AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Küresel Pazarlama Yönetimi								
Ders Kodu	İŞLE512		Ders Düzeyi	Yüksek Lisans					
AKTS Kredi	5	İş Yükü	127 *(Saat)*	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Bu dersin temel amacı ihracat pazarlaması kavramının ve ihracat modellerinin öğrenilmesi, ihracatta kontrol edilebilen ve kontrol edilemeyen faktörlerin tanınması ve pazarlama karması ile bu faktörleri yönetme becerisinin kazanılması ve bu konularda tartışmalar gerçekleştirilmesidir.								
Özet İçeriği	Bu ders işletmelerin küresel pazarlarda rekabetçi üstünlüğü elde etmesi ve sürdürebilmesi için tasarlanmış stratejileri değerlendirmek, bunlarla ilgili teorileri incelemek ve eleştirel bir bakış açısıyla gözden geçirmeye yönelik küresel pazarlamada kullanılan araçlar, teknikler ve kuramlar ile ilgilidir.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Tartışma								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar	
1	GEGEZ, Ercan A. ve Diğerleri, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yay., İstanbul, 2008.
2	KEEGAN, Warren J., Gren, Mark C., Global Marketing, Pearson Prentice Hall Inc, New Jersey, 2008.
3	BEŞELİ Nursun, İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, İGEME 1997

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Dersin konusu ve amacı, dersin işleniş şekli, Küresel Pazarlamaya Giriş
	Ön Hazırlık	KEEGAN, Warren J., Gren, Mark C., Global Marketing, Pearson Prentice Hall Inc, New Jersey, 2008. GEGEZ, Ercan A. ve Diğerleri, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yay., İstanbul, 2008. BEŞELİ Nursun, İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, İGEME 1997
2	Teorik	Küresel Pazarlama Çevresini Değerlendirmek: Ekonomik sistemler
	Ön Hazırlık	KEEGAN, Warren J., Gren, Mark C., Global Marketing, Pearson Prentice Hall Inc, New Jersey, 2008. GEGEZ, Ercan A. ve Diğerleri, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yay., İstanbul, 2008. BEŞELİ Nursun, İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, İGEME 1997
3	Teorik	Pazar Geliştirme Adımları
	Ön Hazırlık	KEEGAN, Warren J., Gren, Mark C., Global Marketing, Pearson Prentice Hall Inc, New Jersey, 2008. GEGEZ, Ercan A. ve Diğerleri, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yay., İstanbul, 2008. BEŞELİ Nursun, İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, İGEME 1997
4	Teorik	Bölgesel Pazar özellikleri ve Ticari Anlaşmalar
	Ön Hazırlık	KEEGAN, Warren J., Gren, Mark C., Global Marketing, Pearson Prentice Hall Inc, New Jersey, 2008. GEGEZ, Ercan A. ve Diğerleri, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yay., İstanbul, 2008. BEŞELİ Nursun, İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, İGEME 1997
5	Teorik	Sosyal ve Kültürel Çevre
	Ön Hazırlık	KEEGAN, Warren J., Gren, Mark C., Global Marketing, Pearson Prentice Hall Inc, New Jersey, 2008. GEGEZ, Ercan A. ve Diğerleri, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yay., İstanbul, 2008. BEŞELİ Nursun, İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, İGEME 1997
6	Teorik	Küresel pazarlamanın Politik, Yasal ve Düzenleyici Çevresi
	Ön Hazırlık	KEEGAN, Warren J., Gren, Mark C., Global Marketing, Pearson Prentice Hall Inc, New Jersey, 2008. GEGEZ, Ercan A. ve Diğerleri, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yay., İstanbul, 2008. BEŞELİ Nursun, İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, İGEME 1997
7	Teorik	Küresel Pazarlar: Küresel Bilişim Sistemleri ve Pazar araştırması
	Ön Hazırlık	KEEGAN, Warren J., Gren, Mark C., Global Marketing, Pearson Prentice Hall Inc, New Jersey, 2008. GEGEZ, Ercan A. ve Diğerleri, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yay., İstanbul, 2008. BEŞELİ Nursun, İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, İGEME 1997
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınavlar

