|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***ÇAĞ UNIVERSITY***  ***FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES*** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Kodu** | | | | **Ders Adı** | | | | | | | **Kredisi** | | | | | **AKTS** | |
| **MAN 568** | | | | ULUSLARARASI PAZARLAMA | | | | | | | 3 (3-0-0) | | | | | 7 | |
| **Önkoşul Dersler** | | | | | | | Yok | | | | | | | | | | |
| **Dersin Dili** | | | | | | | Türkçe | | **Ders İşleme Tarzı** | | | | Yüz Yüze | | | | |
| **Dersin Türü /Düzeyi** | | | | | | | Zorunlu / 1.Yıl / Güz Dönemi | | | | | | | | | | |
| **Öğretim Üyeleri** | | | | | **Unvanı & Adı Soyadı** | | | **Ders Saati** | | | | **Görüşme Saatleri** | | | | **İletişim** | |
| **Dersin Koordinatörü** | | | | | Dr. Öğr. Üyesi Murat Gülmez | | |  | | | |  | | | | [**unalay@cag.edu.tr**](mailto:unalay@cag.edu.tr) | |
| **Dersin Amacı** | | | | | **Bu dersin amacı uluslararası bir pazara uygun pazarlama stratejilerini geliştirebilmek ve bu pazarı analiz edebilmek için gerekli olan pazarlama kavramlarını ve teorilerini küresel bir boyutta inceleyerek yorunlamak; uluslararası pazarlama ve stratejileri hakkında bilgi sahibi olmak; ürün, fiyat, dağıtım ve iletişim stratejilerini uluslararası pazarlarda uygulama becerileri kazandırmaktır.** | | | | | | | | | | | | |
| **Ders Öğrenme Çıktıları** | |  | Bu dersi başarıyla tamamlayan öğrenciler; | | | | | | | | | | | | **İlişkiler** | | |
| **Program çıktıları** | | **Net etki** |
| 1 | Uluslararası pazarlama terimlerini ve tanımlarını açıklayabilir | | | | | | | | | | | | 3 | | 4 |
| 2 | Uluslararası pazarlamayı etkileyen ekonomik, yasal, politik, sosyal çevre gibi dinamikleri açıklayabilir | | | | | | | | | | | | 3 | | 4 |
| 3 | Uluslararası pazarlamaya ait stratejileri tartışabilir | | | | | | | | | | | | 4 | | 5 |
| 4 | Uluslararası pazarlamada hedef kitle seçimi, bölümlendirme ve konumlandırma konularını açıklayabilir | | | | | | | | | | | | 6,9 | | 4 |
| 5 | Uluslararası pazarlamada ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma konularını açıklayabilir | | | | | | | | | | | | 2,6 | | 5 |
| **Dersin İçeriği:** Uluslararası pazarlama tanım ve kavramları, küreselleşme, küresel pazarlama çevresi (politik, yasal, kültürel, sosyal, ekonomik çevre), pazara giriş ve büyüme stratejileri, hedef pazar analizi, hedef pazara uygun ürün, fiyat, dağıtım ve iletişim stratejilerinin belirlenmesi, uluslararası pazarlama stratejilerinin uygulanması, bu derste detaylı olarak ele alınacak konulardır. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Ders İçerikleri ( Haftalık Ders Planı)** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Hafta** | **Konu** | | | | | | | | | **Hazırlık** | | | | **Öğrenme Aktiviteleri ve Öğretim Metotları** | | | |
| **1** | Dersle ilgili genel bilgi, uluslararası pazarlama tanımı, gelişimi ve temel kavramları | | | | | | | | |  | | | | Yansılı Düz Anlatım & Gösteri | | | |
| **2** | Küresel pazarlama çevresi | | | | | | | | |  | | | | Yansılı Düz Anlatım & Gösteri | | | |
| **3** | Küresel pazarlara giriş ve büyüme stratejileri | | | | | | | | |  | | | | Yansılı Düz Anlatım & Gösteri | | | |
| **4** | Küresel pazarlamada rekabetçi üstünlük | | | | | | | | |  | | | | Yansılı Düz Anlatım & Gösteri | | | |
| **5** | Küresel pazarlamada bölümlendirme, hedef Pazar seçimi ve konumlandırma | | | | | | | | |  | | | | Yansılı Düz Anlatım & Gösteri | | | |
| **6** | Küresel marka ve ürün stratejileri | | | | | | | | |  | | | | Yansılı Düz Anlatım & Gösteri | | | |
| **7** | Küresel fiyatlandırma stratejileri | | | | | | | | |  | | | | Sunum&Tartışma | | | |
| **8** | Küresel dağıtım kanalları | | | | | | | | |  | | | | Sunum | | | |
| **9** | Küresel dağıtım kanalları devam | | | | | | | | |  | | | | Sunum | | | |
| **10** | Küresel pazarlama iletişimi | | | | | | | | |  | | | | Yansılı Düz Anlatım & Gösteri | | | |
| **11** | Küresel pazarlama iletişimi devam | | | | | | | | |  | | | | Yansılı Düz Anlatım & Gösteri | | | |
| **12** | Uluslararası pazarlama stratejileri, yönetimi ve uygulaması | | | | | | | | |  | | | | Yansılı Düz Anlatım & Gösteri | | | |
| **13** | Proje Sunumları | | | | | | | | |  | | | | Yansılı Düz Anlatım & Proje Sunumu | | | |
| **14** | Proje değerlendirmesi | | | | | | | | |  | | | | Yansılı Düz Anlatım & Proje Sunumu | | | |
| **15** | Final sınavı için genel tekrar | | | | | | | | |  | | | | Yansılı Düz Anlatım & Gösteri | | | |
| **16** | Final | | | | | | | | |  | | | |  | | | |
| **KAYNAKLAR** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Ders Kitabı** | | | | | | Global Marketing (2017), Warren J. Keegan and Mark C. Green, 9th ed., Pearson. | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | |  | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | |  | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | |