

Dersin Adı	Ders Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
Global Pazarlama	1106330	III	2+0	2	2
Ön Koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Önlisans				
Dersin Türü	Mesleki Ders				
Dersin Koordinatörleri					
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 sağlamaktır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenci; 1. Küresel pazarlar ile ilgili temel bilgileri edinir. 2. Öğrenciler farklı pazarların siyasi yapılarının pazara etkilerinin önemini kavrar. 3. Öğrenciler pazara girecekleri ülkenin kültürel hassasiyetlerinin önemini kavrar. 4. Öğrenciler ürün veya markanın özellikleri itibari ile pazara uyum sağlayabilmesi için pazarı analiz etmeyi öğrenir. 5. Ülkelerin uyguladığı ithalat ve ihracat rejimlerinin global pazarlama üzerindeki etkisini öğrenir. 6. Öğrenciler pazara girecekleri ülkelerde var olan kurumlarla ortaklık yapmanın önemini kavrar.				
Derin İçeriği	Küresel pazarların ekonomik sosyo-kültürel ve siyasi yapıları, Yeni pazarlara giriş stratejileri.				
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 Mamül 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					
1-Küresel pazarların yapısını anlayabilir 2-Yeni pazarlara uygun satış ve pazarlama stratejileri geliştirebilir 3-Küresel pazarlarda rekabetçi olabilmenin gerektirdiği yöntemleri uygulayabilir.					
Kaynaklar					
Tatlıdil, R. (20105). <i>Küresel Pazarlama</i> , Nobel Akademik Yayıncılık.					
Değerlendirme Sistemi					
Ara sınav: % 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
ÖÇ1	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4
ÖÇ2	3	5	3	4	4	5	4	5	4	3	5	3
ÖÇ3	3	4	3	3	3	3	5	3	3	3	5	3
ÖÇ4	4	4	5	3	3	3	5	4	3	3	5	3
ÖÇ5	4	4	3	3	3	5	3	3	5	3	5	3
ÖÇ6	3	5	3	5	4	3	5	3	3	3	5	3
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

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