



| Ders Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S |
|------------------------------------|--|---------|----------|------|---------|
| Uluslararası Pazarlama Araştırması | DIS218 | 4 | 3 + 0 | 4,0 | Seçmeli |
| Birim Bölüm | Dış Ticaret - Ön Lisans (Yüzyüze eğitim) | | | | |
| Amaç | Uluslararası pazarlama alanına ilişkin bilgi eksikliklerini gidererek , uluslararası pazarlama uygulamaları hakkında gerekli bilgileri vermek. | | | | |
| Ders İçeriği | İhracattan uluslararası Pazarlamaya Geçiş/ Uluslararası Pazar Araştırmaları/İhracatta Uygun Ürünün Geliştirilmesi/Uluslararası Pazarlama Stratejileri/Yeni Pazarlar/Çeşitli Ülkelerden Uygulamalar. | | | | |
| Ders Kaynakları | Ömer Akat, (2008), Uluslararası Pazarlama, Ekin Basım Yay., Alvin C. Burns , Ronald F. Bush, (2015). Pazarlama Araştırması, Editör: Fatma Demirci Orel, Nobel Akademik Yayıncılık., Kozu, C. ve Karaca, H. (2023). Uluslararası Pazarlama: Dijitalleşen Dünyaya Yeni Yaklaşımlar, İş Bankası Kültür Yayınları. | | | | |

| Hafta | Konu |
|-------|--|
| 1 | Dersin tanıtımı ve tartışma |
| 2 | İhracattan Uluslararası Pazarlamaya Geçiş |
| 3 | Uluslararası Pazarlama Araştırmasına Dair Temel Kavramlar |
| 4 | Uluslararası Pazarlama Araştırmalarının Kapsamı ve Niteliği |
| 5 | Uluslararası Pazarlamada Bilgi Kaynakları |
| 6 | Uluslararası Pazarlama Araştırması Süreci |
| 7 | Uluslararası Pazarlama Araştırmalarına Dair Örnek Vakalar |
| 8 | Uluslararası Pazarlama Araştırmalarında Karşılaşılan Zorluklar |
| 9 | Uluslararası Pazarlama Araştırmalarında Karşılaşılan Zorluklara Dair Vaka İncelemeleri |
| 10 | Uluslararası Pazarlarda İzlenebilecek Ürün Politikaları |
| 11 | Uluslararası Pazarlarda Dağıtım Kanallarının Seçimi ve Politikalar |
| 12 | Uluslararası Pazarlarda Fiyatlandırma Stratejileri ve Fiyatlandırma Zorlukları |
| 13 | Uluslararası Pazarlarda İletişim Süreci |
| 14 | Uluslararası Pazarlama Araştırmalarında Yeni Yaklaşımlar |

| Ders İş Yükü | Çalışma Türü / Öğretim Metotlar | Süresi (Saat) | Sayı |
|--|------------------------------------|---------------|------|
| Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim | Sınıf Dışı Çalışma | 1 | 4 |
| Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme, takım çalışması | Beyin Fırtınası | 1 | 12 |
| Önceden planlanmış özel beceriler | Vaka Çalışması | 3 | 12 |
| Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme | Tartışmalı Ders | 2 | 12 |
| Dinleme ve anlamlandırma | Ders | 2 | 12 |
| Ara Sınav 1 | | 4 | 1 |
| Final | | 8 | 1 |
| Ödev (Sunum) | | 4 | 1 |
| | Ders İş Yükü: | 116 | |
| | AKTS (Ders İş Yükü / 25.5): | 4,55 | |

| Program Çıktıları | |
|-------------------|---|
| 1 | Uluslararası ticaretin başlıca teorilerine ve terminolojisini vakıf olabilmek |
| 2 | Gümrük işlemlerine vakıf olabilmek |
| 3 | Uluslararası finans ve muhasebe bilgisini iş hayatına uygulayabilmek |
| 4 | Bilgisayar ve gerekli paket program kullanım becerisine sahip olabilmek |
| 5 | Avrupa Birliği ve Türkiye'nin dış ticaret yapısını analiz edebilmek |
| 6 | Uluslararası pazarlamanın temel mantığını kazandırabilmek |
| 7 | Dış ticaretin yasal çerçevesini oluşturan başlıca hukuk kuralları ve mevzuatları dikkate almak |
| 8 | Dış ticaret firmalarının karşılaşılabileceği riskleri değerlendirme ve analiz edebilme becerisine sahip olabilmek |
| 9 | Uluslararası lojistik ve taşımacılık konularına vakıf olabilmek |
| 10 | Uluslararası platformlarda çalışabilecek nitelik ve yeterliliklere sahip olabilmek |
| 11 | Sözlü ve yazılı olarak etkin iletişim becerilerini kullanabilmek |
| 12 | Dış ticaret ile ilgili ulusal ve uluslar arası çerçevede güncel ve ekonomik gelişmeleri takip edebilmek |

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

| Ders Öğrenme Çıktısı | PÇ 1 | PÇ 2 | PÇ 3 | PÇ 4 | PÇ 5 | PÇ 6 | PÇ 7 | PÇ 8 | PÇ 9 | PÇ 10 | PÇ 11 | PÇ 12 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|
| Uluslararası pazarlama ve küresel pazarlama anlayışları ayrıştırılır. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Uluslararası pazarlara giriş stratejileri incelenir. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Uluslararası pazarlama çevresi tanımlanır. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| pazarlama araştırması öğrenilir | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Ortalama Değer | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgi/370656>