

ÜNİVERSİTE SEÇMELİ DERSİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Ayrıntıları				
Dersin Kodu	Yarıyılı			Üniversite Geneli Kontenjanı
BWL212	Bahar			15
Dersin Adı	T	U	L	AKTS
Stratejik Pazarlama	2	2	0	5
Dersin Dili	Almanca			
Bölümü/Programı	İşletme			
Eğitim Türü	Yüz yüze			
Dersin Türü	Seçmeli			
Dersin Amacı	Kalitatif ve kantitatif konseptlerin ve stratejik pazarlama boyutlarının analizi ve anlaşılması için kullanılan metotların aktarılması sayesinde öğrenciler şirketlerin stratejik pazarlama aksiyonlarını öğrenirler ve kendi stratejik uygulamalarını tasarlayabilirler.			
Dersin İçeriği	Teori ve pratik oturumlarda öğrenciler yönetim kademesinde stratejik pazarlama kararları hakkında bilgilendirilirler. Bu kararlar hem talep tarafı ile stratejileri hem de arz tarafı ile ilgili stratejileri içerir. Ayrıca ilgili pazarların belirlenmesi, rekabet boyutlarının (Fiyat, Kalite, Hedef) analizi ve içsel ve dışsal düzenlemelerin stratejiler üzerine etkisi konularında öğrenciler bilgilendirilir.			
Ön Koşulları	-			
Dersin Koordinatörü	Dr. Öğr. Üyesi Alexander DREYER			
Dersi Verenler	Dr. Öğr. Üyesi Alexander DREYER			
Dersin Yardımcıları	Öğr. Gör. Mustafa Murat CERİT			
Dersin Staj Durumu	-			
Ders Kaynakları				
Ders Notu	Backhaus, K./Schneider, H., Strategisches Marketing, 2. Auflage, 2009			
Diğer Kaynaklar	Ders sunumları			
Materyal Paylaşımı				
Dokümanlar	-			
Ödevler	-			
Sınavlar	-			
Dersin Yapısı				
Matematik ve Temel Bilimler				
Mühendislik Bilimleri				
Mühendislik Tasarımı				
Sosyal Bilimler				%40

ÜNİVERSİTE SEÇMELİ DERSİ
DERS BİLGİ FORMU

Eğitim Bilimleri			
Fen Bilimleri			
Sağlık Bilimleri			
Alan Bilgisi		%60	
Değerlendirme Sistemi			
	Sayısı	Katkı Oranı (%)	
Ara Sınav			
Kısa Sınav			
Ödev			
Devam			
Uygulama			
Proje	1	%40	
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60	
Toplam		100	
AKTS İş Yüğü Dağılımı Tablosu			
	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü (Saat)
Ders Süresi	15	2	30
Sınıf Dışı Ç. Süresi	15	2	30
Ödevler			
Sunum/Seminer Hazırlama	3	10	30
Ara Sınavlar			
Uygulama	15	2	30
Laboratuvar			
Proje			
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	30	30
Toplam İş Yüğü			150
AKTS Kredisi (Toplam İş Yüğü/Saat)			5
Dersin Öğrenim Çıktıları			
1	Öğrenciler belli bir ve kapsam ve metot dahilinde stratejik pazarlama kararlarını analiz edip kavrayabilirler.		
2	Ayrıca verilen bilgiler sayesinde öğrenciler kendi stratejik pazarlama kararlarını verebilecek yetkinliğe erişiler.		
1	Stratejik pazarlamaya giriş		
2	Stratejik pazarlamanın temeli olarak karşılaştırmalı üstünlükler		
3	Karşılaştırmalı üstünlüklerin elementleri 1		
4	Karşılaştırmalı üstünlüklerin elementleri 2		

**ÜNİVERSİTE SEÇMELİ DERSİ
DERS BİLGİ FORMU**

5	Pazar bölümlendirmesi
6	Fiyat-Lider Strateji 1
7	Fiyat-Lider Strateji 2
8	Kalite-Lider Strateji 1
9	Kalite-Lider Strateji 2
10	Zaman-Lider Strateji 1
11	Zaman-Lider Strateji 2
12	Jenerik ya da Hibrid Pazarlama Stratejileri
13	İçsel ve Dışsal Oyun Kuralları
14	Stratejik Pazarlamanın dinamik kontrolü
15	Tekrar ve sınava hazırlık
Hazırlayan:	Dr. Öğr. Üyesi Alexander DREYER
Güncelleme Tarihi:	12.03.2020