|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **DERS BİLGİLERİ** | | | | | |
| **Ders** | *Kodu* | *Yarıyıl* | *T+U Saat* | *Kredi* | *AKTS* |
| Stratejik Pazarlama | EMBA 560 | Güz | 3+ 0 | 3 | 9 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Ön Koşul Dersleri** | - |
| **Dersin Dili** | İngilizce |
| **Dersin Seviyesi** | Yüksek Lisans |
| **Dersin Türü** | Zorunlu |
| **Dersin Koordinatörü** |  |
| **Dersi Verenler** |  |
| **Dersin Yardımcıları** | - |
| **Dersin Amacı** | Bu dersin amacı pazarlama biliminin temel kavramlarını güncel ve teorik açıdan incelemek |
| **Dersin İçeriği** | Bu ders temel olarak pazarlama temellerini, ürün, fiyat, konum, ve iletişim açılarından incelemeyi içerir. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Dersin Öğrenme Çıktıları** | | | **Program Öğrenme Çıktıları** | **Öğretim Yöntemleri** | **Ölçme Yöntemleri** |
| 1)pazarlama temel prensiplerini anlama | | | 1,2 | 1,2,3 | A,C |
| 2) pazarlama yönetimini etkileyen faktörleri analiz etme | | | 1,2 | 1,2,3 | A,C |
| 3) pazarlama çevresini etkileyen micro ve macro çevresel elemanları bilimsle yöntemler ile analiz etmek ve etkileme | | | 1,2 | 1,2,3 | A,C |
| 4) tüketici davranışını inceleme | | | 1,2,8 | 1,2,3 | A,C |
| **Öğretim Yöntemleri:** |  | 1: Anlatım, 2: Soru-Cevap, 3: Araştırma | | | |
| **Ölçme Yöntemleri:** |  | A: Sınav , C: Ödev | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DERS AKIŞI** | | |
| **Hafta** | **Konular** | **Ön Hazırlık** |
| 1 | GİRİŞ- Pazarlama nedir? | İlgili bölüm |
| 2 | Pazarlamanın gelişimi | İlgili bölüm |
| 3 | Pazarlama çevresi | İlgili bölüm |
| 4 | Tüketici davranışı | İlgili bölüm |
| 5 | Pazar araştırması | İlgili bölüm |
| 6 | B2B | İlgili bölüm |
| 7 | ARA SINAV |  |
| 8 | Segmentasyon ve konumlandırma | İlgili bölüm |
| 9 | 4P | İlgili bölüm |
| 10 | Dijital pazarlama | Uygulamadan Örnekler |
| 11 | Etik unsuru | İlgili bölüm |
| 12 | Rekabet avantajı | Türkiye’deki Durum, Hukuki Durum |
| 13 | Uluslararası pazarlama | Uygulamadan Örnekler |
| 14 | ÖĞRENCİ SUNUMLARı |  |
| 15 | Genel Tekrar |  |
| 16 | Final |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **KAYNAKLAR** | |
| **Ders Notu** | Kotler P. & G.Armstrong (2013) Principles of Marketing Prentice-Hall International, Inc |
| **Diğer Kaynaklar** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **MATERYAL PAYLAŞIMI** | |
| **Dökümanlar** | Derste anlatılan konularla ilgili alıştırmalar, konularla ilgili ek bilgi içeren dokümanlar. |
| **Ödevler** | Pazarlama planı hazırlamak |
| **Sınavlar** | Bir ara sınav, bir final sınavı |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DEĞERLENDİRME SİSTEMİ** | | |
| **YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI** | **SIRA** | **KATKI YÜZDESİ** |
| Ara Sınav | 1 | 60 |
| Proje | 1 | 40 |
| **Toplam** |  | **100** |
| **Finalin Başarıya Oranı** |  | 50 |
| **Yıl içinin Başarıya Oranı** |  | 50 |
| **Toplam** |  | **100** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **DERS KATEGORİSİ** | | | Uzmanlık / Alan Dersleri | | | | | | | |
| **DERSİN PROGRAM ÇIKTILARINA KATKISI** | | | | | | | | |
| No | Program Öğrenme Çıktıları | | Katkı Düzeyi | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| 1 | Bağımsız çalışma/proje/araştırma yapmak için gerekli bilgi birikimi, disiplin ve sorumluluğa sahip olur, ve konu ile ilgili kapsamlı bir araştırma ve/veya proje raporu hazırlayabilir. | |  | x |  |  |  |  |
| 2 | İşletmelerde takım ve proje çalışmalarına etkin katkı sağlayabildiğini, gereken sorumluluğu alabildiğini ve liderlik rolünü üstlenmeye yatkın olduğunu gösterebilir. | |  |  |  | x |  |  |
| 3 | Kurum ve örgüt için hedef ve amaç belirleyebilir, bunlara yönelik veya performans iyileştirici proje tasarımı ve planlaması yapılabilir. | |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Hızla değişen iş küresel koşullarda işletme bilim alanında ve yoğunlaştığı alt dallarda (yönetim ve organizasyon, muhasebe ve finansman, sayısal yöntemler, üretim ve pazarlama) edindiği bilgileri eleştirel olarak değerlendirebilir, sahip olduğu bilginin yeterliliğini ve öğrenme gereksinimlerini tespit edebilir, eksikliklerini gidermek için öğrenimini yönlendirebilir. | |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Eleştirel bakış açısına sahip olduğunu, kişisel ve profesyonel gelişimi için bilgi güncellemenin ve yaşam boyu öğrenmenin önemini anladığını gösterebilir. | |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Ulusal ve uluslararası dinamiklerin değişkenliğini göz önünde bulundurarak profesyonel hayatta başarılı olmak için esnek düşünebilmenin ve yaratıcı çözümler üretebilmenin önemini anladığını gösterebilir. | |  |  | x |  |  |  |
