

## İçerik

| Ders Kodu | Dersin Adı             | Yarıyıl | Teori | Uygulama | Lab | Kredisi | AKTS |
|-----------|------------------------|---------|-------|----------|-----|---------|------|
| G584      | Uluslararası Pazarlama | 2       | 3     | 0        | 0   | 3       | 6    |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Ön Koşul              |  |
| Derse Kabul Koşulları |  |

|               |  |
|---------------|--|
| Dersin Dili   | Türkçe   |
| Türü          | Seçmeli  |
| Dersin Düzeyi | Yüksek Lisans  |
| Dersin Amacı  | Bu dersin amacı uluslararası pazarlama yönetiminin temel ilkelerini ve stratejilerini öğretmektir. Bu kapsamda öğrencilerin küresel çevre unsurlarını anlaması ve analiz etmesi, pazara giriş stratejileri geliştirebilmesi ve uluslararası pazarlara yönelik olarak pazarlama karması unsurlarını analiz ederek politika ve stratejileri planlayabilmesi hedeflenmektedir.  |
| İçerik        | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Hafta: Küreselleşme</li><li>2. Hafta: Küreselleşme</li><li>3. Hafta: Ekonomik ve finansal çevre</li><li>4. Hafta: Kültürel, yasal ve politik çevre</li><li>5. Hafta: Küresel pazarlama araştırması, küresel bölümlendirme ve konumlandırma</li><li>6. Hafta: Küresel Pazarlama Stratejileri</li><li>7. Hafta: Pazara Giriş</li><li>8. Hafta: Ara sınav</li><li>9. Hafta: Ürün Geliştirme</li><li>10. Hafta: Fiyatlandırma</li><li>11. Hafta: Satış</li><li>12. Hafta: İletişim Dağıtım</li><li>13. Hafta: Gelişen Pazarlar</li><li>14. Hafta: İthalat İhracat</li></ol> |
| Kaynaklar     | Masaaki Kotabe ve Kristiaan Helsen, "Global Marketing Management", 4th edition, USA: John Wiley and Sons Inc.  |

## Teori Konu Başlıkları

| Hafta | Konu Başlıkları |
|-------|-----------------|
| 1     | Küreselleşme    |
| 2     | Küreselleşme    |

| <b>Hafta</b> | <b>Konu Başlıkları</b>   |
|--------------|--|
| 3            | Ekonomik Çevre Finansal Çevre  |
| 4            | Kültürel Çevre Yasal ve Politik Çevre                                |
| 5            | Küresel Pazarlama Araştırması Küresel Bölümlendirme ve Konumlandırma |
| 6            | Küresel Pazarlama Stratejileri                                       |
| 7            | Pazara Giriş Stratejileri  |
| 8            | Arasınava  |
| 9            | Ürün Geliştirme  |
| 10           | Fiyatlandırma  |
| 11           | Satış  |
| 12           | İletişim Dağıtım   |
| 13           | Gelişen Pazarlar   |
| 14           | İthalat İhracat  |