

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U+L (saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|--|---------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Stratejik Pazarlama | BUS 324 | Bahar | 03+00+00 | Seçmeli | 3 | 6 |
| Akademik Birim: | İşletme | | | | | |
| Öğrenim Türü: | Örgün Eğitim | | | | | |
| Ön Koşullar | Yok | | | | | |
| Öğrenim Dili: | İngilizce | | | | | |
| Dersin Düzeyi: | Lisans | | | | | |
| Dersin Koordinatörü: | - - | | | | | |
| Dersin Amacı: | Bu ders, öğrencilere kapsamlı pazarlama planları oluşturabilen, savunabilen ve uygulayabilen stratejik pazarlamacılar olarak gelişmelerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Teorik temelleri pratik uygulamalarla birleştirerek, stratejik pazarlama yoluyla uzun vadeli, sürdürülebilir iş büyümesi oluşturmak için gerekli becerileri geliştirmeyi hedefler. | | | | | |
| Dersin İçeriği: | Bu ders, pazarlama ilkeleri ve stratejilerinin kapsamlı bir şekilde incelenmesini sunar, vaka çalışmaları, tartışmalar ve gerçek yaşam örnekleri aracılığıyla pratik uygulamaları vurgular. Ana konular arasında pazarlamanın bugünün işletmelerindeki rolü, pazarlama stratejilerinin ve planlarının geliştirilmesi, tüketici davranışı analizi ve pazar segmentasyonu, marka değeri oluşturma ve yönetme, ürün konumlandırma ve hizmet tasarımı stratejileri ile pazarlama alanındaki güncel akademik araştırmaların kritik analizi yer almaktadır. | | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ): | <ul style="list-style-type: none">1- Temel pazarlama kavramlarını anlayacak ve gerçek dünya senaryolarına uygulayabilecektir.2- Çeşitli iş bağlamlarına göre pazarlama stratejilerini geliştirecek ve uygulayacaktır.3- Tüketici pazarlarını ve davranışlarını analiz ederek iş fırsatlarını belirleyecektir.4- Marka değerini oluşturacak ve sürdürebilecektir.5- Etkili bir şekilde ekip çalışması yaparak etkileşimli tartışmalara katılacaktır.6- Güncel akademik pazarlama araştırmalarını sunacak ve eleştirel olarak değerlendirecektir. | | | | | |
| Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri | Bu ders, pazarlama ilkeleri ve stratejilerinin kapsamlı bir şekilde incelenmesini sunar, vaka çalışmaları, tartışmalar ve gerçek yaşam örnekleri aracılığıyla pratik uygulamaları vurgular. Ana konular arasında pazarlamanın bugünün işletmelerindeki rolü, pazarlama stratejilerinin ve planlarının geliştirilmesi, tüketici davranışı analizi ve pazar segmentasyonu, marka değeri oluşturma ve yönetme, ürün konumlandırma ve hizmet tasarımı stratejileri ile pazarlama alanındaki güncel akademik araştırmaların kritik analizi yer almaktadır. | | | | | |

HAFTALIK PROGRAM

| Hafta | Konular | Ön Hazırlık |
|-------|---|-------------------------|
| 1 | Ders Tanıtımı & Giriş | |
| 2 | 21. Yüzyıl İçin Pazarlamanın Tanımlanması | Tavsiye edilen okumalar |
| 3 | Pazarlama Stratejileri ve Planları Geliştirme | Tavsiye edilen okumalar |
| 4 | Bilgi Toplama ve Talep Tahmini-Pazarlama Araştırması | Tavsiye edilen okumalar |
| 5 | Uzun Vadeli Sadakat İlişkileri Oluşturma | Tavsiye edilen okumalar |
| 6 | Tüketici Pazarlarını Analiz Etme | Tavsiye edilen okumalar |
| 7 | Ara Sınav | |
| 8 | Pazar Segmentlerini ve Hedeflerini Belirleme | Tavsiye edilen okumalar |
| 9 | Marka Sermayesi Oluşturma | Tavsiye edilen okumalar |
| 10 | Marka Konumlandırma / Ürün Stratejisi Belirleme-Hizmet Tasarımı ve Yönetimi | Tavsiye edilen okumalar |

| | | |
|----|-------------------|-------------------------|
| 11 | Öğrenci Sunumları | Tavsiye edilen okumalar |
| 12 | Öğrenci Sunumları | Tavsiye edilen okumalar |
| 13 | Öğrenci Sunumları | Tavsiye edilen okumalar |
| 14 | Öğrenci Sunumları | Tavsiye edilen okumalar |

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Kotler & Keller, Marketing Management, Pearson.
Hooley, G., Nicoulaud, B., Rudd, J., Lee, N., Marketing Strategy and Competitive Positioning, 7th Edition, Pearson.

DİĞER KAYNAKLAR

Haftalık verilecek kaynaklar

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

| Yarıyıl İçi Çalışmaları | Sayı | Katkı Payı (%) |
|---|----------|----------------|
| Sunum/Jüri | 1 | 30 |
| Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar | 1 | 30 |
| Final Sınavı | 1 | 40 |
| Total: | 3 | 100 |

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yükü (saat) |
|---|--------|---------------|-----------------------|
| Ders Saati | 14 | 3 | 42 |
| Uygulama | 1 | 9 | 9 |
| Sunum/Jüriye Hazırlık | 1 | 32 | 32 |
| Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler | 12 | 2 | 24 |
| Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar | 1 | 16 | 16 |
| Final Sınavı | 1 | 27 | 27 |
| Toplam İş Yükü (saat): | | | 150 |

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

| # | PY1 | PY2 | PY3 | PY4 | PY5 | PY6 | PY7 | PY8 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| OC1 | | | | | | | | |
| OC2 | | | | | | | | |
| OC3 | | | | | | | | |
| OC4 | | | | | | | | |
| OC5 | | | | | | | | |
| OC6 | | | | | | | | |

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek