DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Pazarlama Mühendisliğine Giriş	BUS 339	Güz	03+00+00	Seçmeli	3	6

Akademik Birim:	İşletme Bölümü
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim
Ön Koşullar	Yok
Öğrenim Dili:	İngilizce
Dersin Düzeyi:	Lisans
Dersin Koordinatörü:	- -
Dersin Amacı:	Bu derste, veriye ve teknolojiye dayalı olarak daha doğru pazarlama kararlarının nasıl alındığı uygulamalı ve pratik bir şekilde anlatılacaktır. Hızla büyüyen bir teknoloji çözümleri şirketi olan sektör ortağıyla iş birliği içeresinde, öğrenciler, müşteriyi anlama, kampanya tasarımı ve pazarlama stratejilerinin geliştirilmesine yönelik gerçek dünya yaklaşımlarını keşfedeceklerdir. Etkileşimli dersler, davetli konuşmacılar ve gerçek iş vakalarına dayalı grup projeleri aracılığıyla öğrenciler, müşteri içgörülerini yaratıcı ve etkili pazarlama çözümlerine dönüştürmeyi öğreneceklerdir. Bu ders, pratik deneyim kazanmak, stratejik düşünme becerilerini geliştirmek ve rekabetçi bir pazarlama ortamında öne çıkmak isteyen öğrenciler için idealdir.
Dersin İçeriği:	Bu derste, öğrencilere pratik uygulamalar ve gerçek dünya problemleri odağında veri odaklı pazarlama stratejileri anlatılacaktır. Pazar bölümlendirme, talep tahminleme, ürün tasarımı ve kampanya geliştirme gibi konular aracılığıyla öğrenciler, müşteri içgörülerini etkili pazarlama eylemlerine nasıl dönüştüreceklerini öğrenirler. Ders kapsamında uygulamalı grup çalışmaları, temel pazarlama analitiği kavramlarına giriş ve sektör uzmanlarıyla etkileşimli oturumlar yer almaktadır. Öğrenciler ayrıca çok kanallı sadakat programları, yapay zeka destekli kampanyalar ve dijital iletişim stratejileri gibi güncel temaları da keşfedecek; ders, gerçek bir iş vakasını simüle eden kapsamlı bir grup projesiyle tamamlanacaktır.
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• **1-** Müşteri içgörüleri ve gerçek dünya iş problemlerine dayalı pazarlama stratejileri geliştirebilecektir. • **2-** Belirli müşteri segmentlerine yönelik yaratıcı ve uygulanabilir pazarlama kampanyaları tasarlayabilecektir. • **3-** Gerçek şirket verileri ve içgörüleriyle pazarlama problemlerini çözmek üzere ekip çalışması yürütebilecektir. • **4-** Pazarlama fikirlerini ve önerilerini iş dünyasına yönelik açık ve etkili bir şekilde sunabilecektir. • **5-** Sektör iş birlikleri aracılığıyla pazarlama teknolojileri ve uygulamaları hakkında doğrudan deneyim kazanabilecektir.
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	• Etkileşimli Dersler: Pazar bölümlendirme, tahminleme, ürün tasarımı ve kampanya stratejisi gibi pazarlama mühendisliğine ilişkin temel kavramların tanıtılması ve açıklanması. • Sektör Uygulama Oturumları ve Davetli Konuşmalar: Veri odaklı pazarlama uygulamalarına dair gerçek dünya içgörülerinin sektör profesyonelleri tarafından paylaşılması. • Vaka Analizleri ve Sınıf İçi Uygulamalar: Pazarlama kavramlarının gerçek yaşam senaryoları üzerinden grup temelli alıştırmalarla uygulanması. • Grup Projesi ve Final Sunumları: Öğrencilerin şirket verileri ve içgörüleriyle, gerçek bir iş önerisini simüle edecek şekilde pazarlama kampanyası tasarlayıp sunmaları. • Ara Sınav ve Tartışmalar: Kavramsal bilgi ve uygulama becerilerinin ara sınav ve yönlendirilmiş sınıf tartışmaları yoluyla değerlendirilmesi. • Bireysel Çalışma ve Hazırlık: Öğrencilerin, kendilerine verilen okumaları tamamlamaları ve ders dışı zamanlarda tartışmalara ve proje çalışmalarına hazırlanmaları beklenir.

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Pazarlama Mühendisliği ve Analitik Yaklaşım	-
2	Pazarı Bölümlendirme ve Hedef Pazar	Tavsiye edilen okumalar

3	Sektör Uygulaması	Tavsiye edilen okumalar
4	Talep Tahminleme	Tavsiye edilen okumalar
5	Yeni Ürün ve Hizmet Tasarımı	Tavsiye edilen okumalar
6	Sektör Uygulaması	Tavsiye edilen okumalar
7	Ara Sınav	-
8	Pazarlama Karması	Tavsiye edilen okumalar
9	Pazarlamanın Dijital ve Çevrimiçi Dönüşümü	Tavsiye edilen okumalar
10	Sektör Uygulaması Yapay Zeka Destekli Kampanyalar ve Pazarlamanın Geleceği	Tavsiye edilen okumalar
11	Final Projesi Sunumları	Tavsiye edilen okumalar
12	Final Projesi Sunumları (Devamı)	Tavsiye edilen okumalar
13	Final Projesi Sunumları (Devamı)	Tavsiye edilen okumalar
14	Final Projesi Sunumları (Devamı)	Tavsiye edilen okumalar

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Lilien, G. L., Rangaswamy, A., & De Bruyn, A. (2017). Principles of Marketing Engineering and Analytics. DecisionPro.

DİĞER KAYNAKLAR

Leeflang, P. S., Wittink, D. R., Wedel, M., & Naert, P. A. (2013). Building models for marketing decisions (Vol. 9). Springer Science & Business Media.
Pauwels, K. (2014). It's Not the Size of the Data--it's how You Use it: Smarter Marketing with Analytics and Dashboards. Amacom.
Gokhan Yildirim and Raoul V. Kübler / Applied Marketing Analytics Using R. Sage (2023) 9781529768725

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	**Sayı**	**Katkı Payı (%)**
Katılım	1	10
Proje	1	40
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (okuma, bireysel çalışma vb.)	1	20
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	30
Total:	**4**	**100**

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	**Sayısı**	**Süresi (saat)**	**Toplam İş Yükü (saat)**

Ders Saati	14	3	42
Proje	1	60	60
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	13	2	26
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	22	22
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	PY9	PY10
OC1										
OC2										
OC3										
OC4										
OC5										

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek