



Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yerel Kredi	AKTS	Ders (saat/hafta)	Uygulama (saat/hafta)	Laboratuvar (saat/hafta)
Global Pazarlama Yönetimi	ISL5134	3	7.5	3	0	0

Önkoşullar	Yok
------------	-----

Yarıyıl	Bahar
---------	-------

Dersin Dili	İngilizce, Türkçe
Dersin Seviyesi	Yüksek Lisans Seviyesi
Ders Kategorisi	Uzmanlık/Alan Dersleri
Dersin Veriliş Şekli	Yüz yüze

Dersi Sunan Akademik Birim	İşletme Bölümü
Dersin Koordinatörü	Atanmamış
Dersi Veren(ler)	İbrahim Kırcova
Asistan(lar)ı	

Dersin Amacı	Uluslararası pazarlama alanına ilişkin bilgi eksikliklerini gidererek , uluslararası pazarlama uygulamaları hakkında gerekli bilgileri vermek.
Dersin İçeriği	İhracattan uluslararası Pazarlamaya Geçiş/ Uluslararası Pazar Araştırmaları/İhracatta Uygun Ürünün Geliştirilmesi/Uluslararası Pazarlama Stratejileri/Stratejik Odaklaşma/ Stratejiden Organizasyona Geçiş/İhracat Sigorta İşlemleri/Banka İşlemleri/Tanıtım/ Yeni Pazarlar/Çeşitli Ülkelerden Uygulamalar.
Opsiyonel Program Bileşenleri	Yok

Ders Öğrenim Çıktıları

1	Uluslararası pazarlama ve küresel pazarlama anlayışları ayrıştırılır.
2	Uluslararası pazarlama çevresi tanımlanır.
3	Glokalizasyon kavramı tartışılır.
4	Uluslararası pazarlara giriş stratejileri incelenir.

Haftalık Konular ve İlgili Ön Hazırlık Çalışmaları

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Uluslar arası Pazarlama Kavramı, Müşteri İhtiyaçları, Rekabet ve Küresel Pazar	Ders kitabı sy. 1-26
2	Uluslar arası Pazarlama Çevresi; Ekonomik Çevre, Kültürel Çevre, Politik ve Yasal Çevre, Finansal Çevre, Ulusal ve Uluslar arası Ticarete Dünya ekonomisini düzenleyen kurumlar	Ders kitabı sy. 27-52
3	Uluslararası Pazarlama Araştırmaları, Pazarlama araştırmaları ile Elde Edilen Bilgilerin Önemi	Ders kitabı sy. 72-87
4	Uluslar arası pazarlamada Pazar bölümlendirme gereksini, Pazar bölümlendirme ve hedef Pazar seçiminde kriterler	Ders kitabı sy. 150-168
5	Pazarlama planının önemi, küresel pazarlama planları ve stratejileri	Ders kitabı sy. 169-184
6	Uluslararası pazarlamada ürün özellikleri, ürün hattı yönetimi	Ders kitabı sy. 185-193

7	Uluslar arası pazarlamada pazara giriş stratejileri	Ders kitabı sy. 248-267
8	Midterm 1	Ders kitapları ve güncel uygulamadan örnekler
9	Uluslar arası pazarlamada yeni ürün geliştirme, paketlenme, endüstriyel mülkiyet hakları, garantiler ve hizmet koşulları	Ders kitabı sy. 193-210
10	Uluslar arası fiyatlandırma ve fiyatlamada yükümlülüklerin paylaşımında önemli faktörler	Ders kitabı sy. 354-360
11	Uluslar arası fiyatlandırma yöntemleri, ihracatta fiyatlandırma ve uluslar arası pazarlarda fiyat baskısı	Ders kitabı sy. 360-374
12	Stratejik ortaklıklar	Ders kitabı sy. 283-307
13	Uluslar arası pazarlamada dağıtım, doğrudan ve dolaylı ihracat, dışarıda üretim, uluslar arası dağıtım kanalları seçimi, lojistik	Ders kitabı sy. 326-353
14	Uluslar arası pazarlama iletişimi ve tutundurma karması	Ders kitabı sy. 375-395
15	Final	Ders kitabı sy. 396-409

Değerlendirme Sistemi

Etkinlikler	Sayı	Katkı Payı
Devam/Katılım		
Laboratuvar		
Uygulama		
Arazi Çalışması		
Derse Özgü Staj		
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği		
Ödev	1	30
Sunum/Jüri		
Projeler		
Seminer/Workshop		
Ara Sınavlar	1	30
Final	1	40
Dönem İçi Çalışmaların Başarı Notuna Katkısı		60
Final Sınavının Başarı Notuna Katkısı		40
TOPLAM		100

AKTS İşyükü Tablosu

Etkinlikler	Sayı	Süresi (Saat)	Toplam İşyükü
Ders Saati	14	3	42
Laboratuvar			
Uygulama			
Arazi Çalışması			
Sınıf Dışı Ders Çalışması	14	5	70
Derse Özgü Staj			

Ödev	1	50	50
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği			
Projeler	1	40	40
Sunum / Seminer			
Ara Sınavlar (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	10	10
Final (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	10	10
Toplam İşyükü			222
Toplam İşyükü / 30(s)			7.40
AKTS Kredisi			7.5

Diğer Notlar	Yok
--------------	-----