

ULUSLARARASI PAZARLAMA

1	Ders Adı:	ULUSLARARASI PAZARLAMA
2	Ders Kodu:	ISL4310
3	Ders Türü:	Seçmeli
4	Ders Seviyesi	Lisans
5	Dersin Verildiği Yıl:	4
6	Dersin Verildiği Yarıyıl	8
7	Dersin AKTS Kredisi:	5.00
8	Teorik Ders Saati (saat/Hafta)	3.00
9	Uygulama Ders Saati(saat/Hafta)	0.00
10	Laboratuvar Ders Saati (saat/hafta) :	0
11	Dersin Önkoşulu:	Yok
12	Dersin Dili:	Türkçe
13	Dersin Veriliş Şekli:	Yüz yüze
14	Dersin Koordinatörü:	Prof. Dr. MURAT HAKAN ALTINTAŞ
15	Dersi Veren Diğer Öğretim Elemanları:	Prof. Dr. Hakan Altıntaş Doç. Dr. Erkan ÖZDEMİR Doç. Dr. Çağatan Taşkın
16	Koordinatör İletişim Bilgileri:	mhakan@uludag.edu.tr, 0 224 2941066, Uludağ Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü
17	Dersin WEB adresi:	
18	Dersin Amacı:	Sürekli bir gelişim ve değişim içinde olan dünyamızda işletmelerin uygulaması gereken uluslararası pazarlama stratejilerini öğretmek
19	Dersin Mesleki Gelişime Katkısı:	
20	Dersin Öğrenme Kazanımları:	
	1	İşletmeler için uluslararası pazarlamanın önemini kavrayabilme
	2	Küresel pazarlarda işletmelerin karşılaşılabilecekleri pazarlama sorunlarını analiz etme ve bu sorunlara çözümler üretme
	3	Uluslararası pazarlama uygulamaları için gerekli teknikleri uygulayabilme
	4	Uluslararası boyutta tüketici pazarlarını ve endüstriyel pazarları tanımlayabilme
	5	İşletmelerin uluslararası ölçekte hedef pazarlarıyla nasıl iletişim kurabileceklerini kavrama
	6	Pazarlama fonksiyonuyla ilgili sayısal verileri analiz etme ve bu bilgileri uluslararası ölçekte yorumlayabilme
	7	Pazarlama bilgilerini etkin bir uluslararası pazarlama planı oluşturmada kullanabilme
	8	Yeni pazarlama trendlerini kavrayabilme
	9	İhracat işlemlerini kavrayabilme
	10	İthalat işlemlerini kavrayabilme
21	Dersin İçeriği:	
Hafta	DERS İÇERİKLERİ	
	Teorik	Uygulama
1	Uluslararası pazarlamada temel kavramlar	

2	Uluslararası pazarlamayı etkileyen çevresel faktörler	
3	Uluslararası pazarlama planlaması	
4	Uluslararası pazarlama araştırması	
5	Uluslararası pazar bölümlendirme ve konumlandırma	
6	Uluslararası pazarlamada mamul	
7	Uluslararası pazarlamada markalama (Ara Sınav)	
8	Uluslararası pazarlamada fiyatlama karar süreci	
9	Uluslararası pazarlamada fiyatlama stratejileri	
10	Uluslararası pazarlamada dağıtım	
11	Uluslararası pazarlamada reklamcılık	
12	Uluslararası pazarlamada kişisel satış	
13	İthalat işlemleri ve yönetimi	
14	İhracat işlemleri ve yönetimi	

22	Ders Kitabı, Referanslar ve/veya Diğer Kaynaklar:	Ömer Akat, Uluslararası Pazarlama.
----	---	------------------------------------

23	Değerlendirme	
----	---------------	--

YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALAR	SAYISI	KATKI YÜZDESİ
Ara Sınav	1	40.00
Kısa Sınav	0	0.00
Ödev	0	0.00
Yıl Sonu Sınavı	1	60.00
Toplam	2	100.00
Yıl içi çalışmalarının Başarıya Oranı		40.00
Finalin Başarıya Oranı		60.00
Toplam		100.00
Kullanılan Ölçme ve Değerlendirme Yaklaşımları		

24	AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU	
----	------------------------	--

ETKİNLİK	SAYISI	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (Saat)
Teorik Dersler	14	3.00	42.00
Uygulamalı Dersler	0	0.00	0.00
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	14	2.00	28.00
Ödevler	0	0.00	0.00
Projeler	0	0.00	0.00
Arazi Çalışmaları	0	0.00	0.00
Arasınavlar	1	15.00	15.00
Diğer	1	45.00	45.00
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	20.00	20.00
Toplam İş Yüğü			150.00
Toplam İş Yüğü / 30 saat			5.00
Dersin AKTS Kredisi			5.00

25	PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLE DERS ÖĞRETİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13	PY14	PY15	PY16
ÖK1	4	3	0	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK2	3	5	4	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK3	0	0	4	5	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK4	0	0	4	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK5	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK6	5	0	4	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK7	0	0	5	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK8	0	3	3	4	0	0	0	5	0	0	4	4	0	0	0	0
ÖK9	0	4	4	3	0	0	0	5	0	0	4	4	0	0	0	0
ÖK10	0	4	4	4	0	0	0	5	0	0	4	4	0	0	0	0
ÖK: Öğrenme kazanımlar PY: Program yeterlilikleri																
Katkı Düzeyi:	1 çok düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek			