



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Uluslararası Pazarlama	PAZ5009		3 + 0	7,5	Seçmeli
Birim Bölüm	Üretim Yönetimi ve Pazarlama - YL - Lisansüstü (yüz yüze)				
Amaç	Uluslararası pazarlama dersinin amacı temel uluslar arası pazarlama kavramını ve pazarlamada ihracat kavramını öğretmektir. Uluslararası pazarlama dersinde, öğrenciler aynı zamanda uluslararası ticareti, uluslar arası bütünleşmeleri, uluslararası pazarlama çevresini, uluslararası pazarlama stratejilerini ve uluslararası pazarlamadaki pazarlama karması (ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma) stratejilerini de öğrenirler.				
Ders İçeriği	Bu ders uluslararası pazarlamanın genel kavramlarını ve uluslararası pazarlamanın ilke ve uygulamalarını öğretmeye yöneliktir.				
Ders Kaynakları	• Birol Tenekecioğlu, B. (2002), Uluslararası Pazarlama, AU. İşletme Fakültesi Yayınları, ayın No:747. Karafakioğlu, Mehmet. (2000), Uluslararası Pazarlama Yönetimi, Beta Yayınları. Kozlu, Cem. (2003), Uluslararası Pazarlama, İş Bankası Kültür Yayınları.. , Ömer Akat , Uluslararası Pazarlama, Ekin Yayınevi, 7.Basım 2009,Bursa, Cem Kozlu, 21. Yüzyılda Uluslararası Pazarlama İlkeler ve Uygulamalar, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 14. Baskı, 2015				

Hafta	Konu
1	Uluslararası Pazarlamaya Giriş: Kavramlar ve Kapsam
2	Uluslararası Pazarlamaya Giriş: Kavramlar ve Kapsam (Devam)
3	Uluslararası Pazarlama Çevresi
4	Uluslararası Pazarlama Araştırmaları
5	Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri
6	Uluslararası Pazara Giriş Stratejilerinin Seçimi
7	Uluslararası Pazarlarda Pazarlama Karması
8	Uluslararası Pazarlarda Ürün Kararları
9	Uluslararası Pazarlarda Dağıtım Kararları
10	Uluslararası Pazarlamada Fiyatlandırma
11	Fiyatlandırma Yaklaşımları
12	Uluslararası Pazarlarda Tutundurma Kararları
13	Örnek Olay Analizi
14	Uluslararası Pazarlamada Güncel Konular

Program Çıktıları

1	İşletmenin makro ve mikro pazarlama çevresi sorunlarını tanımlayıp çözümlenebilmek
2	Pazarlama yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek
3	Üretim yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek
4	Güncel pazarlama sorunlarının çözümünde pazarlama teorisi ve teorik yaklaşımların rolünü belirleyebilmek
5	Pazarlama teorilerinin farklı kültürel yapılarda nasıl uygulandığını belirleyebilmek
6	Klasik ve güncel pazarlama teorileri arasındaki farklılık ve ilişkileri tanımlayarak değerlendirmek
7	Pazarlama yönetiminde bilgi sistemlerinden faydalanarak pazarlama bilgisi toplamak ve analiz edebilmek
8	Tedarik zinciri ve lojistik faaliyetlerinin yönetimi ve entegrasyonu becerisi
9	Rekabet ortamında pazarlama fırsat ve tehditleri belirlemek ve bunlara uygun stratejiler geliştirebilmek
10	Mikro ve makro pazarlama çevresi üyeleriyle iletişim, koordinasyon ve bilgi paylaşımını sağlayabilmek
11	İşletme sorunlarını sayısal karar verme tekniklerini kullanarak belirlemek ve çözüm sunmak

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

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11
Uluslararası pazarlamanın temel güdülleri ve modelleri kavranacaktır.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Uluslararası pazarlama kavramı ve ilişkili kavramlar tanımlanır.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama karmasının uluslararası bağlamda nasıl yapılandırıldığını açıklanabilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Uluslararası pazarlamada pazar seçimi ve pazara giriş stratejileri karşılaştırılabilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Uluslararası pazarlama çevresi ve uluslararası pazara açılan işletmeler için önemi yorumlanabilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-