|  |
| --- |
| **DERS BİLGİLERİ** |
| **Ders** | *Kodu* | *Yarıyıl* | *T+U Saat* | *Kredi* | *AKTS* |
| Stratejik Pazarlama Yönetimi | DBA 642 | Bahar/Güz | 3+0+0 | 3 | 10 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Ön Koşul Dersleri** | - |

|  |  |
| --- | --- |
| **Dersin Dili** | İngilizce |
| **Dersin Seviyesi** | Doktora Programı |
| **Dersin Türü** | Bölüm seçmeli |
| **Dersin Koordinatörü** | Prof. Dr. Tulin Ural |
| **Dersi Verenler** | Prof. Dr. Tulin Ural |
| **Dersin Yardımcıları** | Arş. Gör. Dilara Erşen |
| **Dersin Amacı** | Bu ders, bir pazarlama stratejisi geliştirme ve seçilen stratejiyi gerçekleştirmek için en uygun pazarlama karmasını tasarlama sürecine odaklanan, stratejik bir pazarlama yönetimi perspektifi sunar. Spesifik olarak bu dersin amacı:-Pazarlama stratejisinin temel öğelerini tanıtmak,-Problem analizi ve eylem planlaması için sağlam bir çerçeve sunmak,-ve öğrencinin liderlik, analitik ve iletişim becerilerini geliştirmektir. |
| **Dersin İçeriği** | Ders, ürün stratejisi belirleme, hizmet tasarlama ve yönetme, fiyatlandırma stratejileri ve programları geliştirme, bütünleşmiş pazarlama kanallarını yönetme, kitle iletişimini yönetme: reklam, satış promosyonları, etkinlikler, deneyimler ve halkla ilişkiler ile uzun dönemli bütünsel bir pazarlama organizasyonunu yönetmeyi ele almaktadır. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Dersin Öğrenme Çıktıları** | **Program Öğrenme Çıktıları** | **Öğretim Yöntemleri** | **Ölçme Yöntemleri** |
| 1) Bu dersin sonunda öğrenciler, pazarlama stratejileri geliştirebilecek, |  | 1,2,3 | A,C |
| 2) bir şirketin faaliyet gösterdiği ortamı anlayabilecek, fırsatları ve tehditleri belirleyebilecek, |  | 1,2,3 | A,C |
| 3) pazarlama problemlerini tanımlayabilecek ve çözebilecek, |  | 1,2,3 | A,C |
| 4) pazarlama karması stratejileri ve eyleme geçirilebilir pazarlama planları geliştirebileceklerdir. |  | 1,2,3 | A,C |

|  |  |
| --- | --- |
| **Öğretim Yöntemleri:** |  1:Anlatım, 2:Soru-Cevap, 3:Tartışma 4. Vaka Çalışması 5. Çalıştay 6. Sorun Çözme Yöntemi |
| **Ölçme Yöntemleri:** |  A: Sınav, B: Ödev, C: Sunum, D: Proje |

|  |
| --- |
| **DERS AKIŞI** |
| **Hafta** | **Konular** | **Ön Hazırlık** |
| 1 | Rekabetin Ele Alınması ve Büyümenin Artırılması | İlgili bölüm |
| 2 | Ürün Stratejisinin Belirlenmesi | İlgili bölüm |
| 3 | Hizmetlerin Tasarlanması ve Yönetimi | İlgili bölüm |
| 4 | Yeni Pazar Tekliflerinin Tanıtılması | İlgili bölüm |
| 5 | Fiyatlandırma Stratejileri ve Programlarının Geliştirilmesi | İlgili bölüm |
| 6 | Bütünleşik Pazarlama Kanalları Tasarlama ve Yönetimi | İlgili bölüm |
| 7 | Perakendecilik, Toptancılık ve Lojistik Yönetimi |  |
| 8 | Ara sınav | İlgili bölüm |
| 9 | Bütünleşik Pazarlama İletişiminin Tasarlanması ve Yönetimi | İlgili bölüm |
| 10 | Kitle İletişimini Yönetme: Reklamcılık, Satış Promosyonları, Etkinlikler, Deneyimler ve Halkla İlişkiler | İlgili bölüm |
| 11 | Dijital İletişimleri Yönetme: Çevrimiçi, Sosyal Medya ve Mobil. | İlgili bölüm |
| 12 | Kişisel İletişimi Yönetme: Doğrudan pazarlama, Veri tabanı Pazarlaması ve Kişisel Satış. | İlgili bölüm |
| 13 | Uzun vadede bütünsel bir pazarlama organizasyonunu yönetmek | İlgili bölüm |
| 14 | Egzersizler | Uygulamadan Örnekler |
| 15 | Egzersizler | Uygulamadan Örnekler |
| 16 | Final sınavı |  |

|  |
| --- |
| **KAYNAKLAR** |
| **Ders Notu** | Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2016) Marketing Management, Pearson, Global Edition 15, ISBN-13: 978-1-292-09262-1 |
| **Diğer Kaynaklar** | Eğitmenin atadığı dergi makaleleri |

|  |
| --- |
| **MATERYAL PAYLAŞIMI** |
| **Dökümanlar** | Derste anlatılan konularla ilgili power point sunumları içeren dokümanlar. |
| **Sınavlar** | Bir ara sınav, bir final sınavı |

|  |
| --- |
| **DEĞERLENDİRME SİSTEMİ** |
| **YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI** | **SAYI** | **KATKI YÜZDESİ** |
| Ara Sınav | 1 | 40 |
| Final | 1 | 60 |
| **Toplam** |   | **100** |

|  |  |
| --- | --- |
| **DERS KATEGORİSİ** | Uzmanlık / Alan Dersleri |

|  |
| --- |
| **DERSİN PROGRAM ÇIKTILARINA KATKISI** |
| No | Program Öğrenme Çıktıları | Katkı Düzeyi |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| 1 | Doktora adayları işletme (organizasyon ve yönetim, örgüt davranış, pazarlama, finans, muhasebe, insan kaynakları, üretim teknolojisi, vb.) ve sosyal bilimler alanlarında geliştirilmiş bulunan çok sayıda kuram, model ve paradigmalara ilişkin farklı bakış açılarını öğrenir, bu konularda çeşitli bilimsel toplantılarda sunulan bilimsel çalışma ve araştırmaları değerlendirme, yorumlama ve eleştirme bilgi ve becerisi kazanır. |  |  | X |  |  |  |
| 2 | Doktora adayları günümüzde gerek işletme alanına gerekse sosyal bilimlerin diğer alanlarına ilişkin değişim, yenilik ve gelişmeleri yakından izlemeyi, yorumlamayı ve bu bilgilerin ışığında uygulayıcılar olarak örgütsel/yönetsel sorunları saptamayı ve gerekli yenilikçi ve yaratıcı çözümler üretmeyi öğrenir |  |  |  |  | X |  |
| 3 | Doktora adayları işletme ve genel olarak sosyal bilimlerde en son yenilikleriyle araştırma yöntemlerini kullanarak bağımsız olarak ya da diğer araştırmacılarla ortaklaşa özgün bilimsel/akademik araştırmalar yapma, araştırmalarının sonuçlarını kitap, makale ve raporlar halinde yayınlama ve bilimsel ortamlarda tartışılmak üzere sunma bilgi, beceri ve sorumluluğu kazanır. |  |  | X |  |  |  |
| 4 | Doktora adayları kendilerini Üniversitede yaratılan bilimsel ortamda, seçkin öğretim üyeleri, özenle seçilen misafir konuşmacılar ve birlikte eğitim gördükleri diğer grup arkadaşlarıyla yakın ilişkiler içinde, sürdürülebilir bir çevre, toplumsal sorumluluk ve aktif bir vatandaşlık bilincine sahip, etik ilkelere dayalı birer örnek insan, yönetici, lider ya da akademisyen olarak gelişirler. |  |  |  | X |  |  |
| 5 | Doktora adayları küreselleşen bir dünyada yönettikleri ulusal ve uluslararası örgütlerde çalışanların giderek artan bir biçimde farklı geçmiş ve kültürlerden geldiklerini, şirket evliliklerinde yaşanılan kültürel çatışmaları ve işgücünün ülkeler arası hareketliliğini yaşayarak ve bilimsel ortamlarda tartışarak öğrenir ve kültürel farklılıkları başarıyla yönetebilen liderler/yöneticiler olarak gelişirler. |  |  |  | X |  |  |
| 6 | Doktora adayları görev yaptıkları kuruluşlarda uzun vadeli stratejik planlamaya ve planların uygulanmasına ilişkin rasyonel kararlar verebilen, vizyon sahibi liderler olma niteliklerini kazanırlar. |  |  | X |  |  |  |
| 7 | Doktora adayları stratejik yönetimin bir ekip çalışması olduğunu ve ancak ekiplerle çalışılarak sonuçlara ulaşılabileceğini öğrenirler. |  |  |  | X |  |  |
| 8 | Doktora adayları sosyal bilimlerin farklı alanlarında geliştirilmiş bulunan bilgilerin geniş ölçüde çakıştıklarını ve birbirlerini tamamladıklarını görür ve bilimsel çalışmalarda disiplinler arası bir yaklaşıma ve bakış açısına sahip olmanın kaçınılmaz olduğunu öğrenir. |  |  |  | X |  |  |
| 9 | Doktora adayları sürdürdükleri uzun süreli doktora çalışmalarında sürekli olarak İngilizce yazdıkları ve sözlü sunumlar yaptıkları ve bu çalışmalarının geliştirilmesi yönünde eleştirildikleri için gerek ana dilde gerekse İngilizcede etkin iletişim becerileri kazanırlar. |  |  |  |  | X |  |
| 10 | Doktora adayları sosyal bilimlerde ve işletme alanında bilgi üretiminin ve değişimin ne kadar hızlı olduğunu yakından görür ve yaşam boyu öğrenmenin kaçınılmaz olduğunu yaşayarak öğrenir. |  |  |  | X |  |  |

