

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	International Marketing Strategies / International Marketing Strategies	
Ders Kodu / Course Code	UTF508	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Master without Thesis / Master without Thesis	
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 Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System		
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı, öğrencilere uluslararası pazarlarda işletmelerin karşılaştığı zorlukları anlamalarını ve uluslararası pazarlama stratejilerini geliştirmelerini sağlamaktır. Ders, öğrencilere küresel pazarlama ortamında faaliyet gösteren işletmelerin pazarlama stratejilerini analiz etme ve oluşturma becerilerini kazandırmayı hedeflemektedir.	The aim of this course is to provide students with an understanding of the challenges faced by businesses in international markets and to develop international marketing strategies. The course aims to provide students with the skills to analyze and formulate marketing strategies of businesses operating in a global marketing environment.
İçeriği / Content	Bu dersin amacı, öğrencilere uluslararası pazarlarda işletmelerin karşılaştığı zorlukları anlamalarını ve uluslararası pazarlama stratejilerini geliştirmelerini sağlamaktır. Ders, öğrencilere küresel pazarlama ortamında faaliyet gösteren işletmelerin pazarlama stratejilerini analiz etme ve oluşturma becerilerini kazandırmayı hedeflemektedir.	The aim of this course is to provide students with an understanding of the challenges faced by businesses in international markets and to develop international marketing strategies. The course aims to provide students with the skills to analyze and formulate marketing strategies of businesses operating in a global marketing environment.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	"Global Marketing" - Warren J. Keegan, Mark C. Green "International Marketing" - Philip R. Cateora, John L. Graham "Global Marketing Management" - Masaaki Kotabe, Kristiaan Helsen "International Marketing: Strategy and Theory" - Sak Onkvisit, John J. Shaw	"Global Marketing" - Warren J. Keegan, Mark C. Green "International Marketing" - Philip R. Cateora, John L. Graham "Global Marketing Management" - Masaaki Kotabe, Kristiaan Helsen "International Marketing: Strategy and Theory" - Sak Onkvisit, John J. Shaw

Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		
--	--	--

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Uluslararası pazarlama stratejilerini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme.	Develop the ability to understand and analyze international marketing strategies.
2	Uluslararası pazarlara giriş stratejilerini değerlendirme ve seçme yetkinliği kazanma.	Evaluate and select entry strategies for international markets.
3	Uluslararası pazarlarda pazarlama araştırması yapma ve pazarlama stratejileri oluşturma becerisi geliştirme.	Develop the ability to conduct marketing research and develop marketing strategies in international markets.
4	Kültürel, politik, ekonomik ve hukuki faktörlerin uluslararası pazarlama stratejilerine etkilerini anlama ve değerlendirme yetkinliği kazanma.	Understand and evaluate the impact of cultural, political, economic, and legal factors on international marketing strategies.
5	Uluslararası pazarlama stratejilerinin başarısını ölçme ve değerlendirme becerisi geliştirme.	Develop the ability to measure and evaluate the success of international marketing strategies.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Pazarlama Kavramı				
	International Marketing Concept				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Pazarlama Ortamı				
	Global Marketing Environment				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kültürel Farklılıklar ve Pazarlama				
	Cultural Differences and Marketing				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar Bölümlendirme ve Hedefleme				
	Market Segmentation and Targeting				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Ürün ve Hizmet Stratejileri				
	International Product and Service Strategies				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Marka Yönetimi				
	International Brand Management				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Fiyatlandırma Stratejileri				
	International Pricing Strategies				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav				
	Midterm Exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Pazarlama İletişimi				
	International Marketing Communication				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Reklam ve Promosyon Stratejileri				
	Global Advertising and Promotion Strategies				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Pazarlama Araştırmaları				
	International Marketing Research				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla İlişkiler ve Kriz Yönetimi				
	Public Relations and Crisis Management				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Tüketici Davranışı				
	Global Consumer Behavior				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Pazarlama Planlama				
	International Marketing Planning and Strategies				

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
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	76.00	76.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	72.00	72.00
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	1.1.14	1.1.15
1.Uluslararası pazarlama stratejilerini anlama ve analiz etme becerisi geliştirme. / Develop the ability to understand and analyze international marketing strategies.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2.Uluslararası pazarlara giriş stratejilerini değerlendirme ve seçme yetkinliği kazanma. / Evaluate and select entry strategies for international markets.	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
3.Uluslararası pazarlarda pazarlama araştırması yapma ve pazarlama stratejileri oluşturma becerisi geliştirme. / Develop the ability to conduct marketing research and develop marketing strategies in international markets.	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
4.Kültürel, politik, ekonomik ve hukuki faktörlerin uluslararası pazarlama stratejilerine etkilerini anlama ve değerlendirme yetkinliği kazanma. / Understand and evaluate the impact of cultural, political, economic, and legal factors on international marketing strategies.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5.Uluslararası pazarlama stratejilerinin başarısını ölçme ve değerlendirme becerisi geliştirme. / Develop the ability to measure and evaluate the success of international marketing strategies.	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4

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