

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Pazarlama Teorisi	BA 650	Güz-Bahar	03+00+00	Seçmeli	3	7.5
Akademik Birim:	Sosyal Bilimler Enstitüsü					
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Doktora					
Dersin Koordinatörü:	petek.tosun					
Dersin Amacı:	<p>Bu doktora dersinin amacı, pazarlama disiplininin temelleri ve evrimi hakkında derinlemesine bir anlayış sağlamaktır. Pazarlama biliminin ve pratiğinin daha da geliştirilmesi için derin bir pazarlama teorileri anlayışına sahip olmak gerekir. Ders, pazarlamada hem teorik hem de güncel pratik konuları bir araya getirmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda dersin genel amaçları şu şekilde sıralanabilir;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Öğrencilere pazarlama düşüncesinin evrimi hakkında bir anlayış kazandırmak,</li><li>• Pratik pazarlama problemlerini pazarlama teorileri ile ilişkilendirme konusunda öğrencileri geliştirmek,</li><li>• Mevcut pazarlama süreçlerini, uygulamalarını ve organizasyonlarını şekillendiren ana düşünce okullarını özetlemek,</li><li>• Pazarlama konularında akademik araştırma, literatür taraması ve araştırma tasarımı için temel düzeyde bir yetkinlik geliştirmek.</li></ul>					
Dersin İçeriği:						
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1-</b> Pazarlama düşüncesinin evrimini anlamak ve eleştirel olarak değerlendirmek,</li><li>• <b>2-</b> Pazarlamadaki temel teoriler hakkında bilgi sahibi olmak,</li><li>• <b>3-</b> Pazarlama ile ekonomi, psikoloji, sosyoloji ve yönetim gibi diğer ilgili disiplinler arasındaki teorik ilişkileri tanımlamak,</li><li>• <b>4-</b> Pazarlamada teori geliştirme konusunda derin bir bakış açısına sahip olmak,</li><li>• <b>5-</b> Kavramsal bir model geliştirmek için belirli bir pazarlama konusuyla ilgili literatür taraması yapabilmek,</li><li>• <b>6-</b> Pazarlamadaki akademik çalışmalar hakkında eleştirel düşünmeye başlamak.</li></ul>					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	<p>Bu doktora kursu, dersler, sınıf içi tartışmalar ve sunumlar gibi çoklu öğretim yöntemlerini kullanacaktır. Okuma, sınıf içinde bilgi paylaşma ve öğrenme sorumluluğu öğrencide olması gerektiğinden öğretim üyesi bu derste bilgi paylaşımını kolaylaştırma rolünü üstlenecektir. Öğrenciler, lisansüstü eğitimlerinde öğrenme deneyimlerini şekillendirecek aktif bir öğrenme rolüne sahip olmalıdır. Öğrencilerin derslere iyi hazırlanmış olarak gelmeleri ve sınıf tartışmalarına aktif olarak katılmaları beklenir.</p>					

## HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Giriş ve ders hakkında bilgi paylaşımı	
2	Pazarlama disiplininin güncel durumuna hızlı bir bakış	Zorunlu ve önerilen okumalar
3	Pazarlama alanının formal olarak şekillenmesi: 1920-1950	Zorunlu ve önerilen okumalar
4	Paradigma Değişimi: 1950-1969	Zorunlu ve önerilen okumalar
5	Paradigma Değişimi Devam Ediyor: 1970'ler	Zorunlu ve önerilen okumalar
6	Ana akım: 1980'ler	Zorunlu ve önerilen okumalar
7	Öğrenci sunumları	
8	Ana akım ve alt dallar: 1990'lar	Zorunlu ve önerilen okumalar

9	1990'lar: Stratejik Pazarlama	Zorunlu ve önerilen okumalar
10	2000'lerde Pazarlama	Zorunlu ve önerilen okumalar
11	Pazarlamada Hizmet Baskın Mantık	Zorunlu ve önerilen okumalar
12	Pazarlama Düşüncesine Tarihsel Bakış	Zorunlu ve önerilen okumalar
13	Öğrenci sunumları	
14	Gelecek Perspektifi	Zorunlu ve önerilen okumalar

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

## ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Kaynaklar ve okuma listesi dönem içinde duyurulacaktır.

## DİĞER KAYNAKLAR

Kaynaklar ve okuma listesi dönem içinde duyurulacaktır.

## DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Ödev	1	15
Derslere bireysel katılım/ ilgilenme /odaklanma	14	40
Yazılı sunumlar (raporlar)	1	15
Sözlü sunumlar	2	30
<b>Total:</b>	<b>18</b>	<b>100</b>

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yükü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Uygulama	14	2	28
Proje	2	12	24
Ödev	1	23.5	23.5
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	14	5	70
<b>Toplam İş Yükü (saat):</b>			<b>187.5</b>

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

## PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9
OC1	2	2	2	1	2	1	2	2	
OC2	3	2	3	1	2	1	3	2	
OC3	3	2	3		2	1	2	2	
OC4									
OC5									
OC6									

**Katkı Düzeyi:** 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek