|  |
| --- |
| **ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ****İKTİSADİ ve İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ** |
| **Kod** | **Dersin Adı** | **Kredisi** | **AKTS** |
| **MAN 439**  | Pazarlama & Sürdürülebilirlik | 3 (3-0-3) | 6 |
| **Önkoşul Dersler** | Yok |
| **Dersin Dili** | İngilizce | **Ders İşleme Tarzı** | Online (Zoom)/Sanal Dünya (Second Life) |
| **Dersin Türü /Düzeyi** | Seçmeli / 4.Yıl / Güz Dönemi |
| **Öğretim Elemanı** | **Adı/Soyadı** | **Ders Saati** | **Görüşme Saati** | **İletişim** |
| **Dersin Yürütücüsü****Dersin Asistanı** | Doç. Dr. Murat Gülmez Arş. Gör. Gizem Koçak | Salı18:30-20:30 | Salı13:45 -16:00 | **mgulmez@cag.edu.tr****gizemari@cag.edu.tr** |
| **Dersin Amacı** | Bu dersin amacı, öğrencilerin sürdürülebilirlik kavramına dair derinlemesine bir farkındalık geliştirmelerini sağlamak ve sürdürülebilirlik uygulamalarının kapsamlı bir anlayışını kazandırmaktır. Öğrenciler, deneyimsel öğrenme araçları ve dijital platformlar kullanarak işletmelerin ve diğer organizasyonların sürdürülebilir bir dünya için uyguladıkları stratejileri ve çabaları keşfeder. Ayrıca, sürdürülebilirlik ile ilgili teorik bilgileri pratikte nasıl hayata geçirebileceklerini öğrenerek, küresel ve yerel düzeyde sürdürülebilirlik odaklı projelerde etkin bir şekilde yer alabilecek becerileri kazanırlar. |
| **Dersin Öğrenme Çıktıları** |  | Dersi başarıyla tamamlayan öğrenciler: | **İlişki** |
| **Prog. Çık.** | **Net Etki** |
| 1 | Sürdürülebilirliğin kavramsal çerçevesini, işletmeler ve pazarlama stratejileri açısından önemini açıklayabilir. | 1,2,4,5,7 | 5 |
| 2 | İşletmelerin ve organizasyonların sürdürülebilir bir dünyaya katkı sağlamak için nasıl stratejiler geliştirebileceğini analiz edebilir. | 4,8 | 4 |
| 3 | 3D dijital platformlar ve diğer yenilikçi teknolojileri kullanarak sürdürülebilirlik uygulamalarını deneyimleyebilir. | 1,2,5 | 5 |
| 4 | Küresel bağlamda sanal ekiplerle iş birliği yaparak uluslararası projelerde etkin rol alabilir. | 6 | 5 |
| 5 | Teknolojik gelişmelerin işletme dünyasında yenilikçi sürdürülebilirlik uygulamaları üzerindeki etkilerini analiz edebilir ve bu doğrultuda faydalı çözümler geliştirebilir. | 2,9 | 5 |
| **Ders Tanımı:** Bu ders, sürdürülebilirlik kavramını disiplinlerarası bir bakış açısıyla ele alarak, sürdürülebilirliğin teorik çerçevesini ve kavramsal yaklaşımlarını incelemekte, sürdürülebilirlik ile pazarlama arasındaki dinamik ilişkiyi analiz etmekte, organizasyonların sürdürülebilirlik uygulamalarını değerlendirmek ve deneyimlemek amacıyla 3D dijital platformları kullanmakta ve uluslararası projelerde sanal ekip çalışmasının işleyişini ve yönetimini ele almaktadır. Ders, öğrencilerin sürdürülebilirlik uygulamalarını bütüncül bir perspektifle değerlendirmelerine katkıda bulunarak, küresel ekonomi ve işletme stratejileri bağlamında eleştirel düşünme ve analitik becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır. |
| **Haftalık Ders Planı** |
| **Hafta** | **İçerik** | **Hazırlık** | **Öğretim Metodları** |
| **1** | Giriş ve Tanışma | Sunum |  Zoom |
| **2** | Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri | Sunum | Zoom |
| **3** | İklim Krizi, Küresel Isınma ve Birleşmiş Milletler | Sunum | Zoom |
| **4** | Sürdürülebilirlik ve Pazarlama Teorileri I | Sunum | Zoom |
| **5** | Sürdürülebilirlik ve Pazarlama Teorileri II | Sunum | Zoom |
| **6** | Proje Konusunun Tanıtımı ve Öğrenci Gruplarının Oluşturulması | Sunum | Sanal Dünya/Second Life |
| **7** | Temel Terimler ve Tartışmalar VR- Sanal Dünyalar ile ilgili güncel konular - Sanal Dünya (Second Life) Sanal Kampüse ve VR Laboratuvarına Giriş | Sunum | VR Lab |
| **8** | Terimler ve Tartışma Sanal Kampüs- VR Lab. | Sunum | Sanal Dünya |
| **9** | Terimler ve Tartışma Sanal Kampüs- VR Lab. | Sunum | Sanal Dünya/VR Lab |
| **10** | Terimler ve Tartışma Sanal Kampüs- VR Lab. | Sunum | Sanal Dünya/VR Lab |
| **11** | Terimler ve Tartışma Sanal Kampüs- VR Lab. | Sunum | Sanal Dünya/VR Lab |
| **12** | Takım Çalışması | BETA TEA ROJESİ | - | Sanal Dünya/VR Lab |
| **13** | Takım Çalışması | BETA TEA ROJESİ | - | Sanal Dünya/VR Lab |
| **14** | Takım Çalışması | BETA TEA ROJESİ | - | Sanal Dünya/VR Lab |
| **15** | Proje Sunumları ve Raporları Ön Değerlendirme | - | Sanal Dünya/VR Lab |
| **16** | Proje Sunumları ve Raporlarının incelenmesi | - | Sanal Dünya/VR Lab |
| **KAYNAKLAR** |
| **Kitap** | **Sustainability Marketing: A Global Perspective, 2nd Edition,** [Frank-Martin Belz](https://www.wiley.com/en-hu/search?pq=%7Crelevance%7Cauthor%3AFrank-Martin+Belz), [Ken Peattie](https://www.wiley.com/en-hu/search?pq=%7Crelevance%7Cauthor%3AKen+Peattie), ISBN: 978-1-119-96619-7<https://www.kureselamaclar.org/> **The 2030 Agenda for Sustainable Development’s 17 Sustainable Development Goals (SDGs)**<https://sdgs.un.org/sites/default/files/2020-09/SDG%20Resource%20Document_Targets%20Overview.pdf>  |
| **Ders Notları** | Instructor’s Notes on Online Education Portal Course Website : https://www.virtualworldscaguniversity.com/ |
| **İlişkili Yayınlar** | <https://www.seagoinggreen.org/blog><https://www.reutersevents.com/sustainability/how-marketing-and-sustainability-can-drive-customer-behaviour-change-5-top-tips><https://www.pinterest.pt/belembarbosa/sustainability-marketing/><https://www.thehouseofmarketing.be/blog/sustainability-an-important-marketing-responsibility> |
| **Önerilen Okuma Listesi** | Okuma listesini bu belgenin sonunda bulabilirsiniz. |
| **ÖLÇME ve DEĞERLENDİRME** |
| **Etkinlikler** | **Sayı** | **Katkı** | **Notlar**  |
| **Haftalık Ödevler** | 4 | 40% | (Her ödev için 10 puan olarak belirlenmiştir.) |
| **Final Grup Projesi**  | 1 | 60% |  |
|  **AKTS TABLOSU** |
| **Ders Süresi** | 14 | 3 | 42 |
| **Sınıf Dışı Ders Çalışma** | 14 | 3 | 42 |
| **Ödevler** | 4 | 7 | 28 |
| **Final Projesi** | 1 | 50 | 50 |
| **Toplam****Total / 30****AKTS Kredisi** | **184** |
| **=184/30=6.13** |
| **6** |
| **GEÇMİŞ DÖNEM PERFORMANSLARI** |
|

