

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Girişimci Pazarlama	MIS 409	Bahar	03+00+00	Zorunlu	3	6
Akademik Birim:						
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim					
Ön Koşullar	Yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	Mahmut Çavur					
Dersin Amacı:	Bu dersin amacı, pazarlama kavramlarını ve paradigmalarını, girişimcilik koşullarında nasıl uygulanacakları konusunu, pratik ile birleştirmektir.					
Dersin İçeriği:	Girişimciliğe Giriş ve Pazarlamaya Dayalı Girişim Stratejisine Giriş: Konumlandırma, Hedefleme ve Segmentasyon. Başarılı girişim için fikir üretme, tarama ve fikir geliştirme. Yüksek Kar Kazanacak Girişimci için Fiyatlandırma Kararları. Sürdürülebilir Rekabet Avantajı için Girişimci Dağıtım Kanal kararları. Ürününü Başarılı Başlatmak. Girişim için Reklamcılık. Maksimum Değer Üretimi için Halkla İlişkilerden Yararlanma (PR). Satış Yönetimi ile Girişimlere Katma Değer Katmak. Pazarlamaya Uygun Satış Stratejisi. Sürdürülebilir girişim kârlarını en üst düzeye çıkarmak için Promosyon ve Viral Pazarlama. Pazar Etkinliklerine Kaynakların Dağıtımı, Planlanması. Girişimlerde İstihdam, Büyüme ve Çalışanı elde tutma için Girişim Pazarlama Stratejileri. Finansman Faaliyetleri için Pazarlama. Güçlü Markalar ve Güçlü Şirketler Kurma.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	1- Girişime değer katabilecek pazarlama kavramları, yöntemleri, taktikleri ve stratejileri. 2- Yeni girişimler için 4P'nin ele alınması 3- Start-up'ı yönetmek ve organize etmek 4- Girişim olarak markalaşmak					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Etkileşimli Öğretim. Ders, sınıf içi çalışma, laboratuvar uygulamaları, ara sınav ve final sınavı.					

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Girişimcilik için Girişimcilik Pazarlama ve Pazarlamaya Dayalı Stratejiye Giriş: Konumlandırma, Hedefleme ve Segmentasyon	
2	Girişimcilikte Başarı için Fikir Yaratma, Tarama ve Geliştirme	
3	Olağanüstü Kar Kazanacak Girişimci Fiyatlandırma Kararları	
4	Sürdürülebilir Rekabet Avantajı için Girişimci Dağıtım Kanalları Kararları	
5	Ürününüzün Başarılı Lansmanı	
6	Çalışan Girişimci Reklamcılık	
7	Halkla İlişkilerden Yararlanma (PR) Maksimum Değer	
8	Satış Yönetimiyle Yeni Girişimlere Katma Değer Katmak	
9	Pazarlamaya Uygun Satış Stratejisi	

10	Sürdürülebilir yeni girişim kârlarını en üst düzeye çıkarmak için Promosyon ve Viral Pazarlama	
11	Pazar Etkinliklerine Kaynak Dağıtımı	
12	Çalışanların İstihdam Edilmesi, Büyüyünmesi ve Ezilmesine Yönelik Girişimci Pazarlama	
13	Finansman Faaliyetleri İçin Pazarlama	
14	Güçlü Markalar ve Güçlü Şirketler Geliştirme	

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

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Marketing That Works: How Entrepreneurial Marketing Can Add Sustainable Value to Any Sized Company (2nd Edition) July 16, 2015 by Leonard M. Lodish (Author), Howard L. Morgan (Author), Shellye Archambeau (Author), Jeffrey Babin (Author)

DİĞER KAYNAKLAR

Ulusal ve uluslararası vakalar, sektör ve araştırma raporları

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Proje	1	25
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	35
Final Sınavı	1	40
Total:	3	100

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	14	2	28
Uygulama	14	1	14
Proje	1	15	15
Sunum/Jüriye Hazırlık	1	10	10
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	14	2	28
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	25	25
Final Sınavı	1	30	30
Toplam İş Yüğü (saat):			150

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

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

#
OC1
OC2
OC3
OC4

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek