

Dersin Adı/Kodu	: Uluslararası Pazarlama Stratejileri
Öğretim Üyesi	: Yrd. Doç. Dr. Fatih GEÇTİ
Telefon (dahili)	: 5741
E-mail	: fgecti@yalova.edu.tr
Web sitesi	: http://man.yalova.edu.tr/
Ofis Saatleri	:

Bu dersin amacı uluslararası pazarlama yönetimine ilişkin bilgiler vererek yoğun rekabetin yaşandığı günümüz uluslararası pazarlarında başarılı olabilmek için gereken stratejiler hakkında kapsamlı bir bakış açısı kazandırmaktır. Bu bağlamda bu dersle uluslararası pazarlama kavramı, uluslararası pazarlama karmaşı bileşenleri (ürün, fiyat, tutundurma, dağıtım) ve bu bileşenlere ilişkin stratejiler, uluslararası pazarlama araştırmaları, uluslararası pazarlama planı, uluslararası tüketici davranışları, uluslararası pazarlamada örgütlenme ve kontrol gibi konularda bilgi edinilmesi ve bu konularla ilgili mevcut bilgilerin zenginleştirilmesi hedeflenmektedir.

Dersin Çıktıları

Dersi tamamlayan öğrencinin:

1. Uluslararası pazarlama yönetimiyle ilgili temel kavramları öğrenmesi
2. Uluslararası pazarlamayı oluşturan temel bileşenleri öğrenmesi
3. Uluslararası pazarlama yöneticilerinin uyguladıkları stratejileri öğrenmesi
4. Uluslararası pazarlama yönetimine ilişkin mevcut veya geliştirilebilecek örnek olaylar hakkında yorum yapabilme becerisi kazanması
5. Uluslararası pazarlama stratejileri geliştirmek için gereken analiz yeteneğinin geliştirilmesi beklenmektedir.

Yöntem

Dersi öğretim üyesi belirlenen plana göre sunar. Öğrencilerin de sorulara ve tartışmalara aktif bir şekilde katılımı beklenmektedir.

Ders Kitapları

- Uluslararası Pazarlama Yönetimi, Teori, Uygulama ve Örnek Olaylar (2012). Mehmet Karafakioğlu. Beta Yayınları
- Uluslararası Pazarlama-İlkeler ve Uygulamalar (2011). Cem Kozlu. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları

Derse Devam

Derslere devamlı olarak katılım derste başarı elde etmenin ve dersi başarıyla tamamlamanın öncelikli koşuludur. Öğrencilerin derse zamanında gelmesi ve dersin sonuna kadar sınıfta bulunmaları gerekmektedir.

Dersle İlgili Değişiklikler

Öğretim üyesi gerekli gördüğü durumlarda ders planında değişiklikler yapabilir.

Dersin İçeriği

Tarih	Konu	Bölüm	Ödevler	Değerlendirme
	Uluslararası pazarlamaya giriş			
	Uluslararası pazarlama faaliyetlerinin planlanması			
	Uluslararası tüketici davranışları			
	Uluslararası pazarlama araştırmaları			
	Uluslararası mal politikaları			
	Uluslararası fiyatlandırma kararları ve ödeme şekilleri			
	VİZE			
	Uluslararası pazarlamada tutumdurma araçları			
	Uluslararası pazarlamada dağıtım kanalları			
	Uluslararası pazarlamada örgütlenme ve kontrol			
	Uluslararası pazarlama stratejileri			
	Yeni pazarlar, yeni vizyonlar			
	Vaka analizleri			
	<i>Öğrenci Sunumları</i>			
	<i>Öğrenci Sunumları</i>			
	FİNAL			

Değerlendirme Yöntem ve Araçları

Sınavlar derslerde anlatılan sunumlardan ve dersin kitaplarında yer alan konulardan hazırlanacak soruları içerecektir.

Vize: % 30 -Ödev: % 20- Final Sınavı: % 50

Derse Katılım ve Ödevler

Öğrencilerin derslere hazırlıklı gelmesi gerekmektedir. Bunun için kitaplardaki ilgili bölümün okunması öğrencilerin görevidir. Öğrenciler öncelikle ödev listesinde yer alan konulardan birini seçerek konu hakkında araştırma yapacak ve araştırmasını rapor şeklinde teslim edeceklerdir. Ayrıca araştırma konuları son iki hafta içerisinde sunumlar şeklinde de anlatılacaktır. Öğrencinin verilen ödevi yapması zorunludur.

Akademik Dürüstlük

Akademik açıdan etik davranmayan öğrencilere müsamaha gösterilmeyecektir. Kopya, aldatma, hile veya aşırma yapan öğrenci dersten “FF” alacaktır.