

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Global Pazarlama	1204451	IV	2+0	2	2
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Dersin amacı öğrencilerin global pazarlama stratejileri ve yönetimini iş hayatında başarıyla hayata geçirebilmeleri için; ulusal ve uluslararası pazarları iyi analiz edebilmeleri, pazarlama süreçlerini izleyebilmeleri; global pazarlarda ürün ve marka stratejilerini doğru analiz edebilmeleri; global pazarlarda stratejik anlamda doğru enstrümanları kullanabilmeleri için, Dünya'dan ve Ülkemizden örnek vakaları irdeleyerek atılacakları iş yaşamlarında uygulayabilmelerini sağlamaktır. Ayrıca öğrencilerin günümüz piyasa şartlarını özümseyerek analiz yapabilecekleri fırsatlar da yaratılarak kendilerini iş hayatına hazırlamaları da hedeflenmektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları	Bu Dersin Sonunda Öğrenci; 1.Pazarlama karmaşasının tamamını kavrar, 2.Global pazarlama faaliyetlerinin belirlenmesine katkıda bulunur 3.Bir firmanın ürün veya hizmetleri ile global pazarlara açılabilmesi için ve/veya global pazarlarda faaliyetini devam ettirebilmesi için, mevcut ulusal ve uluslararası piyasa verileri ile analiz yapar 4.Ürün veya markanın özellikleri itibari ile pazara uyum sağlayabilmesi için pazarı analiz eder, 5.Ülkeler arasındaki sosyal, ekonomik ve kültürel değerlerin ne derecede önemli olduğunu fark eder, 6.farklı ülkelerin uyguladığı ithalat ve ihracat rejimlerinin global pazarlama üzerindeki etkisini öğrenir,				
Dersin İçeriği	Global pazarlamaya giriş ve bazı temel kavramlar; global pazarlama araştırması; global pazarlamada pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçimi; global pazarlamada mamul politikası; global pazarlamada fiyatlama; global pazarlamada dağıtım kanalları; global pazarlamada tutundurma faaliyetleri; İthalat ve ihracat işlemleri ve yönetimi				
Haftalar	Konular				
1	Uluslararası Pazarlamaya Giriş, Temel Bilgiler, Kavramlar				
2	Uluslararası Pazarlamada Ana Kararlar, Pazar Çevresi				
3	Satın Almada Karar Verme Modelleri				
4	Uluslararası Mal / Ürün Politikaları				
5	Uluslararası Mal / Ürün Dizisini Geliştirme				
6	Uluslararası Pazarlamada Fiyatlama ve Ödeme Şekilleri				
7	Ara sınav				
8	Uluslararası Pazarlamada Mamul Politikası				
9	Uluslararası Pazarlamada Dağıtım Kanalları				
10	Uluslararası Pazarlamada Tutundurma Faaliyetleri				
11	Uluslararası Pazarlamada Tutundurma Faaliyetleri				
12	Uluslararası Pazarlamada Pazarlama Araştırmaları				
13	İthalat ve İhracat İşlemleri ve Yönetimi				
14	İthalat ve İhracat İşlemleri ve Yönetimi				
Genel Yeterlilikler					
Dersin ana konularını anlar ve günlük ve iş hayatı alanı uygulamalarında kullanabilmek, Öğretim ortamın göre, uygun öğretim teknolojileri seçebilmek, İşleyeceği dersin özelliğine göre, uyum materyal tasarlama ve kullanabilmek, Öğretim materyalini tasarlamada tasarım ilke ve öğelerini doğru kullanabilmek, Tasarlanan öğretim materyallerini uygun yöntemlerle değerlendirebilmek					
Kaynaklar					
Karafakioğlu, M. (1990). <i>Uluslararası Pazarlama Yönetimi</i> , İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.					
Değerlendirme Sistemi					
Arasınav: %40 Final: %60 Bütünleme:					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
ÖÇ1	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3
ÖÇ2	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	2	4	5	4
ÖÇ3	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	3	3	3	4	5
ÖÇ4	3	5	4	2	3	4	4	5	3	4	2	4	4	3	4
ÖÇ5	4	3	2	3	4	4	5	5	4	3	4	3	3	3	5
ÖÇ6	4	3	2	3	5	3	5	4	3	4	5	3	4	4	5
ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları															
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek		

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
Global Pazarlama	4	4	3	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4