| 7 | İşletme bilim dalındaki ve yoğunlaştığı alt alanlardaki (yönetim ve organizasyon, muhasebe ve finansman, sayısal yöntemler, üretim ve pazarlama) küresel dinamikleri anlayabilecek, takip edebilecek ve yorumlayabilecek; uluslararası kurumsal düzeyde, etkin, yazılı ve sözlü iletişim kurabilecek İngilizce bilgisine sahip olduğunu gösterebilir. | |  |  | x |  |  |  |
| 8 | Ulusal ve uluslararası akademik ve profesyonel ortamlarda bilgisini, çalışmalarının sonuçlarını, fikir ve yorumlarını, genel işletme bilim alanında ve yoğunlaştığı alt dallardaki (yönetim ve organizasyon, muhasebe ve finansman, sayısal yöntemler, üretim ve pazarlama) bilgi ve deneyimini başka disiplin ve birimlerdeki kişilere, gerekli verileri kullanarak, açık ve net bir şekilde Türkçe ve/veya İngilizce olarak ifade edebilir, sunabilir ve paylaşabilir. | |  |  | x |  |  |  |
| 9 | Kültürler ve bireyler arasındaki farklılıklara saygı gösterilmesinin önemini anladığını gösterebilir, farklı kültürlerden bireylerin oluşturduğu sosyal ve profesyonel ortamlarda gerekli empatiyi göstererek iletişim kurabilir. | | x |  |  |  |  |  |
| 10 | İşletme bilim alanında ve uzmanlık dallarında (yönetim ve organizasyon, muhasebe ve finansman, sayısal yöntemler, üretim ve pazarlama) geçerliliği ve yaygın kullanımı olan bilişim teknolojilerini etkin şekilde kullanabilir. | | x |  |  |  |  |  |
| 11 | İş etiği ve sosyal sorumluluk kavramlarına hakim olur, bu kavramların uygulamalarını değerlendirebilir ve bu ilkelere uygun davranmanın topluma değer katmak için ne derece önemli olduğunu anladığını gösterebilir. | |  |  |  |  |  |  |
| 12 | Sosyal sorumluluk kavramının bireysel, toplumsal ve ekolojik boyutlarını bilir, bu çerçeve içinde üzerine düşen aktif vatandaşlık görevini anladığını gösterebilir. | |  |  | x |  |  |  |
| 13 | Çağdaş toplumların esasını oluşturan sosyal hakların evrenselliği ve sosyal adalet kavramlarını, toplumsal gelişmenin ve küresel rekabet edebilirliğin gereği olan bilimsel bakış açısının önemini anladığını gösterebilir. | |  |  |  |  |  |  |
| 14 | Kurumsal sürdürülebilirlik için kalite yönetiminin, iş sağlığı ve güvenliğinin, kurumsal sosyal sorumluluğun, profesyonel ve kültürel saygının ve kurumsal etik prensiplerinin önemini anladığını gösterebilir. | |  |  | x |  |  |  |
| 15 | İşletme bilim alanı ve uzmanlık dalları (yönetim ve organizasyon, muhasebe ve finansman, sayısal yöntemler, üretim ve pazarlama) ile ilgili çağdaş kavram, teori ve modelleri, alan bilgisini sürekli geliştirmek için gerekli kaynaklara nasıl ulaşacağını ve alanının tarihsel gelişimini bilir, alanı ile ilgili konularda problem çözmek, analiz ve araştırma yapmak için alana özgü araştırma yöntemleri kullanabilir. | |  |  |  |  |  |  |
| 16 | İşletme bilim alanını ve uzmanlık dallarını (yönetim ve organizasyon, muhasebe ve finansman, sayısal yöntemler, üretim ve pazarlama) çevreleyen hukuki, siyasi, ekonomik, ve sosyal konularda uluslararası boyutta temel bilgiye sahip olduğunu gösterebilir. | |  |  | x |  |  |  |
| 17 | Analitik düşünce yapısına sahip olduğunu ve işletme bilim alanında ve uzmanlık dallarında (yönetim ve organizasyon, muhasebe ve finansman, sayısal yöntemler, üretim ve pazarlama) edindiği ileri düzeydeki kurumsal ve uygulamalı bilgileri kullanabildiğini gösterebilir. | |  |  | x |  |  |  |
| 18 | Edindiği kuramsal, olgusal ve araştırma yöntemleri bilgileri ile nicel ve nitel verileri değerlendirebilir, yorumlayabilir, sorunları tanımlayabilir, veri analizi yapabilir, ve sonuçları değerlendirerek çözümler üretebilir. | |  |  |  |  |  |  |
| 19 | Örgüte / kuruma ilişkin eleştirel düşünebilir, işletme bilim alanında ve uzmanlaştığı alt dallardaki (yönetim ve organizasyon, muhasebe ve finansman, sayısal yöntemler, üretim ve pazarlama) bilgilerini diğer alanlardan gelen bilgilerle ilişkilendirebilir, bütünleştirerek yorumlayabilir, yeni bilgileri oluşturabilir, ve disiplinlerarası etkileşimi anladığını gösterebilir. | |  |  |  | x |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **DERS KATEGORİSİ** | Uzmanlık / Alan Dersleri | | |
| **AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU** | | | |
| Etkinlik | SAYISI | Süresi (Saat) | Toplam İş Yükü (Saat) |
| Projeler | 10 | 8 | 80 |
| Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi(Ön çalışma, pekiştirme) | 16 | 10 | 160 |
| **Toplam İş Yükü** |  |  | 240 |
| **Toplam İş Yükü / 25 (s)** |  |  | 9,6 |
| **Dersin AKTS Kredisi** |  |  | 9 |