9	Teorik	Küresel Pazarlar: Küresel Bilişim Sistemleri ve Pazar araştırması
	Ön Hazırlık	KEEGAN, Warren J., Gren, Mark C., Global Marketing, Pearson Prentice Hall Inc, New Jersey, 2008. GEGEZ, Ercan A. ve Diğerleri, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yay., İstanbul, 2008. BEŞELİ Nursun, İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, İGEME 1997
10	Teorik	İthalat, ihracat ve ihracat pazarlaması
	Ön Hazırlık	KEEGAN, Warren J., Gren, Mark C., Global Marketing, Pearson Prentice Hall Inc, New Jersey, 2008. GEGEZ, Ercan A. ve Diğerleri, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yay., İstanbul, 2008. BEŞELİ Nursun, İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, İGEME 1997
11	Teorik	Örgütsel İhracat Etkinlikleri
	Ön Hazırlık	KEEGAN, Warren J., Gren, Mark C., Global Marketing, Pearson Prentice Hall Inc, New Jersey, 2008. GEGEZ, Ercan A. ve Diğerleri, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yay., İstanbul, 2008. BEŞELİ Nursun, İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, İGEME 1997
12	Teorik	İhracat Pazarlaması Faktörleri
	Ön Hazırlık	KEEGAN, Warren J., Gren, Mark C., Global Marketing, Pearson Prentice Hall Inc, New Jersey, 2008. GEGEZ, Ercan A. ve Diğerleri, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yay., İstanbul, 2008. BEŞELİ Nursun, İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, İGEME 1997
13	Teorik	Dış Pazar Araştırması Yöntemleri
	Ön Hazırlık	KEEGAN, Warren J., Gren, Mark C., Global Marketing, Pearson Prentice Hall Inc, New Jersey, 2008. GEGEZ, Ercan A. ve Diğerleri, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yay., İstanbul, 2008. BEŞELİ Nursun, İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, İGEME 1997
14	Teorik	Dış Pazar Seçimi
	Ön Hazırlık	KEEGAN, Warren J., Gren, Mark C., Global Marketing, Pearson Prentice Hall Inc, New Jersey, 2008. GEGEZ, Ercan A. ve Diğerleri, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yay., İstanbul, 2008. BEŞELİ Nursun, İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, İGEME 1997
15	Ön Hazırlık	KEEGAN, Warren J., Gren, Mark C., Global Marketing, Pearson Prentice Hall Inc, New Jersey, 2008. GEGEZ, Ercan A. ve Diğerleri, Küresel Pazarlama Yönetimi, Beta Yay., İstanbul, 2008. BEŞELİ Nursun, İhracatta Pazarlama ve Dış Pazar Araştırması, İGEME 1997
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final Sınavı
17	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final Sınavı

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	14	2	3	70
Ara Sınav	1	25	1	26
Dönem Sonu Sınavı	1	30	1	31
			Toplam İş Yükü (Saat)	127
			Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = **AKTS Kredisi**	5

**25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.*

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	İhracat modelleri hakkında fikir sahibi olur,
2	Pazarlama karması faktörlerinin etkin olarak kullanılması konusunda stratejiler üretir,
3	Fiyat oluşturma tekniklerini kavrar,
4	Dağıtım kanalları ve pazarlamaya etkilerini anlar,
5	Küresel tutundurma stratejilerinin planlanması, uygulanması ve kontrol edilmesi sürecini analiz edebilme Küresel pazarlama alanındaki literatürü değerlendirerek araştırma önerileri sunabilmek

Program Çıktıları *(İşletme Yüksek Lisans Programı)*

1	Çeşitli Lisans derecesi almış bireylerin, İşletme temel alanlarında (Üretim Yönetimi, Pazarlama, Muhasebe-Finans, Yönetim-Organizasyon, Sayısal Yöntemler) edindiği kuramsal ve uygulamalı bilgileri kullanabilmek ve alana ilişkin orijinal fikirler geliştire
2	Makro ve mikro düzeyde finansal analizlerin yapılabilmesi; Birincil ve ikincil piyasaların analizi; işletmelerin mali yapılarının değerlendirilmesi; muhasebe kayıtlarının ve mali tabloların yorumlanabilmesi becerilerini kazandırmak.
3	Matematik, istatistik ve ekonometri modellerinin işletmecilik alanlarında kullanabilme; sayısal verilerin yorumlanabilmesi; çıktıların karar verme sürecinde kullanılabilmesi; istatistiksel tahmin metotlarını kullanabilme yeteneğinin kazandırılmak.
4	Yönetim teknikleri hakkında bilgi sahibi olmak; İşletme yönetiminde karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için bireysel ve grup üyesi olarak sorumluluk alabilmek; liderlik özelliklerine ve yöneticilerle iletişim kurabilme yeteneklerinin
5	Pazarlama temel kavramları, Pazar araştırması, Pazar payı tahmini; Pazar dilimlemesi, Pazar konumlaması, Pazar hedeflemesi konuları; pazarlama karması, Pazarlama bölümünün işletme örgütü içindeki yeri gibi konuların ve uluslararası pazarlama kavramların

6	Üretim teknikleri, üretimde güncel yaklaşımlar, üretim yönetiminin temelleri, üretim sistemleri, Üretimin yapılabilmesi için gerekli koşulları anlayabilme: istatistiksel kalite kontrol ve tedarik zinciri ile lojistik kavramlarını anlayabilme ve üretim yön
7	Öğrencilerin benzer konularda problemleri analiz ederek karar verme becerilerini, nitel ve nicel teknikler vasıtasıyla modelleyebilme, çözebilme, yorumlayabilme becerilerini kazanmalarını sağlamak.
8	İşletme temel alanlarında (Üretim Yönetimi, Pazarlama, Muhasebe-Finans, Yönetim-Organizasyon, Sayısal Yöntemler) politikalarına temel oluşturan diğer disiplinlerden yararlanabilmek ve bu disiplinlere ilişkin ileri düzeyde bilgilere sahip olmasını sağlamak
9	Alanında akademik çalışma yapabilecek bilgi ve beceriye sahip olmasını sağlamak.
10	Alanında edindiği ileri düzeydeki bilgi ve becerileri eleştirel bir yaklaşımla değerlendirebilmek, bilgiden bilgi üretebilmek, öğrenme gereksinimlerini belirleyebilmek ve öğrenme sürecini yönlendirebilmek.

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

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