

Dersin Adı		Kodu	Yarıyıl	T+U	Kredisi	AKTS
Uluslararası Pazarlama Stratejisi		5217107	1	3+0	3	6
Ön koşul Dersler		-				
Dersin Dili		Türkçe				
Dersin Türü		Seçmeli				
Dersin Koordinatörü						
Dersi Verenler						
Dersin Yardımcıları						
Dersin Amacı		Bu dersin genel amacı; Uluslararası pazarlama çevresinin ve Stratejilerinin tanıtılması				
Dersin Öğrenme Çıktıları		Bu dersin sonunda öğrenci; 1. Uluslararası pazarlama konusunda güncel kavramsal ve uygulamalı bilgiye sahiptir. 2. Küresel pazarların kültürel çevresini değerlendirir, analiz eder ve yorumlar. 3. Küresel pazarlama stratejilerini bilir. 4. Uluslararası pazarlar için, uzun dönemli müşteri ilişkileri oluşturma ve sürdürme koşullarını bilir. 5. Uluslararası ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma stratejilerini bilir. 6. Öğrendiklerini, uluslar arası pazarlamaya ilişkin problemlere uygular ve çözüm geliştirir.				
Dersin İçeriği		Uluslararası pazarlamaya giriş, uluslararasılaşma süreci, uluslar pazarlamanın makro çevresi, uluslararası pazarlara giriş stratejileri, dolaylı ve doğrudan ihracat, franchising, lisans anlaşmaması, doğrudan yatırım, şirket satınalma ve birleşmeleri, Dış ticaret teorileri, uluslararası mal politikaları, uluslararası Fiyatlandırma kararları, uluslararası pazarlarda fiziksel dağıtım, uluslararası pazarlarda tutundurma kararları.				
Haftalar	Konular					
1	Uluslararası pazarlamaya giriş					
2	Uluslararasılaşma süreci					
3	Uluslar pazarlamanın makro çevresi I					
4	Uluslar pazarlamanın makro çevresi II					
5	Dış ticaret teorileri					
6	Uluslararası mal politikaları I					
7	Ara Sınav					
8	Uluslararası mal politikaları II					
9	Uluslararası Fiyatlandırma kararları, Uluslararası pazarlarda fiziksel dağıtım					
10	Uluslararası pazarlara giriş stratejileri: İhracata dayalı stratejiler, Sözleşmeye dayalı stratejiler ve Yatırıma dayalı stratejiler					
11	Uluslararası pazarlara giriş stratejileri: dolaylı ve dolaysız ihracat					
12	Uluslararası pazarlara giriş sözleşmeye dayalı stratejiler: Lisans Anlaşması, Franchising, Sözleşmeli Üretim, Yönetim Sözleşmesi, Anahtar Teslim Projeler, Montaj Opreasyonları					
13	Uluslararası pazarlara giriş yatırım dayalı stratejiler: Birleşme ve satınalmalar, Ortak Girişim, Doğrudan Yatırım					
14	Uluslararası pazarlarda tutundurma kararları					
Genel Yeterlilikler						
1. Uluslararası pazarlama çevresini ve stratejilerini tanımlayabilir. 2. Uluslararası pazarlar ve işleyişlerini kavrayabilir.						
Kaynaklar						
Cengiz E. ve Diğerleri (2007). <i>Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri</i> . İstanbul: Beta Yayınları. Karafakioğlu, M. (1990). <i>Uluslararası Pazarlama Yönetimi</i> . İstanbul: İşletme Fakültesi Yayın No:224.						
Değerlendirme Sistemi						
Ara Sınav: %40 Final: %60						

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
ÖK1	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4
ÖK2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4
ÖK3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4
ÖK4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4
ÖK5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4
ÖK6	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	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

Dersin 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
Uluslararası Pazarlama Stratejisi	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4