

DERS BİLGİLERİ						
Müfredat Yılı	Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
2013-2014	Uluslararası Pazarlama	DTP13208	IV	3+0	3	4

Ön Koşul Dersleri	-
--------------------------	---

Dersin Dili	Türkçe
Dersin Seviyesi	Ön Lisans
Dersin Türü	Seçmeli
Bölüm/Program Koordinatörü	Öğr. Gör. Fatma Oya AKTAŞ
Dersi Verenler	Öğr. Gör. Emre CEYLAN GÜNEL
Dersin Yardımcıları	-
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilerin uluslararası pazarlama teknikleri konusunda bilgi sahibi olmalarını sağlamaktır.
Dersin İçeriği	Uluslararası pazarlama ve ilgili temel kavramlar işletmeleri uluslararasılaşmaya yönlendiren güdüler ve değişim kurumları Uluslararasılaşma süreci ve modelleri Uluslararası çevre ve önemi: Yasal ve Ekonomik çevre Uluslararası çevre ve önemi: Demografik ve Sosyo-kültürel çevre Pazar bölümlenme ve hedef pazar seçimi Pazara giriş stratejileri: İhracat Pazara giriş stratejileri: Sözleşmeye dayalı girişimler Pazara giriş stratejileri: Doğrudan Yatırım Ürün stratejileri Fiyatlama Stratejileri Dağıtım stratejileri Tutundurma Stratejileri

Dersin Öğrenme Çıktıları	Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1-Uluslararası pazar araştırmasında bilgi iletişim teknolojilerini kullanabilme	1,2,3	A,B
2-Uluslararası pazarlarda karşılaşılabilecek sorunları çözümlenebilme	1,3	A,B
3-Pazarlama stratejilerini uluslararası pazarlarda kullanabilme	1,2	A,B
4-Uluslararası pazarın yapısal özelliklerine göre iletişim etkinliğini oluşturabilme	1,3	A,B
5-Uluslararası pazarlarda satış için gerekli iletişim tekniklerini uygulayabilme	1,2,3	A,B
6-Uluslararası ürün politikalarına göre reklam faaliyetlerini değerlendirebilme	1,2,3	A,B

Öğretim Yöntemleri:	1: Anlatım, 2: Soru-Cevap, 3: Tartışma
Ölçme Yöntemleri:	A: Ara Sınav , B: Final

DERS AKIŞI		
Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Uluslararası pazarlama kavramı ve uluslararası pazarlamanın gerekliliği	Ders Notları
2	Uluslararası pazarlama kavramının ulusal pazarlama ve dış ticarete kullanılan kavramlar ile karşılaştırılması	Ders Notları
3	Uluslararası pazar araştırma süreci ve şekilleri	Ders Notları
4	Uluslararası pazar araştırma süreci ve şekilleri.	Ders Notları
5	Uluslararası pazarlamada temel bilgi sistemleri ve bilgi kaynakları	Ders Notları
6	Çokuluslu İşletmeler ve pazarlama faaliyetlerinin oluşma süreci	Ders Notları
7	Uluslararası pazarlama planlama süreci ve uluslararası pazarlama stratejisinin oluşumu	Ders Notları
8	Uluslararası pazarlamada ürün stratejisi	Ders Notları
9	Ara Sınav	Ders Notları
10	Uluslararası pazarlamada fiyat stratejisi	Ders Notları
11	Uluslararası pazarlamada dağıtım stratejisi ve lojistik	Ders Notları
12	Uluslararası pazarlamada dağıtım stratejisi ve lojistik	Ders Notları
13	Uluslararası pazarlamada pazarlama iletişimi çabaları	Ders Notları
14	Uluslar arası pazarlamada pazarlama iletişimi çabaları	Ders Notları
15	uygulama	Ders Notları

KAYNAKLAR	
Ders Notu	Prof. Dr. Ömer Akat Uluslar arası Pazarlama Karması ve Yönetimi
Diğer Kaynaklar	Güncel Makale ve İnternet Kaynakları

MATERYAL PAYLAŞIMI	
Dokümanlar	http://personel.kirklareli.edu.tr/emre-ceylan-gunel/

