

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Temel uluslararası pazarlama kavramını ve uluslararası ticareti, uluslar arası bütünleşmeleri, uluslararası pazarlama çevresini, uluslararası pazarlama stratejilerini ve uluslararası pazarlamadaki pazarlama karması (ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma) stratejilerini öğretmektir.

Dersin İçeriği

Uluslararası pazarlamanın tanımı ve önemi, uluslararasılaşma süreci, uluslararası pazarlama çevresi, uluslararası pazarlama stratejileri, ürün kararları ve stratejileri, marka seçimi, marka ve stratejileri, ambalajlama ve etiketleme, fiyatlandırma stratejileri, dağıtım stratejileri, tutundurma stratejileri, uluslararası pazarlama organizasyonu.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Dilber Ulaş, Ankara Üniversitesi Açık Ders Malzemeleri (2023)
 Dilber Ulaş, Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejisi Olarak Ortak Girişimler Ve Türkiye Uygulamaları, Turhan Kitabevi, 2003

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Uluslararası pazarlama (Tanım ve Kapsam) Anlatma Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi, Rapor Hazırlama, Proje Sunumu Pazarlama Çevresi Anlatma Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi, Rapor Hazırlama, Proje Sunumu Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri Anlatma Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi, Rapor Hazırlama, Proje Sunumu İhracatçı ve İhracat Stratejisinin Önemi Anlatma Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi, Rapor Hazırlama, Proje Sunumu Hedef Ülke Pazarı Seçimi Anlatma Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi, Rapor Hazırlama, Proje Sunumu Marka Oluşturmak ve Franchising Stratejisi Anlatma Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi, Rapor Hazırlama, Proje Sunumu Küresel Marka Oluşturmak Anlatma Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi, Rapor Hazırlama, Proje Sunumu Menşe Ülke Etkisi (Country of Origin Effect) Anlatma Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi, Rapor Hazırlama, Proje Sunumu Uluslararası Reklam Stratejileri Anlatma Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi, Rapor Hazırlama, Proje Sunumu Uluslararası Fiyatlandırma Anlatma Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi, Rapor Hazırlama, Proje Sunumu Uluslararası Dağıtım Kararları Anlatma Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi, Rapor Hazırlama, Proje Sunumu Ortak Girişim (Joint Venture) Tercihleri Anlatma Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi, Rapor Hazırlama, Proje Sunumu Uluslararası Ürün & Mesaj Stratejileri (Standardizasyon vs Uyarlama) Anlatma Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi, Rapor Hazırlama, Proje Sunumu Proje Sunumları (Öğrenci Sunumları) Proje Sunumu, Grup Çalışmaları, Tartışma

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Ders İçin Önerilen Başka husus bulunmamaktadır.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğretim elemanı yardımcısı bulunmamaktadır.

Dersin Verilişi

Yüz yüze eğitim öğretim yapılmaktadır.

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Dr. Tarık Karamolla

Program Çıktısı

1. Uluslararası pazarlamada kullanılan mal stratejilerine hakim olmak
2. Uluslararası pazarlamada fiyat belirleme bilgisinin kazandırılması
3. Uluslararası pazarlamada kullanılan dağıtım kanalları arasında seçim yapabilmek
4. Uluslararası pazarlama araştırması tekniklerini kullanabilmek

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Öğretim		Uygulama
		Laboratuvar	Metodları	
1	https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=50829 (Sayfa 2-15)			Uluslararası Pazarlama Kavramlarına Bakış
2	https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=50831 (Sayfa 2-10)			İşletme ve Pazarlama Çevresi
3	https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=50833 (Sayfa 2-11)			Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri
4	https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=50834 (Sayfa 2-9)			Uluslararası Pazarlamada İhracat Stratejisinin Önemi
5	https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=50835 (Sayfa 2-10)			Uluslararası Pazarlamada Hedef Ülke Pazarı Seçimi
6	https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=50836 (Sayfa 2-9)			Uluslararası Pazarlamada Marka Oluşturmak ve Franchising Stratejisini Kullanma
7	https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=50837 (Sayfa 2-7)			Küresel Marka Oluşturmak
8				ARA SINAV
9	https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=50838 (Sayfa 2-6)			Menşei Ülke
10	https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=50839 (Sayfa 2-8)			Uluslararası Reklam Stratejileri
11	https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=50843 (Sayfa 2-6)			Uluslararası Dağıtım
12	https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=50844 (Sayfa 2-9)			Uluslararası Pazarlamada Tutundurma
13	https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=50845 (Sayfa 2-8)			Uluslararası Pazarlamada Pazarlama Karması
14				Kavramların Genel Tekrarı
15				FİNAL SINAVI

