



**AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**  
**SÖKE İŞLETME FAKÜLTESİ**  
**ULUSLARARASI TİCARET VE İŞLETMECİLİK BÖLÜMÜ**  
**ULUSLARARASI TİCARET VE İŞLETMECİLİK 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 Fiyatlandırma Kararlarını öğrenir.

**Program Çıktıları (Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Programı)**

1	Ulusal ve Uluslararası piyasalarda yetkin olarak görev yapabilecek orta ve üst düzey yönetici adayı yetiştirmektedir.
2	Öğrencilerimiz teorik derslerin yanı sıra uygulamaya yönelik, proje bazlı dersler alabilmektedir.
3	Öğrencilerimiz öğrenimleri sırasında sektörle ilişkiler kurmakta ve iş olanakları elde etmektedir.
4	Bölümümüzün akademik programında yer alan Avrupa ve Asya Ekonomileri, Küresel Ticaret ve Yatırım Uygulamaları, Avrupa Birliği İşletme Politikaları, Farklı Kültürlerle Ticaret Koşulları, İhracat-İthalat, Gümrük Mevzuatları, Dış Ticaret Finansmanı, Emlak Değerleme Mevzuatı gibi önemi giderek artan konularla ilgili dersler verilmekte ve buna paralel olarak ders programları sürekli olarak güncellenmektedir.
5	Bölümümüzün mezunları dış ticaret firmaları, çokuluslu şirketler, banka ve sigorta şirketleri, perakende sektörü, reklam ajansları ve lojistik firmalarında orta ve üst düzey yönetici olarak iş yaşamına katılabilmektedir.
6	Uluslararası Ticaret alanında teorik ve uygulamalı düzeyde ileri derecede bilgi sahibi olmak, bu bilgileri kullanabilmek.
7	Uluslararası Ticaret ve Ekonomi ile ilgili temel kavram, fikir ve verileri bilimsel yöntemlerle inceleyebilmek, eleştirel ve analitik bakış açısı ile yorumlayabilmek ve ekonomik olay ve gelişmelerle ilişkilendirerek değerlendirebilmek.
8	Uluslararası Ticaret ile ilgili konularda düşünce, yorum ve değerlendirmelerini yazılı ve sözlü olarak aktarabilmek.
9	Uluslararası Ticaret kavramı ile bağlantılı kamu kurumları ve özel sektör kuruluşlarının, nasıl işlediğini anlamak ve bu alandaki süreklilikleri ve değişiklikleri tespit edebilmek.
10	Uluslararası Ticaret ile ortak çalışma içerisinde olan disiplinlere (örneğin; iktisat, hukuk, finans, uluslararası işletme vb) ilişkin temel bilgilere sahip olmak ve bu bilgileri kullanabilmek.
11	Uluslararası Ticaret, Küreselleşme ve Finansman sistemleri ile ilgili İngilizce yayın ve araştırmaları izleyebilmek ve meslektaşları ile uluslararası alanda iletişim kurabilmek.
12	Veri toplanması, yorumlanması ve duyurulması aşamalarında bilimsel ve etik değerlere sahip olmak.
13	Yerel, bölgesel (örneğin Avrupa Birliği ve Orta Doğu) ve küresel gelişmeleri politik ekonomik açıdan tanımlayabilmek, takip edebilmek ve bu gelişmeler arasında ilişki kurabilmek.
14	Uluslararası Ticaret alanında teorik ve uygulamalı düzeyde ileri derecede bilgi sahibi olmak, bu bilgileri kullanabilmek.
15	İkinci bir dili orta düzeyde kullanabilmek.

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4
PÇ1	4	5	4	4
PÇ2	3	4	3	3
PÇ3	3	4	4	4
PÇ4	3	4	3	3
PÇ5	4	3	4	4
PÇ6	4	3	4	3
PÇ7	4	3	4	3
PÇ8	5	4	5	3
PÇ9	5	4	5	4
PÇ10	4	4	5	4
PÇ11	3	3	4	3
PÇ12	3	4	4	5
PÇ13	3	4	5	5
PÇ14	3	4	4	5
PÇ15	3	4		