Ödevler	http://personel.kirklareli.edu.tr/emre-ceylan-gunel/	
Sınavlar	http://personel.kirklareli.edu.tr/emre-ceylan-gunel/	
DEĞERLENDİRME SİSTEMİ		
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI	SAYISI	KATKI YÜZDESİ
Ara Sınav	1	40
Toplam	1	40
Yıl içinin Başarıya Oranı		40
Finalin Başarıya Oranı		60
Toplam		100

DERS KATEGORİSİ	%100 Sosyal Bilimler
------------------------	----------------------

DERSİN PROGRAM ÇIKTILARINA KATKISI						
No	Program Öğrenme Çıktıları	Katkı Düzeyi				
		1	2	3	4	5
1	Gümrük Kanunu ve Gümrük Yönetmeliğini genel hatlarıyla hatırlayabilme					
2	Dış ticaretle kullanılan ulusal ve uluslararası belgeleri uygun şekilde hazırlayabilme.			X		
3	Dış ticaretle uygulanan teşvik yasasını ve dış ticaretle kullanılan finansman tekniklerini tanımlayabilme.					
4	Genel muhasebe prensiplerini dış ticaret muhasebesine aktarabilme.					
5	İthalat/ihracat mevzuat ve işlemlerine yönelik bilgisayar paket programları aracılığıyla doküman hazırlayabilme.			X		
6	Uluslararası taşımacılık ve lojistik işlemlerini organize edebilme.			X		
7	Dış ticaret alanında matematiksel hesap yapabilme.					
8	Dış Ticaret alanında İngilizce sözlü ve yazılı iletişim kurabilme.					
9	Herhangi bir konuda rapor yazabilme.					
10	Ulusal/uluslararası ekonomik olayları ve işletmelerin yapısını analiz edebilme.					

11	Dış ticaret işlemleri ile ilgili kişi, kurum ve kuruluşların yasal hak ve sorumluluklarını kavrayabilme.					
12	Türkiye ve dünya ekonomisindeki önemli ekonomik sorunları ve uygulanan iktisat politikalarını açıklayabilme.					
13	Avrupa Birliği'nin uluslararası siyasete ve Türkiye'ye etkilerini analiz edebilme.					
14	Bölgesel kuruluşlar, Avrupa Birliği ve Gümrük Birliği'ni Türkiye'yle ilişkilendirebilme.					
15	Atatürk İlke ve İnkılaplarını sıralayabilme.					
16	Türkçe sözlü ve yazılı iletişim kurabilme.					

AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU			
Etkinlik	SAYISI	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (Saat)
Ders Süresi (Sınav haftası dahildir: 15x toplam ders saati)	15	3	45
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi(Ön çalışma, pekiştirme)	15	3	45
Ara Sınav	1	10	10
Kısa Sınav			
Ödev(ler)/Seminer(ler)			
Uygulama (Lab., Atölye, Arazi,... Raporları)			
Diğer (.....)			
Yarıyıl sonu sınavı	1	10	10
Toplam İş Yüğü			110
Toplam İş Yüğü / 30 (s)			3,67
Dersin AKTS Kredisi			4

Course Information						
Year of Curriculum	Course Title	Code	Semester	L+P Hour	Credits	ECTS
2013-2014	International Marketing	DTP13208	3	3+0	3	4

Prerequisites	
----------------------	--

Language of Instruction	Turkish
Course Level	Short Cycle
Course Type	Optional
Department/Program Coordinator	Lecturer Fatma Oya AKTAŞ
Instructors	Lecturer Emre CEYLAN GÜNEL
Assistants	-
Goals	To inform about international marketing techniques
Content	Ethic law features and aim, General and special conditions at labour law, association establishment, departments, duties and membership association establishment, departments, duties and processes Discipline regulation, application conditions Trainee regulations , application conditions Labour working method and principals Anti-trust legislation , application conditions, Wage regulations , application conditions, Examination regulations , application conditions, education programs, trainee programs, working conditions. Partnership, audit, cachet regulation, application conditions,

