alanındaki küresel dinamikleri anlayabilecek, takip edebilecek ve yorumlayabilecek düzeyde Almanca bilgisine sahip olduğunu gösterebilir.	X
13	Ulusal ve uluslararası akademik ve profesyonel ortamlarda bilgisini, çalışmalarının sonuçlarını, fikir ve yorumlarını, alanındaki veya başka disiplin ve birimlerdeki kişilere, gerekli verileri kullanarak ve açık ve net bir şekilde Türkçe ve Almanca olarak ifade edebilir, sunabilir, paylaşabilir.	X
14	Kültürler ve bireyler arasındaki farklılıkları değerlendirebilir, bu farklılıklara saygı gösterilmesinin önemini anladığını gösterebilir, farklı kültürlerden bireylerin oluşturduğu sosyal veya profesyonel ortamlarda gerekli saygı ve empatiyi göstererek iletişim kurabilir, bu ortamlarda takım çalışmalarına yürütücü veya takım üyesi olarak katkıda bulunabilir	X

15	Kendi alanında geçerliliği ve yaygın kullanımı olan bilişim teknolojilerini etkin şekilde kullanabilir.	X
16	Bireysel ve profesyonel etik kavramları anlar, bu kavramların sosyal ve profesyonel hayattaki uygulamalarını değerlendirebilir, bireyin bu ilkelere uygun davranmasının içinde bulunduğu topluma değer katmak için ne derece önemi olduğunu anladiğini gösterebilir.	X
17	Sosyal sorumluluk kavramının bireysel, toplumsal ve ekolojik boyutlarını bilir, bu çerçeve içinde üzerine düşen aktif vatandaşlık görevini anladiğini gösterebilir.	X
18	Çağdaş toplumların esasını oluşturan sosyal hakların evrenselliği ve sosyal adalet kavramlarını, toplumsal gelişmenin ve küresel rekabet edebilirliğin gereği olan bilimsel bakış açısının önemini anladiğini gösterebilir.	X
19	Kurumsal sürdürülebilirlik için kalite yönetiminin, iş sağlığı ve güvenliğinin, kurumsal sosyal sorumluluğun, profesyonel ve kültürel saygının ve kurumsal etik prensiplerinin önemini anladiğini gösterebilir	X
20	Küresel ve toplumsal çerçevedeki temel işletme çözümlerinin özellikle yönetim ve finans sorunlarına katkılarını değerlendirebilir.	X

AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU			
Etkinlik	SAYISI	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (Saat)
Ders Süresi (Sınav haftası dahildir: 16x toplam ders saati)	16	3	48
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi(Ön çalışma, pekiştirme)	16	3	48
Ara Sınav	1	3	3
Kısa Sınav	2	6	12
Ödev	1	3	3
Final	1	10	10
Toplam İş Yüğü			124
Toplam İş Yüğü / 25 (s)			4.96
Dersin AKTS Kredisi			5