



**AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**  
**SÖKE İŞLETME FAKÜLTESİ**  
**YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ BÖLÜMÜ**  
**YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ PROGRAMI**  
**DERS BİLGİ FORMU**

Dersin Adı	Uluslararası Pazarlama								
Ders Kodu	UT1306			Ders Düzeyi			Lisans		
AKTS Kredi	4	İş Yüğü	102 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, uluslararası pazarlamanın önemini açıklamak ve dış pazar koşulları hakkında bilgiler vermektir.								
Özet İçeriği	Küreselleşmeyle birlikte artan ve gelişen dış ticaret faaliyetleri incelenecek, dış pazarlara yönelik işletmelerin pazarlama kararları ve çabaları araştırılacaktır. Dersin içeriğini oluşturan temel kavramlar, pazarlama, pazar ve pazarlama stratejileri, uluslararası pazarlama ilkeleri, mikro ve makro pazarlama, tüketici pazarları, kurumsal piyasalar, uluslararası piyasalar, piyasaların ölçümü, hedef pazar dağılımı ilkeleri, pazarlama karması, ürün ve hizmetler, fiyat, dağıtım kanalları, promosyon, örnekler ve uygulamalardan oluşmaktadır.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Bireysel Çalışma								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)	Dr. Öğr. Üyesi Güneş Açelya SİPAHİ								

#### Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	60

#### Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	İpek ALTINBAŞAK, Ayşe AKYOL, Sanem ALKIBAY, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yayın, İstanbul, 2008 .
---	--

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Uluslararası Pazarlamaya Giriş
2	Teorik	Uluslararası Ekonomik Çevre
3	Teorik	Uluslararası Ticaret Çevresi
4	Teorik	Sosyo-Kültürel Çevreler
5	Teorik	Politik-Yasal Çevreler
6	Teorik	Küresel Bilgi Sistemleri ve Pazarlama Araştırması
7	Teorik	Küresel Bölümlendirme, Hedef Pazarlama ve Konumlandırma
8	Teorik	Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri, Bölüm 1: İhracat ve Tedarik
9	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
10	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
11	Teorik	Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri, Bölüm 2: Lisans, Doğrudan Yatırımlar, Stratejik Ortaklıklar
12	Teorik	Uluslararası Pazarlarda Ürün ve Marka Kararları
13	Teorik	Uluslararası Pazarlarda Fiyatlandırma Kararları
14	Teorik	Uluslararası Pazarlarda Dağıtım Kanalları ve Fiziksel Dağıtım
15	Teorik	Dijital Çağda Uluslararası Pazarlama, Uluslararası Pazarlamada Liderlik, Etik ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk

#### Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	13	0	3	39
Bireysel Çalışma	13	0	2	26
Ara Sınav	1	15	1	16
Dönem Sonu Sınavı	1	20	1	21
Toplam İş Yüğü (Saat)				102
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				4

\*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.



**Dersin Öğrenme Çıktıları**

1	Uluslararası pazarlama kararlarını etkileyen makro çevresel faktörleri öğrenir.
2	Uluslararası pazarlama araştırmalarının önemini kavrar, uluslararası araştırma planlaması basamaklarını öğrenir.
3	Uluslararası pazarlarda bölümlendirme, hedef pazarlama ve konumlandırma konularını öğrenir.
4	Uluslararası pazarlara giriş stratejileri hakkında bilgi sahibi olur.
5	Uluslararası Pazarlarda Fiyatlama Kararlarını öğrenir.

**Program Çıktıları (Yönetim Bilişim Sistemleri Programı)**

1	Yönetim Bilişim Sistemleri alanı ile ilgili kavramları ve kavramlar arası ilişkileri açıklar.
2	İşletmeler için gerekli yazılımların neler olduğunu belirler, gerektiğinde ağı kurar, sistemleri belirler, teknolojiye gelişimi izleyerek bilişim sistemini günceller.
3	Bilimsel bilginin üretimi, işlenmesi, depolanması, iletilmesi ve kullanılması gibi konularda süreçler ile yöntem ve teknikleri bilir.
4	Bilginin iletildiği ortam ve araçları tanır ve kullanabilir.
5	Çeşitli organizasyonlar, bilgi işlem merkezleri ve alanla ilgili diğer kuruluşların yapısal, yönetsel ve teknik özelliklerini tanır.
6	Bilgi gereksiniminden başlayarak arama, bulma, kullanma ve iletme gibi temel alan becerilerine sahiptir.
7	Analiz ve senteze yönelik düşünme yeteneğine sahiptir. Farklı örgüt kültürleri ve örgüt yapıları için strateji-yapı alternatiflerini belirler ve amaca uygun strateji hazırlar.
8	Bilgi kaynaklarını tanıma, niteliklerini değerlendirme ve bilgi sistemlerini kurma ve yönetme becerisine sahiptir. Temel işletme bilgi sistemlerini (üretim, pazarlama, tedarik ve lojistik, insan kaynakları, muhasebe, finans) bilir ve kullanır.
9	Örgütlerin yönetim, üretim, finans, pazarlama gibi temel işletme işlevlerini anlar, yönetim ilkelerini açıklar, ekonomik kayıpları ve nedenlerini ortaya çıkartarak çözümler üretir. Örgütlerde verimlilik ve etkinliği artırmak için çalışmalar yapar.
10	Mesleki etik ilkelerini ve hukuksal düzenlemeleri bilir ve onlara uygun davranır.
11	Veri tabanı, teknoloji trendleri, ekonomi, e-ticaret, mobil ticaret ve yazılım projelerinin yönetimini bilir ve kullanır. Veritabanı yönetim sistemlerini kullanabilir.
12	Temel network kavramlarını öğrenir ve sunucu işletim sistemlerini kullanabilir.
13	Yönetim Bilişim Sistemleri alanındaki bilimsel araştırmaları izleyerek proje ve etkinlikler geliştirir veya onlara katkı sağlar. Bilgisayar ortamında proje yönetebilir.
14	Yönetim Bilişim sistemleri ile ilgili konularda düşüncelerini ve sorunlara ilişkin çözüm önerilerini nicel ve nitel verilerle destekleyerek uzman olan ve olmayan kişilerle paylaşır.
15	İşletme faaliyetlerinden ve çevresinden gelen veriyi depolayan, birleştiren, raporlayan ve analiz eden bilgi teknolojileri alt yapısını kurar ve geliştirir.

**Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek**

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4
PÇ8			2	
PÇ9	2		3	2
PÇ13		3		
PÇ14		3		

