

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü ( Z / S )	Yerel Kredi	AKTS
İşletme, Pazarlama ve Toplum	BUS 110	Bahar	03+00+00	Seçmeli	3	5
Akademik Birim:	İşletme					
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	--					
Dersin Amacı:	Bu dersin amacı; işletme ve pazarlama yönetimine toplumsal perspektiften genel bir giriş yapmaktır. İş idaresinin ve pazarlama yönetiminin, sürdürülebilir kalkınma amaçları ile ilişkilendirilmesi, tüketicileri daha iyi ve mutlu olmalarına yönlendirebilen sosyal pazarlama uygulamaları ve kar amacı gütmeyen kurumların pazarlaması konularındaki temel dinamiklerin öğrencilerle paylaşılması hedeflenmektedir. Bunlara ek olarak, öğrencilerin şirketler, kar amacı gütmeyen kuruluşlar ve toplum arasındaki karmaşık ilişkileri derinlemesine kavraması hedeflenmektedir.					
Dersin İçeriği:	İşletme, toplum ve pazarlama etkileşimi, sürdürülebilir kalkınma hedefleri, kar amacı gütmeyen kuruluşlar, sosyal pazarlama					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1-</b> İşletme-toplum etkileşimi ile ilgili temel kavramların öğrenilmesi</li><li>• <b>2-</b> İş ve pazarlama yönetim kararları ile sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin bağlantısının kurulması</li><li>• <b>3-</b> Tüketici davranışlarının iyiye doğru yönlendirilmesini amaçlayan sosyal pazarlama dinamiklerinin öğrenilmesi</li><li>• <b>4-</b> Kar amacı gütmeyen kuruluşların işleyiş dinamiklerinin ve toplum ile etkileşiminin analiz edilmesi</li></ul>					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Konu anlatımı, vaka analizleri, ilgili alanlarda çalışan davetli yönetici konuşmaları ve öğrenci sunumları					

## HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Introduction to Business and Society	
2	Business and Sustainable Development Goals	Kitaptan ve Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
3	Sustainable Production	Kitaptan ve Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
4	Guest Speaker	
5	High-Tech Markets, Technological Innovations, and Sustainability	Kitaptan ve Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
6	Motivating Behavioral Change: Social Marketing	Kitaptan ve Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
7	Midterm	Kitaptan ve Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
8	Guest Speaker	
9	Non-profit organizations and sustainable marketing	Kitaptan ve Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar
10	Non-profit organizations and sustainable marketing	Kitaptan ve Learn'de paylaşılacak kaynaklardan okumalar

11	Consumer Rights and Responsibilities	Kitaptan ve Learn'de paylaşılabacak kaynaklardan okumalar
12	Guest Speaker	
13	Group Presentations	
14	Group Presentations	

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

## ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Emery, Berry (2021). Sustainable Marketing, Pearson, UK.  
<https://www.pearson.com/en-gb/subject-catalog/p/sustainablemarketing/P200000004144/9781292394893?tab=table-of-contents>

## DİĞER KAYNAKLAR

Haftalık verilecek makaleler ve diğer kaynaklar

## DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	1	20
Sunum/Jüri	1	40
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	40
<b>Total:</b>	<b>3</b>	<b>100</b>

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Sunum/Jüriye Hazırlık	1	31	31
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	14	1.5	21
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	31	31
<b>Toplam İş Yüğü (saat):</b>			<b>125</b>

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10
OC1										
OC2										
OC3										
OC4										

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