|  |
| --- |
| ***CAĞ UNIVERSITY******İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ*** |
| **Kod** | **Dersin Adı** | **Kredi** | **AKTS** |
| MAN 331 | Çağdaş Pazarlama Sorunları | (3-0-3) 3 | 6 |
| **Önkoşullar** | Yok |
| **Eğitim Dili** | İngilizce  | **Teslimat şekli**  |  Yüz yüze |
| **Kursun Türü ve Seviyesi** | Zorunlu /3.Yıl/Güz Dönemi  |
| **Öğretim** | **İsim(ler)**  | **Ders Saatleri** | **Çalışma Saatleri** | **Kişiler** |
| **Ders Koordinatörü** | Doç.Dr. Saadet SAĞTAŞ TUTKUNCA | **Çarşamba****10:15-12:30** | **Salı**10:00-15:00 | **saadetsagtas@cag.edu.tr** |
| **Dersin Amacı**  | Bu dersin amacı, pazarlamanın temel kavram ve ilkeleri çerçevesinde teknoloji tarafından yeniden şekillendirilen güncel pazarlama uygulamaları, stratejileri ve yöntemleri hakkında kapsamlı bilgi vermektir. Dijitalleşmenin getirdiği hızlı değişimler, küresel dünyada pazarlama stratejilerinde ciddi farklılaşmalara neden olmuştur. Bu ders kapsamında iş ve pazarlama stratejileri üzerindeki teknolojik etkiler hem teorik bilgiler hem de vaka çalışmaları ile incelenecektir . Sürdürülebilirlik son zamanlarda vurgulanan bir diğer konu olup, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşırken karşılaşılan güncel sorunlar tartışılacak ve şirketlerin getirdiği çözümler vaka çalışmaları üzerinden incelenecektir. |
| **Dersin Öğrenme Kazanımları** |  | Dersi başarıyla tamamlayan öğrencilerin | **İlişki** |
| **Prog. Çıktıları** | **Net** **Katkı** |
| **1** | Pazarlama kavramını bilir ve neden bu kavramı öğrenmesi gerektiğini anlar. | 3&7 | 5&4 |
| **2** | Müşteri değerini ve neden müşteri tatmininin önemli olduğunu anlar. | 9 | 3 |
| **3** | Pazarlamanın dört temel karmasını bilir ve pazarlama stratejileri geliştirebilir | 3&7 | 5&4 |
| **4** | Stratejik pazarlama planlamasını kavrar ve pazarlama planı ve pazarlama programından farklılığını bilir. | 5&7 | 5&4 |
| **5** | İşletmenin makro çevresiyle ilgili sorunları anlar ve strateji geliştirir. | 9 | 3 |
| **6** | Pazar segmentasyonunun ne olduğunu ve ürün pazarlarının alt pazarlara ayrılmasının uygulama açısından öneminin farkında olur. | 5&7 | 5&4 |
| **7** | Ekonomik ihtiyaçların alıcı karar sürecini nasıl etkilediğini açıklar ve tüketicilerin satın alma beyanlarını yapma sürecini tanımlar | 9 | 3 |
| **8** | Kurumsal müşterilerin problem çözme davranışlarını ve pazar bilgilerini nasıl elde ettiklerini bilir. | 6&7 | 4&4 |
| **9** | İkincil ve birincil pazar bilgilerini toplama yöntemlerine dikkat eder | 7 | 4 |
| **10** | Yeni ürün geliştirme sürecini anlar ve ürün yaşam döngülerinin strateji planlamasını nasıl etkilediğini açıklayabilir. | 5&9 | 5&3 |
|  **Dersin Tanımı:** Sınıfta almış olduğu dersler sayesinde Pazarlamanın temel prensipleri ve terminolojisi hakkında öğrencinin bilgi ve idrak düzeyini yükselterek iş hayatındaki gerekli pratiği de kazanması bu dersin içeriğini oluşturur |
| **Ders İçerikleri( Haftalık Ders Planı )** |
| Hafta | Konu | Hazırlık | Öğretim Yöntemleri |
| 1 | Pazarlama: Müşteri Değeri ve Etkileşim Yaratmak | Ders Kitabı (1) Bölüm 1 | PPT Sunumu |
| 2 | Çağdaş Pazarlamada Stratejik Planlama  | Ders Kitabı (1) Bölüm 2Ders Kitabı (2) Bölüm 2 | PPT SunumuVaka Tartışması  |
| 3 | Pazarlama Ortamı, Etik ve Sosyal Sorumluluklar  | Ders Kitabı (1) Bölüm 3Ders Kitabı (2) Bölüm 20 | PPT SunumuVaka Tartışması  |
| 4 | Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve Sürdürülebilir Pazarlama | İşletme örnekleri | PPT SunumuTartışma |
| 5 | Sosyal Medya ve Dijital Pazarlama | Ders Kitabı (1) Bölüm 4Ders Kitabı (1) Bölüm 17 | PPT SunumuVaka Tartışması |
| 6 | Tüketici Davranışı | Ders Kitabı (1) Bölüm 6Ders Kitabı (2) Bölüm 5 | PPT SunumuVaka Tartışması |
| 7-8 | Ara Sınav Haftası |   |  |
| 9 | Ürün ve Hizmet Stratejileri | Ders Kitabı (1) Bölüm 12Ders Kitabı (2) Bölüm 8 | PPT SunumuVaka Tartışması  |
| 11 | Fiyatlandırma Stratejileri | Ders Kitabı (1) Bölüm 18-19Ders Kitabı (2) Bölüm 10-11 | PPT SunumuVaka Tartışması |
| 12 | Pazarlama Kanalları ve Tedarik Zinciri Yönetimi | Ders Kitabı (1) Bölüm 14Ders Kitabı (1) Bölüm 12 | PPT SunumuVaka Tartışması |
| 13 | Entegre Pazarlama İletişimi | Ders Kitabı (1) Bölüm 16Ders Kitabı (2) Bölüm 14 | PPT SunumuVaka Tartışması |
| 14 adet | Nöropazarlama ve Girişimci Pazarlama | Not paylaşılacaktır. | Sunum/Tartışma |
| **BAŞVURU** |
| **Ders kitabı** | 1. Çağdaş Pazarlama (2016), Louis E. Boone, David L. Kurtz, 17. E., Cengage
2. Pazarlama İlkeleri (2015), Philip Kotler, Gary Armstrong, 17. E., Pearson.
 |
| **Ders Notları** |  Vaka analizleri bireysel ödevlerdir ve kurs sırasında dağıtılacak bağımsız vakalar üzerinde çalışılmalıdır. Örnek olay incelemesi teslim tarihleri dönem başında ilan edilecektir.  |
| **Önerilen Okuma** |  1) Marketing Türkiye, Pazarlama Dünyası. 2) Pazarlama Dergisi, AMA,  3)Marketingturkiyetr (Instagram), Marketingbirds (Instagram), marketingholmes (Instagram), Ama\_marketing, marketingweek, marketingmeetup,fimarkalarfisildiyor  |
| **Materyal Paylaşımı** | WEB Sayfası üzerinden slayt paylaşımı Bölüm sonundaki sayfa, diğer ders notları. |
| **DEĞERLENDİRME YÖNTEMLERİ** |
| **Faaliyetleri** | **Sayı** | Etki | Notlar |
| ***Ara Sınav*** | 1 | %45 |  |
| ***Yarıyıl Sonu Sınavı*** | 1 | %60 |  |
| **AKTS TABLOSU** |
| **Içeriği** | **Sayı** | **Saat** | **Toplam** |
| **Sınıfta Geçirilen Saatler**  | 14 | 3 | 42 |
| **Ders Dışı Saatler** | 14 | 6 | 84 |
| **Ara Sınav** | 1 | 30 | 30 |
| **Yarıyıl Sonu Sınavı** | 1 | 30 | 30 |
| **Toplam****Toplam / 30****AKTS Kredisi** | 164 |
|  =186/30=6,2 |
| 6 |