**Küresel Pazarlama**

**A**

**Acente**: Malın mülkiyetini üzerlerine almadan satışın yapılmasına yardımcı olan aracılardır.  
**Aracı Kişi ve Kuruluşlar**: Ürünleri tüketicilere ya da kullanıcılara satan üretici işletme dışında dağıtım zincirinde yer alan bağımsız toptancı, perakendeci, komisyoncu gibi aracılardır.

**B**

**Başa baş Fiyatlandırma**: Bir ürünün satış fiyatının kar olmaksızın bütün üretim maliyetlerini karşıladığı bir fiyatlandırma yöntemi.

**D**

**Dağıtım Kanalı**: Bir malın üreticiden tüketiciye veya endüstriyel alıcıya akışında izlediği yol.  
**Damping**: Eğer bir işletme yurt dışında sattığı malın fiyatını yurt içi satış fiyatından daha düşük tutarsa damping yapmış olur.  
**Değişken Maliyet**: Üretilen birim sayısıyla doğru orantılı olarak değişme gösteren üretim maliyeti.

**E**

**Endüstriyel Mallar**: En son tüketiciye satılmayıp, üretimde kullanılan veya üzerinde bazı işlemler yapıldıktan sonra satılan mallardır.  
**Fiyat Rekabeti**: Benzer kalitede olan aynı türden ürünlerin üreticileri ya da satıcıları arasında fiyata dayalı rekabet

**F**

**Franchising**: Belirli bir ticari faaliyetin önceden belirlenmiş kurallara göre ve belirli bir ticari unvan altında yapılması için ana şirket tarafından başka bir işletmeye yazılı sözleşmeyle verilmesidir.

**G**

**Gümrük Tarifeleri**: Bir ülkeye ithal edilen mal ve hizmetler üzerinden alınan vergi

**J**

**Joint Venture**: Uluslararası ticarette yerel bir işletme ile yabancı bir işletmenin yerel bir yatırım veya iş yapmak için işbirliğinde bulunmalarıdır.

**K**

**Konsorsiyum**: Değişik ülkelerdeki büyük işletmelerin teknolojik ve mali konularda ortaklaşa hareket ederek bir yatırım projesini hayata geçirmeleridir.  
**Konumlandırma**: Bir ürünün Pazar konumu, onun rakip ürünlere göre müşterinin zihnindeki nispi yeridir.  
**Kota**: Bir ülkeye ithal edilecek malların miktarına kısıtlama getirilmesi. Belirlenen miktarın üzerinde bir malın ithal edilememesidir.  
**Kur Riski**: Uluslararası satış sözleşmesinin imzalanma zamanı ile ödemenin fiilen yapılma zamanı arasında paranın piyasa değerinde meydana gelen değişikliğin beraberinde getirdiği risk.

**L**

**Lisans Verme**: Bir işletmenin kendi marka ismini, teknolojisini veya ticari bilgisini kullanma hakkını bir ücret karşılığında yazılı sözleşmeye bağlı olarak başka bir işletmeye vermedir.  
**Marjinal Maliyet**: İşletmenin bir birim fazla mal üretmesi halinde maliyette meydana gelen ek artış.

**M**

**Marka Tescili**: Bir işletmenin ticari marka ismini yasallaştırması.  
**Mamul hayat eğrisi**: Ürünün ilk defa pazara sürülmesinden talebinin son bulmasına kadar geçirdiği giriş, gelişme, olgunluk ve gerileme dönemlerini kapsayan sürelerdir.  
**Mamul farklılaştırma**: Üretici işletmenin kendi ürününü rakip ürünlerden daha iyi olduğunu ve tüketicilerin algılamalarına yardım etmek için ürünün özelliklerinde değişiklik yapmasıdır.  
**Medya**: Reklam ve diğer mesajları taşıyabilen tüm iletişim şekillerini tarif etmek için kullanılan terim. Basını, radyoyu, televizyonu, billboardları ve interneti kapsar.

**P**

**Patent**: Yetkili kurumlar tarafından bir ürünün veya ilgili teknolojinin üretimi için özel haklarının bir işletmeye verilmesidir.  
**Pazar Payı**: Bir işletmenin hedef aldığı tüm pazarın bir bölümünde sahip olduğu satış miktarı.

**R**

**Reklam**: Malların, hizmetlerin ve düşüncelerin geniş kitlelere duyurulması ve benimsetilmesi amacıyla bir ücret karşılığında, kişisel olmayan bir biçimde sunulmasıdır.  
**Reklam Ajansı**: İşletmenin reklamlarını geliştiren, hazırlayan ve uygun bir reklam aracıyla yayınlayan bağımsız bir işletmedir.

**S**

**Satış Geliştirme**: Kişisel satış, reklam ve tanıtma çabaları dışında kalan, sürekli olmayan fuarlara katılma, sergiler v. b. devamlılığı olmayan diğer satış çabalarıdır.  
**Strateji**: Sürekli değişen dış çevrenin fırsatları ve tehlikeleri çerçevesinde işletmenin amacına nasıl ulaşacağına ilişkin düzeni ve tasarımlarıdır.

**T**

**Tutundurma**: Tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemek için onları bilgilendirmeyi ve ikna etmeyi amaçlayan eylemlerdir.

**Ü**

**Ürün Planlama**: Bir işletmenin hangi ürünleri üretip pazarlayacağını belirlemeye yönelik tüm faaliyetleri kapsar.

**V**

**Vadeli Akreditif**: Alıcının belirlenmiş ileri bir tarihte amir bankaya ödeme yapmayı kabul ederek mülkiyet hakkı belgelerini ‘malların teslimini mümkün kılan akreditif türü. Bu akreditif alıcıya ödeme için bir süre sağlar.  
**Vesaik Karşılığı Ödeme**: Banka belgeleri ithalatçıya sadece emredilen para birimiyle nakit ödeme karşılığında teslim eder.  
**Vesaik Karşılığı Kabul**: Banka belgeleri alıcıya ileri bir tarihte ödemenin yapılacağını, garanti eden bir kambiyo senedinin ‘poliçenin’ kabulü karşılığında teslim eder.

**Y**

**Yoğun Dağıtım**: Ürünün satılabileceği her satış noktasında bulundurulması için yapılan dağıtım.