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |

 |

**Okuma Listesi**

|  |  |
| --- | --- |
| **Makale Listesi** | **Açıklama** |
| Jones, P., Clarke‐Hill, C., Comfort, D., & Hillier, D. (2008). Marketing and Sustainability. *Marketing Intelligence & Planning, 26*(2), 123-130. | Article can be found by searching on ‘Google Scholar’. |
| Baldassarre, F., & Campo, R. (2016). Sustainability as a Marketing Tool: To be or to Appear to be?. *Business Horizons*, *59*(4), 421-429.Borin, N., & Metcalf, L. (2010). Integrating Sustainability into the Marketing Curriculum: Learning Activities that Facilitate Sustainable Marketing Practices. *Journal of Marketing Education*, *32*(2), 140-154. Kemper, J. A., Hall, C. M., & Ballantine, P. W. (2019). Marketing and Sustainability: Business as Usual or Changing Worldviews?. *Sustainability, 11*(3), 1-17. | Article can be found by searching on ‘Google Scholar’. |
| [The **triple bottom line**: What is it and how does it work](http://web.mit.edu/afs.new/athena/course/2/2.813/www/readings/TripleBottomLine.pdf), TF Slaper, TJ Hall - Indiana business review, 2011 | http://web.mit.edu/afs.new/athena/course/2/2.813/www/readings/TripleBottomLine.pdf |
| Kumar, V., Rahman, Z., Kazmi, A. A., & Goyal, P. (2012). Evolution of Sustainability as Marketing Strategy: Beginning of New Era. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *37*, 482-489. | Article can be found by searching on ‘Google Scholar’. |
| Nedumaran, G., & Manimegalai, K. (2018). Green Marketing and Sustainable Development–Challenges and Opportunities. *International Journal of Advanced Scientific Research & Development (IJASRD)*, *5*(3), 194-198 | Article can be found by searching on ‘Google Scholar’. |
| Defining Virtual Worlds and Virtual Environments By Ralph Schroeder, Oxford Internet Institute, University of Oxford. Journal of virtual world research , Vol. 1. No. 1 ISSN: 1941-8477 “Virtual Worlds Research: Past, Present & Future” July 2008 | https://jvwr-ojs-utexas-stage.tdl.org/jvwr/index.php/jvwr/article/view/294 |
| Second Life GuideGirvan, C. (2018). What is a Virtual World? Definition and Classification. *Educational Technology Research and Development*, *66*(5), 1087-1100. | Guide will be sent by instructors.Article can be found by searching on ‘Google Scholar’. |
| Saxena, R., & Khandelwal, P. K. Can Green Marketing be Used as a Tool for Sustainable Growth?: A Study Performed on Consumers in India-An Emerging Economy. *The International Journal of Environmental, Cultural, Economic & Social Sustainability, 6*(2), 275-291. | Article can be found by searching on ‘Google Scholar’. |
| Melović, B., Cirović, D., Backovic-Vulić, T., Dudić, B., & Gubinova, K. (2020). Attracting Green Consumers as a Basis for Creating Sustainable Marketing Strategy on the Organic Market—Relevance for Sustainable Agriculture Business Development. *Foods*, *9*(11), 1552. | Article can be found by searching on ‘Google Scholar’. |