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Vize	9	1,00
Final	9	1,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	10	2,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	8	2,00
Ara Sınav Hazırlık	8	2,00
Final Sınavı Hazırlık	10	2,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

	P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14	P.Ç. 15	P.Ç. 16
Ö.Ç. 1	1				1			1			1	1				
Ö.Ç. 2	1		1											1	1	
Ö.Ç. 3				1	1		1				1					1
Ö.Ç. 4										1						

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Temel dış ticaret, iktisat, işletme, pazarlama ve gümrük kavram ve becerileri ile muhasebe tekniklerini uygulayabilir.
- P.Ç. 2 :** Dış ticarette ilgili sorunları tespit edebilir, alternatifleri değerlendirebilir ve mantıksal sonuçlara ulaşabilir.
- P.Ç. 3 :** Dış ticaret işlemlerini bilir, ithalat ve ihracat işlemlerini gerçekleştirebilir.
- P.Ç. 4 :** Dış ticaretle ilgili bilgileri düzenleyebilir ve yazılı bir şekilde sunabilir.
- P.Ç. 5 :** Gümrük birliği anlaşmalarını, gümrük mevzuatını, kambiyo mevzuatını, ihracat ve ithalat mevzuatını değerlendirebilir.
- P.Ç. 6 :** İşletmelerde dış ticaret işlemleri muhasebesi ve finans kavramlarını ve uygulamalarını gerçekleştirebilir.
- P.Ç. 7 :** Toplam kalite yönetimi, halkla ilişkiler, girişimcilik ve hukukun ve dış ticaretin temellerini bilir, iş ve toplumsal etik değerlere uygun davranır.
- P.Ç. 8 :** Atatürk İlke ve İnkılaplarının önemini değerlendirebilir.
- P.Ç. 9 :** Alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır
- P.Ç. 10 :** Dış Ticaret alanı ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarır
- P.Ç. 11 :** Avrupa Dil Portföyü A2 Genel Düzeyinde (en az alanındaki bilgileri takip edebilecek ve meslektaşları ile iletişim kurabilecek kadar) yabancı dil bilgisine sahiptir
- P.Ç. 12 :** Dış ticaretle ilgili yazılı ve sözlü iletişim becerilerini Türkçe ve İngilizce olarak kullanabilir.
- P.Ç. 13 :** Düşüncelerini yazılı ve sözlü olarak ifade edebilir.
- P.Ç. 14 :** Bir uluslararası pazarlama araştırmasından elde edilen bilgileri analiz edebilir.
- P.Ç. 15 :** Önemli ekonomik değişkenler arasındaki bağlantıları kurabilir.
- P.Ç. 16 :** İnsani, sosyal, ekonomik sorunlar, göç ve afetler, engelliler ve dezavantajlı guruplarla ilgili sorunlar hakkında farkındalık kazanır.
- Ö.Ç. 1 :** Uluslararası pazarlamada kullanılan mal stratejilerine hakim olmak
- Ö.Ç. 2 :** Uluslararası pazarlamada fiyat belirleme bilgisinin kazandırılması
- Ö.Ç. 3 :** Uluslararası pazarlamada kullanılan dağıtım kanalları arasında seçim yapabilmek
- Ö.Ç. 4 :** Uluslararası pazarlama araştırması tekniklerini kullanabilmek