

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">• 1- İşletme-toplum etkileşimi ile ilgili temel kavramların öğrenilmesi• 2- İş ve pazarlama yönetim kararları ile sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin bağlantısının kurulması• 3- Tüketici davranışlarının iyiye doğru yönlendirilmesini amaçlayan sosyal pazarlama dinamiklerinin öğrenilmesi• 4- Kar amacı gütmeyen kuruluşların işleyiş dinamiklerinin ve toplum ile etkileşiminin analiz edilmesi | | | | | |
| 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 |
| Total: | 3 | 100 |

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 |
| Toplam İş Yüğü (saat): | | | 125 |

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

| # | PY1 | PY2 | PY3 | PY4 | PY5 | PY6 | PY7 | PY8 | PY9 | PY10 | PY11 | PY12 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|
| OC1 | | | | | | | | | | | | |
| OC2 | | | | | | | | | | | | |
| OC3 | | | | | | | | | | | | |
| OC4 | | | | | | | | | | | | |

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek