

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Uluslararası Pazarlama	5252102	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 amaçlanmaktadır.				
Dersin Öğrenme Kazanımları	<p>Bu dersin sonunda öğrenci;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uluslararası pazarlama konusunda güncel kavramsal ve uygulamalı bilgiye sahiptir. 2. Küresel pazarların kültürel çevresini değerlendirir, analiz eder, 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 girişim yatırıma dayalı stratejiler: Birleşme ve satın almalar, Ortak Girişim, Doğrudan Yatırım.				
14	Uluslararası pazarlarda tutundurma kararları.				
Genel Yeterlilikler					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Uluslararası pazarlama çevresini ve stratejilerini tanıtabilir. 2. Öğrenciler uluslararası pazarların işleyişlerini kavrayabilir. 					
Kaynaklar					
Cengiz E. ve Diğerleri (2007). <i>Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri</i> . İstanbul: Beta Yayınları. Karafakıoğlu, 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	PÇ12	PÇ13	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	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4