Learning Outcomes	Teaching Methods	Assessment Methods
1- Will be able to use information and communication technologies in the international market research	1,2	A,B
2- Will be able to analyze the problems encountered in international markets	1,2,3	A,B
3- Will be able to use Marketing strategies in international markets	1,3	A,B
4-Will be able to create according to the structural characteristics of the international market communication events	1,2,3	A,B
5-Will be able to apply communication techniques required for sales in international markets	1,2,3	A,B
6-Will be able to judge advertising activities according to international product policy	1,2,3	A,B

Teaching Methods:	1: Narration, 2: Question-Answer, 3: Discussion
Assessment Methods:	A: Midterm Exam, B: Final

COURSE CONTENT		
Week	Topics	Study Materials
1	The international marketing concept and the necessity of international marketing	COURSE NOTES
2	The comparison of the international marketing concept to the concepts used in national marketing and foreign trade.	COURSE NOTES
3	The process and types of international market research	COURSE NOTES
4	The process and types of international market research	COURSE NOTES
5	Fundamental information systems and information resources in international marketing	COURSE NOTES
6	Multinational corporations and the development process of their activities	COURSE NOTES
7	The planning process of international marketing and the formation of international marketing strategy	COURSE NOTES
8	Product strategy in international marketing	COURSE NOTES
9	Midterm Exam	COURSE NOTES
10	Price strategy in international marketing	COURSE NOTES
11	Distribution strategy in international marketing and logistics	COURSE NOTES
12	Distribution strategy in international marketing and logistics	COURSE NOTES
13	Marketing communication attempts in international marketing	COURSE NOTES
14	Marketing communication attempts in international marketing	COURSE NOTES
15	Application	COURSE NOTES

RECOMMENDED SOURCES	
Textbook	Prof. Dr. Ömer Akat International Marketing Management
Additional Resources	Updated Articles and Online Resources

MATERIAL SHARING	
Documents	http://personel.kirklareli.edu.tr/emre-ceylan-gunel/
Assignments	http://personel.kirklareli.edu.tr/emre-ceylan-gunel/
Exams	http://personel.kirklareli.edu.tr/emre-ceylan-gunel/

ASSESSMENT		
IN-TERM STUDIES	QUANTITY	PERCENTAGE
Midterm Exam	1	40
Total	1	40
Contribution of in-term studies to overall grade		40
Contribution of final examination to overall grade		60
Total		100

COURSE CATEGORY	Basic Occupational Courses
------------------------	----------------------------

COURSE'S CONTRIBUTION TO PROGRAM						
No	Program Learning Outcomes	Contribution				
		1	2	3	4	5
1	Students will be able to recall custom laws and custom codes in general terms.					
2	Students will be able to prepare national and international documents used in foreign trade properly.			X		
3	Students will be able to define the promotion law and financing techniques used in foreign trade.					
4	Students will be able to relate the principles of general accounting to foreign trade accounting.					
5	Students will be able to prepare documents related to import-export regulations and transactions using computer package programs.			X		
6	Students will be able to organize international transport and logistics transactions.			X		
7	Students will be able to make mathematical calculations used in the foreign trade sector.					
8	Students will be able to communicate in English orally and in writing in the foreign trade sector.					
9	Students will be able to write reports in any topic.					

10	Students will be able to analyze the structure of businesses and national/international economic events.				
11	Students will be able to recognize the legal rights and responsibilities of individuals, institutions and organizations which are related to foreign trade.				
12	Students will be able to interpret economic problems and economic policies carried out in Turkey and in the global economy.				
13	Students will be able to analyze the effects of the European Union on international politics and Turkey.				
14	Students will be able to relate the Customs Union, regional organizations (especially the European Union) to Turkey.				
15	Students will be able to name Ataturk's Principles and Revolutions.				
16	Students will be able to communicate in the Turkish Language.				

ECTS ALLOCATED BASED ON STUDENT WORKLOAD BY THE COURSE DESCRIPTION			
Activities	Quantity	Duration (Hour)	Total Workload (Hour)
Course Duration (Including the exam week: 15x Total course hours)	15	3	45
Hours for off-the-classroom study (Pre-study, practice)	15	3	45
Mid-terms	1	10	10
Quiz			
Homework(s)/Seminar(s)			
Practice (Lab., Workshop, Area,... Reports)			
Others (.....)			
Final examination	1	10	10
Total Work Load			110
Total Work Load / 30 (h)			3,67
ECTS Credit of the Course			4