



Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yerel Kredi	AKTS	Ders (saat/hafta)	Uygulama (saat/hafta)	Laboratuvar (saat/hafta)
Stratejik Pazarlama Yönetimi	ISL5307	3	7.5	3	0	0

Önkoşullar	Yok
------------	-----

Yarıyıl	Güz
---------	-----

Dersin Dili	Türkçe
Dersin Seviyesi	Yüksek Lisans Seviyesi
Ders Kategorisi	Temel Meslek Dersleri
Dersin Veriliş Şekli	Yüz yüze

Dersi Sunan Akademik Birim	İşletme Bölümü
Dersin Koordinatörü	Atanmamış
Dersi Veren(ler)	Kenan Aydın, Ebru Enginkaya
Asistan(lar)ı	

Dersin Amacı	Ders pazarlama fonksiyonları hakkında temel kararlar, pazarlamanın artan önemi üzerinde yoğunlaşmaktadır. Pazarlama süreçlerine stratejik yaklaşıma ilişkin temel bilgileri sağlamaktadır.
Dersin İçeriği	Pazarlamaya Giriş/ Pazarlamanın Tarihsel Gelişimi/ Stratejik Pazarlama Araştırması/ Strateji ve Pazarlama
Opsiyonel Program Bileşenleri	Yok

Ders Öğrenim Çıktıları

1	Etkili pazarlama ilkeleri, stratejileri ve çalışmaları hakkında bilgi sağlama.
2	Pazarda rekabet stratejileri
3	Müşteri ilişkileri yönetimi
4	Güçlü marka yaratma yolları

Haftalık Konular ve İlgili Ön Hazırlık Çalışmaları

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Pazarlama Düşüncesinin Gelişimi, Pazar Odaklılık ve Stratejik Düşünme	Torlak & Altunışık (2012) 3-23
2	Jenerik Pazarlama Stratejileri ve Rekabet Avantajlarının Sürdürülebilirliği	Torlak & Altunışık (2012) 25-44
3	Stratejik Pazarlama Planlaması	Torlak & Altunışık (2012) 47-71
4	İşletme Analizi	Torlak & Altunışık (2012) 73-100
5	Sektör ve Rekabet Analizi	Torlak & Altunışık (2012) 103-133
6	Müşteri Analizi	Torlak & Altunışık (2012) 137-162
7	Pazar Fırsatları Ölçümü ve Pazar Çekiciliği Analizi	Torlak & Altunışık (2012) 165-193
8	Ara Sınav 1	Ders kitapları ve ilgili sunumlar
9	Rekabet ve Konumlandırma Stratejileri	Torlak & Altunışık (2012) 197-221

10	Yeni Ürünler İçin Konumlandırma Stratejileri	Torlak & Altunışık (2012) 225-253
11	Büyüme Dönemi İçin Pazarlama Stratejileri	Torlak & Altunışık (2012) 255-275
12	Olgunluk Dönemi İçin Pazarlama Stratejileri	Torlak & Altunışık (2012) 277-301
13	Düşüş Dönemi İçin Pazarlama Stratejileri	Torlak & Altunışık (2012) 303-315
14	Kriz Dönemlerinde Pazarlama Stratejileri	Torlak & Altunışık (2012) 317-338
15	Final	Torlak & Altunışık (2012) 339-408

Değerlendirme Sistemi

Etkinlikler	Sayı	Katkı Payı
Devam/Katılım		
Laboratuvar		
Uygulama		
Arazi Çalışması		
Derse Özgü Staj		
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği		
Ödev	1	30
Sunum/Jüri		
Projeler		
Seminer/Workshop		
Ara Sınavlar	1	30
Final	1	40
Dönem İçi Çalışmaların Başarı Notuna Katkısı		60
Final Sınavının Başarı Notuna Katkısı		40
TOPLAM		100

AKTS İşyükü Tablosu

Etkinlikler	Sayı	Süresi (Saat)	Toplam İşyükü
Ders Saati	14	3	42
Laboratuvar			
Uygulama			
Arazi Çalışması			
Sınıf Dışı Ders Çalışması	14	5	70
Derse Özgü Staj			
Ödev	1	50	50
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği			
Projeler	1	40	40
Sunum / Seminer			
Ara Sınavlar (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	10	10
Final (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	10	10
Toplam İşyükü			222

Toplam İşyükü / 30(s)	7.40
AKTS Kredisi	7.5

Diğer Notlar	Yok
--------------	-----