**Ankara Üniversitesi  
Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı**

**Açık Ders Malzemeleri**

Ders izlence Formu

|  |  |
| --- | --- |
| Dersin Kodu ve İsmi | 22005030 Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri |
| Dersin Sorumlusu | Prof. Dr. Dilber ULAŞ |
| Dersin Düzeyi | Yüksek Lisans |
| Dersin Kredisi | Ulusal: 3, AKTS: 8 |
| Dersin Türü | Teorik |
| Dersin İçeriği | Uluslararsılaşma teorileri, farklı ülke pazarlarına girerken dikkat edilmesi gereken süreçleri öğrenecektir. İşletmelerin hangi stratejilerle uluslar arası pazarlara girebileceği hakkında bilgi sahibi olacaktır. |
| Dersin Amacı | Küreselleşmenin etkisiyle sadece ulusal sınırlar içindeki rekabet değil, uluslararası alandaki rekabet de düşünülmek ve değerlendirilmek zorundadır. Ulusal işletme aşamasından uluslararası, çok uluslu, küresel işletme olma aşamalarına doğru işletmeler bir taraftan ölçeklerini büyütürken, bir taraftan da yapısal ve fonksiyonel bir karmaşıklık içine girmektedirler. Tanıdık bir piyasadan, farklı kural ve düzenlemelerin olduğu bir çevrede faaliyet göstermeye başlamak kolay değildir. Uluslararası işletmecilik, iki ya da daha fazla ülke arasında özel ya da kamu işletmelerinin satışlar (ihracat, ithalat), turizm, yatırımlar, taşımacılık gibi bütün ticari işlemlerini kapsamaktadır. Günümüzde küresel olaylar ve rekabet küçük ya da büyük tüm işletmeleri etkilemektedir. Bu derste ülke içinde ve ülke dışında faaliyet gösteren işletmeler üzerinde ekonomik kültürel, politik, yasal, teknolojik koşulların nasıl etki yaptığı, işletmelerin uluslararası işletme ve daha sonra çok uluslu işletme haline gelme süreçleri üzerinde durulacaktır. Uluslararası pazarlara giriş stratejileri, uluslararası iktisat ve uluslararası pazarlama ekseninde, makale ve örnek olaylarla işlenecektir |
| Dersin Süresi | 1 Yarıyıl (Haftada 3 Saat) |
| Eğitim Dili | Türkçe |
| Ön Koşul | Yok |
| Önerilen Kaynaklar | Okuma Kaynakları Listesi 1. John D. Daniels And Lee H. Radebaugh, International Business: Environments And Operations, 8th Edition, (New York: Addison-Wesley, 1998. (Chapters: 1, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 17) 2. Nanshi F. Matsuura, International Business: A New Era, (New York: Hbj Publishers, 1991) 3. Michael R. Czinkota, Pietra Rivoli, And Ilkka A. Ronkainen, International Business, (Chicago: The Dryden Press, 1989) 4. Emrah Cengiz, Ercan Gegez, Müge Arslan, Serdar Pirtini, Mehmet Tığlı, Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri, Der Yayınları, 2003. 5. Ferit Kula, Çok Uluslu Girişimler ve Türkiye, İleri yayınları, Mart 2006. 6.. Dilber Ulaş, Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejisi Olarak Ortak Girişimler Ve Türkiye Uygulamaları, Turhan Kitabevi, 2003. 7. Dilber Ulaş, Franchising Sistemi, Nobel Yayınevi, 1999. 8. Dilber Ulaş, Küreselleşme Sürecinde Dışa Açılma Stratejileri, Nobel yayınevi, 2009, Ankara. |