|  |
| --- |
| **DERSİN PROGRAM ÇIKTILARINA KATKISI** |
| No | Program Öğrenme Çıktıları | Katkı Düzeyi |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | İşletme bilim alanını ve uzmanlık dallarını çevreleyen hukuki, siyasi, ekonomik ve sosyal konularda uluslararası boyutta temel bilgiye sahip olur. |  |  |  |  | X |
| 2 | Uluslararası kurumsal düzeyde, etkin, yazılı ve sözlü iletişim kurabilecek İngilizce bilgisine sahip olur. |  |  | X |  |  |
| 3 | Girişimcilik yeteneğini geliştirir. |  |  |  |  | X |
| 4 | Teorik bilgileri, uygulama ile pekiştirir. |  |  |  |  | X |
| 5 | İşletme bilim alanının alt uzmanlık dallarında edindiği bilgileri ilişkilendirir ve karar verme süreçlerine yansıtır. |  |  |  |  | X |
| 6 | Takım içerisinde etkin olarak çalışır ve takımın başarısı için inisiyatif alır. |  |  |  |  | X |
| 7 | İş etiği ve sosyal sorumluluk ilkelerine uygun davranarak üzerine düşen aktif vatandaşlık görevini yerine getirir. |  |  |  |  | X |
| 8 | Bağımsız çalışma/proje/araştırma yapmak için gerekli bilgi birikimine sahip olur, sonuçları değerlendirerek sorunlara yaratıcı çözümler üretebilir. |  |  |  | X |  |
| **AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU** |
| Etkinlik | SAYISI | Süresi(Saat) | Toplamİş Yükü(Saat) |
| Ders Süresi (Sınav haftası dahildir: 16x toplam ders saati) | 16 | 3 | 48 |
| Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi(Ön çalışma, pekiştirme) | 16 | 5 | 80 |
| Ara Sınav | 1 | 4 | 4 |
| Sunumlar | 16 | 8 | 128 |
| Final | 1 | 4 | 4 |
| **Toplam İş Yükü** |   |   | 264 |
| **Toplam İş Yükü / 25 (s)** |   |   | 10,56 |
| **Dersin AKTS Kredisi** |   |   | 10 |