

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Strategic Global Marketing / Strategic Global Marketing	
Ders Kodu / Course Code	UAI504	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Master with Thesis / Master with 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 Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	-	-
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı, öğrencilere stratejik küresel pazarlama kavramlarını öğretmek, küresel pazarlama stratejilerini ve planlamasını anlatmak, küresel pazar araştırması yapmayı öğretmek, pazar segmentasyonu ve hedeflemeyi açıklamak, ürün ve hizmet politikalarını değerlendirmek, fiyatlandırma stratejilerini öğretmek, dağıtım ve lojistik yönetimini anlatmak, küresel marka yönetimi konusunda bilgi vermek, rekabet stratejileri ve pozisyonlama üzerinde durmak, pazarlama iletişimi ve tanıtım araçlarını öğretmek, küresel pazarlama kampanyalarını ele almak, kültürlerarası pazarlama ve uyumu incelemek, küresel pazarlama etik ve sürdürülebilirlik konularında farkındalık oluşturmak ve öğrencilerin stratejik küresel pazarlama becerilerini geliştirmektir.	The aim of this course is to teach students strategic global marketing concepts, to explain global marketing strategies and planning, to teach global market research, to explain market segmentation and targeting, to evaluate product and service policies, to teach pricing strategies, to explain distribution and logistics management, to explain global brand management. To provide information, to focus on competitive strategies and positioning, to teach marketing communication and promotional tools, to handle global marketing campaigns, to examine intercultural marketing and harmony, to raise awareness of global marketing ethics and sustainability, and to develop students' strategic global marketing skills.
İçeriği / Content		
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	-	-
Staj Durumu / Internship Status	-	-
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Keegan, W. J., & Green, M. C. (2017). Global Marketing. Pearson. Hollensen, S. (2019). Global Marketing: A Decision-O	Keegan, W. J., & Green, M. C. (2017). Global Marketing. Pearson. Hollensen, S. (2019). Global Marketing: A Decision-O
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Küresel pazarlama stratejilerinin önemini ve etkisini anlama ve analiz etme becerisi geliştirmek.	Develop the ability to understand and analyze the importance and impact of strategic global marketing.
2	Küresel pazarlarda rekabet avantajı sağlayan stratejileri inceleme ve değerlendirme yetkinliği kazanmak.	Gain the skills to examine and evaluate strategies that provide competitive advantage in global markets.
3	Küresel pazarlama kararlarını kültürel, sosyal ve ekonomik faktörlerin etkilerini göz önünde bulundurarak yapabilme becerisi geliştirmek.	Develop the competence to make global marketing decisions, considering cultural, social, and economic factors.
4	Küresel marka yönetimi ve uluslararası dağıtım stratejileri üzerine bilgi ve anlayış geliştirmek.	Gain knowledge and understanding of global brand management and international distribution strategies.
5	Küresel pazarlama planı oluşturma ve uygulama becerisini kazanmak.	Acquire the skills to create and implement a global marketing plan.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Pazarlama Kavramı				
	Concept of Global Marketing				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Pazarlama Stratejisi				
	Global Marketing Strategy				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Pazar Araştırması				
	Global Market Research				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar Segmentasyonu ve Hedefleme				
	Market Segmentation and Targeting				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün ve Hizmet Politikaları				
	Product and Service Policies				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fiyatlandırma Stratejileri				
	Pricing Strategies				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dağıtım ve Lojistik Yönetimi				
	Distribution and Logistics Management				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Marka Yönetimi				
	Global Brand Management				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Rekabet Stratejileri ve Pozisyonlama				
	Competitive Strategies and Positioning				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama İletişimi ve Tanıtım				
	Marketing Communication and Promotion				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Pazarlama Kampanyaları				
	Global Marketing Campaigns				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kültürlerarası Pazarlama ve Uyum				
	Cross-cultural Marketing and Adaptation				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Pazarlama Etik ve Sürdürülebilirlik				
	Global Marketing Ethics and Sustainability				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ders Değerlendirmesi, Final Sınavı				
	Course Evaluation, Final Exam Preparation and Evaluation				
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
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	15.00	15.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	20.00	20.00
Okuma / Reading	14	6.00	84.00
Soru-Yanıt / Question-Answer	14	1.00	14.00
Tartışma / Discussion	14	1.00	14.00
Toplam / Total:	46	45.00	149.00

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.Küresel pazarlama stratejilerinin önemini ve etkisini anlama ve analiz etme becerisi geliştirmek. / Develop the ability to understand and analyze the importance and impact of strategic global marketing.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2.Küresel pazarlarda rekabet avantajı sağlayan stratejileri inceleme ve değerlendirme yetkinliği kazanmak. / Gain the skills to examine and evaluate strategies that provide competitive advantage in global markets.	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3.Küresel pazarlama kararlarını kültürel, sosyal ve ekonomik faktörlerin etkilerini göz önünde bulundurarak yapabilme becerisi geliştirmek. / Develop the competence to make global marketing decisions, considering cultural, social, and economic factors.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4.Küresel marka yönetimi ve uluslararası dağıtım stratejileri üzerine bilgi ve anlayış geliştirmek. / Gain knowledge and understanding of global brand management and international distribution strategies.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5.Küresel pazarlama planı oluşturma ve uygulama becerisini kazanmak. / Acquire the skills to create and implement a global marketing plan.	4	4	4	4	4	4	4	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