Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yerel Kredi	AKTS	Ders (saat/hafta)	Uygulama (saat/hafta)	Laboratuar (saat/hafta)
Uluslararası Pazarlama	ISL3522	3	4	3	0	0

Önkoşullar	Yok

Yarıyıl	Bahar

Dersin Dili	İngilizce, Türkçe
Dersin Seviyesi	Lisans Seviyesi
Ders Kategorisi	Temel Meslek Dersleri
Dersin Veriliş Şekli	Yüz yüze

Dersi Sunan Akademik Birim	İşletme Bölümü
Dersin Koordinatörü	İbrahim Kırcova
Dersi Veren(ler)	İbrahim Kırcova, Kenan Aydın, Ebru Enginkaya
Asistan(lar)ı	

Dersin Amacı	Uluslararası pazarlama alanına ilişkin bilgi eksikliklerini gidererek , uluslararası pazarlama uygulamaları hakkında gerekli bilgileri vermek.
Dersin İçeriği	İhracattan uluslararası Pazarlamaya Geçiş/ Uluslararası Pazar Araştırmaları/İhracatta Uygun Ürünün Geliştirilmesi/Uluslararası Pazarlama Stratejileri/Stratejik Odaklaşma/ Stratejiden Organizasyona Geçiş/İhracat Sigorta İşlemleri/Banka İşlemleri/Tanıtım/ Yeni Pazarlar/Çeşitli Ülkelerden Uygulamalar.
Opsiyonel Program Bileşenleri	Yok

Ders Öğrenim Çıktıları

1	Uluslararası pazarlar ve uluslarası pazarlama ile ilgili temel bilgiler edinilir.
2	Uluslararası pazarlama çevresinin analiz edilir.
3	Uluslararası pazarlama ve küresel pazarlama tanımlanır ve farkılıkları anlaşılır.
4	Uluslararası pazarlara giriş stratejileri kavranır.
5	Uluslararası pazarlarda küresel markaların konumlandırma sorunlarına çözüm yetkinliği kazanılır.

Haftalık Konular ve İlgili Ön Hazırlık Çalışmaları

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Uluslar arası Pazarlama Kavramı, Müşteri İhtiyaçları, Rekabet ve Küresel Pazar	Ders kitabı sy. 1-26
2	Uluslar arası Pazarlama Çevresi; Ekonomik Çevre, Kültürel Çevre, Politik ve Yasal Çevre, Finansal Çevre, Ulusal ve Uluslar arası Ticarette Dünya ekonomisini düzenleyen kurumlar	Ders kitabı sy. 27-52
3	Uluslararası Pazarlama Araştırmaları, Pazarlama araştırmaları ile Elde Edilen Bilgilerin Önemi	Ders kitabı sy. 72-87
4	Uluslar arası pazarlamada Pazar bölümlendirme gereksini, Pazar bölümlendirme ve hedef Pazar seçiminde kriterler	Ders kitabı sy. 150-168
5	Pazarlama planının önemi, küresel pazarlama planları ve stratejileri	Ders kitabı sy. 169-184

6	Uluslararası pazarlamada ürün özellikleri, ürün hattı yönetimi	Ders kitabı sy. 185-193
7	Uluslar arası pazarlamada pazara giriş stratejileri	Ders kitabı sy. 248-267
8	Midterm 1	Ders kitapları ve güncel uygulamadan örnekler
9	Uluslar arası pazarlamada yeni ürün geliştirme, paketleme, endüstriyel mülkiyet hakları, garantiler ve hizmet koşulları	Ders kitabı sy. 193-210
10	Uluslar arası fiyatlama ve fiyatlamada yükümlülüklerin paylaşımında önemli faktörler	Ders kitabı sy. 354-360
11	Uluslar arası fiyatlama yöntemleri, ihracatta fiyatlama ve uluslar arası pazarlarda fiyat baskısı	Ders kitabı sy. 360-374
12	Stratejik ortaklıklar	Ders kitabı sy. 283-307
13	Uluslar arası pazarlamada dağıtım, doğrudan ve dolaylı ihracat, dışarıda üretim, uluslar arası dağıtım kanalları seçimi, lojistik	Ders kitabı sy. 326-353
14	Uluslar arası pazarlama iletişimi ve tutundurma karması	Ders kitabı sy. 375-395
15	Final	Ders kitabı sy. 396-409

Değerlendirme Sistemi

Etkinlikler	Sayı	Katkı Payı
Devam/Katılım		
Laboratuar		
Uygulama		
Arazi Çalışması		
Derse Özgü Staj		
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği		
Ödev	1	30
Sunum/Jüri		
Projeler		
Seminer/Workshop		
Ara Sınavlar	1	30
Final	1	40
Dönem İçi Çalışmaların Başarı Notuna Katkısı		60
Final Sınavının Başarı Notuna Katkısı		40
TOPLAM		100

AKTS İşyükü Tablosu

Etkinlikler	Sayı	Süresi (Saat)	Toplam İşyükü
Ders Saati	14	3	42
Laboratuar			
Uygulama			
Arazi Çalışması			
Sınıf Dışı Ders Çalışması	14	3	42

Derse Özgü Staj			
Ödev	1	10	10
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği			
Projeler	1	10	10
Sunum / Seminer			
Ara Sınavlar (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	10	10
Final (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	10	10
		Toplam İşyükü	124
		Toplam İşyükü / 30(s)	4.13
		AKTS Kredisi	4

Diğer Notlar	Yok