

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	International Sales Management / International Sales Management	
Ders Kodu / Course Code	EISL302	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	3	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Uluslararası Satış yönetimi dersinin amacı, öğrencilere satış fonksiyonunun temel konularını, pazarlama fonksiyonu içindeki yerini, işletmeler açısından önemini kavratmak, satış politikaları, farklı satış organizasyonları ve yönetim teknikleri konusunda bilgi vermektir.	The aim of the International Sales Management course is to make students comprehend the basic issues of the sales function, its place in the marketing function, its importance for businesses, and to provide information on sales policies, different sales organizations and management techniques.
İçeriği / Content	Dersin içeriğinde Satış, satış yönetimi, satış organizasyonu, uluslararası satış, uluslararası satış stratejileri ve uluslararası pazar çeşitleri, bu pazarlara nasıl girilmesi gerektiği ile ilgili kavramlara yer verilmektedir.	The content of the course includes concepts related to sales, sales management, sales organization, international sales, international sales strategies and types of international markets and how to enter these markets.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Uluslararası Satış Yönetimi Ders sunumu •Sanal Kampüse yüklenen ders PDF Sunuları •Altunışık, R., & İslamoğlu, A. H. (2014). Satış ve satış yönetimi. Sakarya: Sakarya Yayıncılık. •Dr. Polat Tunçer, “Satış Teknikleri”, Beta Yayınevi •Cemal Yükselen, Satış Yönetimi, Detay Yayıncılık •Erdoğan Koç, Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel •Yavuz Odabaşı, ‘Tüketici Davranışı’, Mediacat Yayınları. •İş Dünyası/Satış Pazarlama Aylık Dergiler - (MediaCat, Digital Age, Advertising Age, Harvard Business Review, Marketing Türkiye) Önerilen Okumalar: •Philip Kotler, “A’dan Z’ye Pazarlama”, MediaCat Yayınları •Dan Ariely- Akılcı ama Öngörülebilir •Philip Kotler - Pazarlam 4.0 •Robert Cialdini-Influence: İnkarnın Psikolojisi •George Ritzer - Toplumun Mcdonaldlaşması •Seth Godin- Mor İnek-Farklılaşma •Malcolm Gladwell Kitapları •Her Türlü - Satış- ile ilgili İşDünyası serisi kitapları Yararlanılabilir Websiteleri: •https://adage.com/ •https://www.pazarlamasyon.com/ •https://www.marketingturkiye.com.tr/ •https://digitalage.com.tr/ •https://mediacat.com/ -İçeriklerle ilgili Uzmanların Podcast yayınları, ve yukarda yazılan kaynak dergilerin ve websitelerinin Instagram hesapları takibe alınabilir	Lecturer PDF Notes Kotler, P. and K. L. Keller (2006). Marketing Management 12e, Pearson. Prentice Hall. Kotler, P. and G. Armstrong (2012). Principles of Marketing 14e, Pearson, Prentice Hall. Principles of Marketing, Global Edition, Philip T. Kotler, Gary Armstrong, Pearson Education Marketing Magazines - (MediaCat, Digital Age, Advertising Age, Harvard Business Review) Suggested Readings: •Dan Ariely- Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions •Philip Kotler - Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital and All Marketing Books •Robert Cialdini-Influence: The Psychology of Persuasion •George Ritzer - The McDonaldization of Society •Seth Godin- Purple Cow and All Marketing Books •Malcolm Gladwell Books Useful Websites: •https://adage.com/ •https://www.pazarlamasyon.com/ •https://digitalage.com.tr/ •https://mediacat.com/ -Should Listen Podcast about the content. -Follow these authors', websites' and these contents' Instagram accounts
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr. Üyesi Begüm Maral	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Bu dersi başarıyla tamamlayan öğrenciler; satış, satış yönetimi, satış organizasyonu, uluslararası satış, uluslararası satış stratejileri ve uluslararası pazar çeşitleri, bu pazarlara nasıl girilmesi gerektiği ile ilgili kavramlar hakkında yeterli bilgi sahibi olmaktadır.	Students who successfully complete this course; sales, sales management, sales organization, international sales, international sales strategies, international market types and how to enter these markets have sufficient knowledge about the concepts.
---	--	---

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satış ve Pazarlama Kavramı ve Fonksiyonları				
	Sales and Marketing Concept and Functions				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama ve Satış Arasındaki İlişki				
	The Relationship Between Marketing and Sales				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satış Kavramı ve Aşamaları				
	Concept of Sales and Stages				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteriyle İletişim Kurmak				
	Communicating with the Customer				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kişisel Satış ve Kişisel Satışta İkna				
	Personal Selling and Persuasion in Personal Selling				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Satış Temsilcilerinin Seçilmesi				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav				
	Midterm Exam				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Satış Temsilcilerinin Eğitimi ve Yükselmesi				
	Training and Promotion of International Sales Representatives				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Satış Temsilcilerinin Motivasyonu				
	Motivation of International Sales Representatives				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Satış Yönetimi I				
	International Sales Management I				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Satış Yönetimi II				
	International Sales Management II				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Pazarda Satış Stratejileri I				
	Sales Strategies in International Market I				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Pazarda Satış Stratejileri II				
	Sales Strategies in International Market II				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Satışta Güncel Konular				
	Current Issues in International Sales				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Bütünleme Sınavı / Makeup Examination	1	1.00	1.00
Derse Katılım / Attending Lectures	1	147.00	147.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Toplam / Total:	4	150.00	150.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 150.00/25.00 = 6.00 ~ 6.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 150.00 / 25.00 = 6.00 ~ 6.00			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes												
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13
1.Bu dersi başarıyla tamamlayan öğrenciler; satış, satış yönetimi, satış organizasyonu, uluslararası satış, uluslararası satış stratejileri ve uluslararası pazar çeşitleri, bu pazarlara nasıl girilmesi gerektiği ile ilgili kavramlar hakkında yeterli bilgi sahibi olmaktadır. / Students who successfully complete this course; sales, sales management, sales organization, international sales, international sales strategies, international market types and how to enter these markets have sufficient knowledge about the concepts.	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high