



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Uluslararası Pazarlama	PZL213	3	3 + 1	6,0	Zorunlu
Birim Bölüm	Pazarlama - Ön Lisans (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	Ömer Akat , Uluslararası Pazarlama, Ekin Yayınevi, 7.Basım 2009,Bursa, • 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.. , 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

Ders İş Yüğü	Çalışma Türü / Öğretim Metotları	Süresi (Saat)	Sayısı
Önceden planlanmış özel beceriler	Vaka Çalışması	2	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, durumları işleme, soru geliştirme, yorumlama, sunum	Sözlü	2	14
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	6	14
Ara Sınav 1		1	1
Final		1	1
Ders İş Yüğü:		142	
AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5):		5,57	

Program Çıktıları	
1	Alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olmalıdır.
2	Alanla ilgili edindiği bilgi ve becerileri problem çözmede kullanabilme, analitik ve stratejik düşünerek uygulamaya geçirebilme de katkısı önemlidir.
3	Alanla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilmesine katkısı önemlidir.
4	Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilirler.
5	Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
6	Öğrenciler girişimcilik ve liderliğe her zaman açıktır.
7	Alanı ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarır.
8	Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilmeli ve kullanabilmelidir.
9	Avrupa Dil Portföyü A2 Genel Düzeyinde (en az alanındaki bilgileri takip edebilecek ve meslektaşları ile iletişim kurabilecek kadar) yabancı dil bilgisine sahiptir.
10	Alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.
11	Sosyal hakların evrenselliği, sosyal adalet, kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince sahiptir.
12	Alanıyla ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutarak etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapabilir.
13	Alanla ilgili konularda edindiği bilgi ve becerileri sürekli geliştirerek ve alanla ilgili yenilik ve gelişmeleri takip ederek ömür boyu öğrenmeye açık olur.

**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	PÇ 13
Uluslararası pazarlamanın temel güdöleri 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.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgi/377403>