

## ODIS285 - International Marketing / International Marketing

## GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	International Marketing / International Marketing	
Ders Kodu / Course Code	ODIS285	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	2.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Öğrencilerin uluslararası pazarlama kavramlarını, süreçlerini ve stratejilerini öğrenerek küresel ölçekte faaliyet gösteren işletmelerin pazarlama kararlarını analiz edebilme becerisi kazanmaları amaçlanmaktadır. Bu ders, öğrencilerin uluslararası pazarlama çevresini, kültürel farklılıkların pazarlama stratejilerine etkisini ve dijitalleşmenin küresel pazarlamaya getirdiği fırsatları anlamalarını sağlar.	Concept of international marketing, globalization process, international environmental factors, cultural and economic differences, foreign market research, product, price, distribution and promotion strategies in international marketing, digital marketing, e-export, and sustainable marketing approaches.
İçeriği / Content	Uluslararası pazarlama kavramı, küreselleşme süreci, uluslararası çevre faktörleri, kültürel ve ekonomik farklılıklar, dış pazar araştırması, uluslararası ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma stratejileri, dijital pazarlama, e-ihracat ve sürdürülebilir pazarlama yaklaşımları.	Concept of international marketing, globalization process, international environmental factors, cultural and economic differences, foreign market research, product, price, distribution and promotion strategies in international marketing, digital marketing, e-export, and sustainable marketing approaches.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading		
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr. Gör. Mustafa Cehti Akbıyık	Öğr. Gör. Mustafa Cehti Akbıyık

## ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Uluslararası pazarlamanın temel kavramlarını ve ilkelerini açıklar.	Basic concepts and strategies of international marketing can be used.
2	Uluslararası pazarların ekonomik, kültürel ve politik boyutlarını analiz eder.	Analyzes the economic, cultural and political dimensions of international markets.
3	Uluslararası pazarlama stratejileri geliştirir ve uygular.	Analyzes the economic, cultural and political dimensions of international markets.
4	Ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma kararlarını küresel ölçekte değerlendirir.	Evaluates product, price, distribution and promotion decisions on a global scale.
5	Dijitalleşmenin uluslararası pazarlama üzerindeki etkilerini analiz eder.	Analyzes the effects of digitalization on international marketing.
6	Kültürel farklılıklara duyarlı pazarlama planları tasarlar.	Designs marketing plans that are sensitive to cultural differences.
7	E-ihracat ve sürdürülebilir pazarlama konularında farkındalık geliştirir.	It raises awareness about e-export and sustainable marketing.
8	Uluslararası işletmelerin rekabet stratejilerini değerlendirir.	Evaluates the competitive strategies of international businesses.
9	Etik ilkelere uygun karar verme becerisi kazanır.	Gains the ability to make decisions in accordance with ethical principles.

## 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 pazarlamaya giriş, temel kavramlar				
	Introduction to international marketing, basic concepts				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası pazarlama çevresi: ekonomik, politik, kültürel faktörler				
	International marketing environment: economic, political, cultural factors				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası pazar araştırması ve veri toplama teknikleri				
	International market research and data collection techniques				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Hedef pazar seçimi ve konumlandırma stratejileri				
	Target market selection and positioning strategies				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fiyatlandırma stratejileri ve döviz riski yönetimi				
	Pricing strategies and foreign exchange risk management				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Uluslararası ürün stratejileri ve marka yönetimi				
	International product strategies and brand management				
7	Fiyatlandırma stratejileri ve döviz riski yönetimi				
	Pricing strategies and foreign exchange risk management				
8	Ara Sınav				
	Midterm Examination				
9	Uluslararası dağıtım kanalları ve lojistik				
	International distribution channels and logistics				
10	Tutundurma ve iletişim stratejileri				
	Promotion and communication strategies				
11	Dijital pazarlama ve e-ihracat				
	Digital marketing and e-export				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Kültürel farklılıkların pazarlamaya etkisi				
	The impact of cultural differences on marketing				
13	Sürdürülebilir ve etik pazarlama				
	Sustainable and ethical marketing				
14	Genel tekrar ve proje sunumları				
	General review and project presentations				

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
Bireysel Çalışma / Self Study	13	2.00	26.00
Derse Katılım / Attending Lectures	13	2.00	26.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	30.00	30.00
Uygulama/Pratik / Practice	13	2.00	26.00
Toplam / Total:	43	53.00	125.00

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.Uluslararası pazarlamanın temel kavramlarını ve ilkelerini açıklar. / Basic concepts and strategies of international marketing can be used.	4	4	1	4	2	3	1	4	4	4	4	4
2.Uluslararası pazarların ekonomik, kültürel ve politik boyutlarını analiz eder. / Analyzes the economic, cultural and political dimensions of international markets.	4	4	1	4	2	3	1	4	4	4	4	4
3.Uluslararası pazarlama stratejileri geliştirir ve uygular. / Analyzes the economic, cultural and political dimensions of international markets.	4	4	1	4	2	3	1	4	4	4	4	4
4.Ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma kararlarını küresel ölçekte değerlendirir. / Evaluates product, price, distribution and promotion decisions on a global scale.	4	4	1	4	2	3	1	4	4	4	4	4
5.Dijitalleşmenin uluslararası pazarlama üzerindeki etkilerini analiz eder. / Analyzes the effects of digitalization on international marketing.	4	4	1	4	2	3	1	4	4	4	4	4
6.Kültürel farklılıklara duyarlı pazarlama planları tasarlar. / Designs marketing plans that are sensitive to cultural differences.	4	4	1	4	2	3	1	4	4	4	4	4
7.E-ihracat ve sürdürülebilir pazarlama konularında farkındalık geliştirir. / It raises awareness about e-export and sustainable marketing.	4	4	1	4	2	3	1	4	4	4	4	4

8.Uluslararası işletmelerin rekabet stratejilerini değerlendirir. / Evaluates the competitive strategies of international businesses.	4	4	1	4	2	3	1	4	4	4	4	4
9.Etik ilkelere uygun karar verme becerisi kazanır. / Gains the ability to make decisions in accordance with ethical principles.	4	4	1	4	2	3	1	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