

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Uluslararası Pazarlama	PA 303	Güz	03+00+00	Zorunlu	3	6
Akademik Birim:	Uluslararası Ticaret ve Lojistik					
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim					
Ön Koşullar	-					
Öğrenim Dili:	Türkçe					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	Müberra YÜKSEL					
Dersin Amacı:	a. Pazarlama ve iletişim karmasını öğretmek, b. Pazarlama ve uluslararası pazarlama arası ilişkiyi oluşturmak.					
Dersin İçeriği:	Bu ders bir markanın stratejik amacına ulaşmak için yapması gereken, hedef kitle seçimi, konumlandırma stratejileri, dağıtım kanalı, fiyat politikası gibi ihtiyaç duyduğu tüm başlıkların ele alındığı bir derstir.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	<ul style="list-style-type: none">• 1- Müşteri odaklılık ve MİY (CRM) vurgusuna yönelik vaka çalışmaları,• 2- Uluslararası/ küresel pazarlamanın önemine ilişkin örnekler,• 3- Türkiye'ye ilişkin çalışmalar.					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Sunum, tartışma ve proje					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Definition of marketing, marketing process & marketing communication (Customer Value)	Philip Kotler ve Gary Armstrong "Principles of Marketing" Bölüm 1
2	Analyzing the Marketing Environment (Marketing Research)	Bölüm 2 & 3
3	Consumer & Business Markets & Behavior	Bölüm 4-6
4	Customer Oriented Strategy & Segmentation	Bölüm 7
5	New Product Development (Product Life-cycle)	Bölüm 8-11
6	Marketing Channels globally	Bölüm 12- 15
7	VİZE	
8	Customer Relations and Promotions	Bölüm 15-17
9	Online Marketing & Marketing Communication	Bölüm 18
10	Global Marketplace & Competition (Michael Porter)	Bölüm 19
11	Social Responsibility & Ethics & Sustainability	Bölüm 20
12	Grup Sunumları	Grup Sunumları
13	Grup Sunumları	Grup Sunumları
14	Grup Sunumları	Grup Sunumları

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

- 1- Kotler, Philip and Gary Armstrong (2014), Principles of Marketing, 15th ed. N.J.: Peason Prentice Hall (required), veya
- 2- Prof. Dr. Mehmet Karafakioğlu (2016), Uluslararası Pazarlama Yönetimi, Beta Yay.
- 3- Prof. Dr. A. Hamdi İslamoğlu (2014), Küresel Pazarlama, Beta Yay.
- 4- Porter, Michael E. (2004), Competitive Advantage, N.Y.: Free Press (tavsiye edilen).

DİĞER KAYNAKLAR

David Aaker (2013), Strategic Market Management, 10th ed. N.Y: Wiley Pub.

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	14	5
Laboratuvar	-	-
Uygulama	-	-
Arazi Çalışması	-	-
Proje	-	15
Ödev	-	-
Sunum/Jüri	-	-
Derse Özgü Staj	-	-
Diğer Uygulamalar (seminer, stüdyo kritiği, workshop vb.)	-	-
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (okuma, bireysel çalışma vb.)	-	-
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	-	40
Final Sınavı	-	40
Total:	14	100

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Laboratuvar	0	0	0
Uygulama	0	0	0
Arazi Çalışması	0	0	0
Proje	2	20	40

Ödev	0	0	0
Sunum/Jüriye Hazırlık	0	0	0
Derse Özgü Staj	0	0	0
Diğer Uygulamalara Hazırlık	0	0	0
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	11	3	33
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	10	10
Final Sınavı	1	25	25
Toplam İş Yüğü (saat):			150

1 AKTS = 25 saatlik iş yüğü

PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13
OC1			1	1	1	2	2		2				
OC2								2		2			
OC3	1	1			1								

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek