

# TOROS ÜNİVERSİTESİ

İktisadi, İdari Ve Sosyal Bilimler Fakültesi  
İşletme ( İngilizce )

## Ders Bilgileri

ULUSLARARASI PAZARLAMA					
Kodu	Dönemi	Teori	Uygulama	Ulusal Kredisi	AKTS Kredisi
		Saat / Hafta			
MAN409	Güz	3	0	3	6

Ön Koşulu Olan Ders( ler )	yok
Dili	İngilizce
Türü	Seçmeli
Seviyesi	Lisans
Öğretim Elemanı( ları )	Yrd. Doç. Dr. Aslihan Yavuzalp Marangoz
Öğretim Sistemi	Yüz Yüze
Önerilen Hususlar	-
Staj Durumu	Yok
Amacı	uluslar arası pazarlamanın temel konularını güncel örnek olaylarla açıklamaktır.
İçeriği	Uluslararası pazarlara giriş nedenleri, süreci, uluslararası pazarlama karması elemanları, pazarlara giriş şekilleri, stratejiler gibi konular açıklanmaktadır.

## Dersin Öğrenim Çıktıları

#	Öğrenim Çıktıları
1	Uluslar arası Pazarlamaya ilişkin temel kavramları tanımlar.
2	uluslar arası pazarlara giriş şekilleri ve bu pazarlarda uygulanacak pazarlama karması elemanları stratejilerine (ürün, fiyat, tutundurma, dağıtım) hakim olur
3	marka stratejileri, uluslararası tüketici davranışları gibi konuları değerlendirebilir.
4	Uluslararası pazarlama konusunda uygulama örnekleri vermek
5	Uluslararası pazarlama sürecini analiz edebilme

## Haftalık Ayrıntılı Ders İçeriği

#	Konular	Öğretim Yöntem ve Teknikleri
1	Pazarlamanın konusu, kapsamı, gelişimi	Ders anlatımı
2	"Uluslararası Pazarlama kavramı, Uluslararası Pazarlamaya Giriş Nedenleri, Uluslararası Pazarlamaya Giriş Stratejileri Pazarlama çevresi, stratejik pazarlama planlaması"	Ders anlatımı
3	İhracata, Sözleşmeye ve Yatırıma Dayalı Giriş Stratejileri	Ders anlatımı
4	Uluslararası Pazarlama Çevresi	Ders anlatımı
5	Uluslararası Pazarlama Bilgi Sistemi	Ders anlatımı
6	Pazar bölümlendirme	Ders anlatımı
7	Uluslar arası Pazarlarda Tüketici Davranışları	Ders anlatımı
8	Konu tekrarı ve arasınav	İnteraktif
9	Ürün stratejileri	Ders anlatımı
10	Fiyatlandırma stratejileri	Ders anlatımı
11	Tutundurma stratejileri	Ders anlatımı

12	Dağıtım Stratejileri	Ders anlatımı
13	Final projesi sunumları	İnteraktif
14	Final projesi sunumları	İnteraktif
15	Final projesi sunumları	İnteraktif
16	Son Sınav	İnteraktif

## Resources

#	Malzeme / Kaynak Adı	Kaynak Hakkında Bilgi	Referans / Önerilen Kaynak
1	International Marketing, Michael Czinkota		
2	Uluslar arası Pazarlama, Mehmet Karafakioğlu		

## Ölçme ve Değerlendirme Sistemi

#	Ağırlık	Çalışma Türü	Çalışma Adı
1	%40	Ara Sınav	Ara Sınav
2	%60	Son Sınav	Son Sınav

## Dersin Öğrenim Çıktıları ve Program Yeterlilikleri ile İlişkileri

#	Öğrenim Çıktıları	Program Çıktıları	Ölçme ve Değerlendirme
1	Uluslar arası Pazarlamaya ilişkin temel kavramları tanımlar.	9,14	1,2
2	uluslar arası pazarlara giriş şekilleri ve bu pazarlarda uygulanacak pazarlama karması elemanları stratejilerine (ürün, fiyat, tutundurma, dağıtım) hakim olur	2,9	1,2
3	marka stratejileri, uluslararası tüketici davranışları gibi konuları değerlendirebilir.	4,10,14	1,2
4	Uluslararası pazarlama konusunda uygulama örnekleri vermek	2,10,13	1,2
5	Uluslararası pazarlama sürecini analiz edebilme	8,12,13	1,2

Not: Ölçme ve Değerlendirme sütununda belirtilen sayılar, bir üstte bulunan Ölçme ve Değerlendirme Sistemi başlıklı tabloda belirtilen çalışmaları işaret etmektedir.

## İş Yükü Detayları

#	Etkinlik	Adet	Süre (Saat)	İş Yükü
1	Ders Süresi	14	3	42
2	Sınıf Dışı Ders Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	14	3	42
3	Sunum ve Seminer Hazırlama	1	20	20
4	İnternette tarama, kütüphane ve arşiv çalışması	0	0	0
5	Belge/Bilgi listeleri oluşturma	0	0	0
6	Atölye	0	0	0
7	Ara Sınav için Hazırlık	1	18	18
8	Ara Sınav	1	2	2
9	Kısa Sınav	0	0	0
10	Ödev	1	6	6
11	Ara Proje	0	0	0
12	Ara Uygulama	0	0	0
13	Son Proje	0	0	0
14	Son Uygulama	0	0	0
15	Son Sınav için Hazırlık	1	20	20

16	Son Sınav	0	0	0
				<b>150</b>