AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Uluslararası Pazarlama								
Ders Kodu	UTİ306		Ders Düzeyi	Lisans					
AKTS Kredi	6	İş Yükü	151 *(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 yönelen 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)	Prof. Dr. Fisun YÜKSEL								

Ölçme ve Değerlendirme Araçları		
Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

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 Fiyatlama 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 Yükü Hesabı (Ortalama Saat)				
Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	13	0	3	39
Bireysel Çalışma	13	0	4	52
Ara Sınav	1	28	1	29
Dönem Sonu Sınavı	1	30	1	31
			Toplam İş Yükü (Saat)	151
			Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = **AKTS Kredisi**	6
**25 saatlik iş yükü 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 *(Lojistik Yönetimi Programı)*	
1	Lojistik ve tedarik zinciri alanında aldığı uygulamalı eğitim sayesinde, karmaşık sorunları analiz edebilmeli ve farklı düşüncelerden sentez yaratma yoluyla sorunlara çok yönlü bir bakış açısı getirebilmeli ve iyileştirilebilecek konuları fark edebilmeli böylece yenilikçi süreçler ile fırsatlar yaratabilme yetkinliğine sahip olmalı
2	Sanayi kuruluşları ile gerçek sorunların çözümüne ilişkin proje çalışmalarıve sosyal sorumluluk etkinliklerinde yer alarak, çalışma alanını iyi tanımalı, proje yönetimi ve takım çalışması konusundaki deneyimi sayesinde uygulamada karşılaşılabilecek problemleri teşhis edebilmeli ve bunlara çözüm bulabilmeli
3	Aldığı disiplinlerarası eğitim sayesinde, akademik ve profesyonel hayatta karşılaşabileceği problemlere lojistik ve tedarik zinciri süreçlerinde var olan kısıtları göz önüne alarak, amaçlar doğrultusunda yaratıcı çözümler getirebilmeli
4	Kişisel ve mesleki yetkinliğini güncel tutabilmek için çalıştığı sektörle ilgili değişimleri takip edebilmeli ve gerektiği durumlarda kendini geliştirebilmeli;
5	Sektör ile ilgili mesleki kuruluşlar ve pazardaki lider firmaların yer aldığı iletişim ağları içerisinde yer almalı ve bilgi, düşünce ve tecrübeleri paylaşabilmeli
6	Lojistik yönetimi ve tedarik zinciri alanlarında kullanılan güncel ve yaygın bilgisayar yazılımı, bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilmeli, mevcut yazılımların güçlü ve zayıf yönlerini tespit edebilmeli
7	Bulunacakları pozisyonda dahil oldukları grup iletişiminden kaynaklanabilecek sorunları proaktif kararlar vererek önleyebilmeli
8	Süreçlerdeki belirsizlikleri ve beklenmedik sorunları esnek, etkin ve hızlı çözümlerle yönetebilmeli; önerilerini yazılı ve sözlü olarak etkin bir şekilde ifade edebilmeli
9	Departmanlar ve tedarik zinciri üyesi firmalar arasındaki koordinasyon mekanizmalarını anlamak ve entegrasyon süreçlerinde rol üstlenebilecek yetkinliklere sahip olmalı
10	Lojistik ve tedarik zinciri süreçlerini yönetim bilimi bakış açısı ve analitik yaklaşımlar kullanarak inceleyebilmeli, ilgili kavram ve fikirleri bilimsel yöntemlerle analize edebilmeli, verileri yorumlayabilmeli ve değerlendirebilmeli
11	Lojistik faaliyetleri kapsamında tasarım, planlama ve karar alma ile ilgili kuramsal yöntemleri uygulama alanlarında kullanabilmeli
12	Lojistik ve tedarik zinciri alanında kullanılan klasik ve güncel kuramları, sektördeki gelişmeleri, değişimleri ve yönelimleri göz önünde bulundurarak yorumlayabilmeli ve değerlendirebilmeli
13	İkinci bir yabancı dili orta düzeyde kullanabilmeli

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	4	3	4	5	4
PÇ2	5	2	3	5	5
PÇ3	2	4	2	5	2
PÇ4	3	3	5	1	5
PÇ5	3	2		3	2
PÇ6	3	2	1	2	
PÇ7	3	2	3	2	5
PÇ8	3	2	2	2	3
PÇ9	3	2	1	1	3
PÇ10	3	3	3	3	2
PÇ11	3	1	3	3	2
PÇ12	3	3	3	3	