|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Dersin Ayrıntıları | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dersin Kodu | | | | | | | | | | | **Akademik Yıl** | | | | | | **Yarıyıl** |
| BE19 | | | | | | | | | | | 2021-2022 | | | | | | Seçmeli |
| Dersin Adı | | | | | | | | | | | **T** | | **U** | | **L** | | **AKTS** |
| Stratejik Pazarlama Uygulamaları | | | | | | | | | | | 3 | | 1 | | 0 | | 10 |
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dersin Dili | | İngilizce | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dersin Düzeyi | | **Yüksek Lisans** | | |  | | | | **Doktora** | | | **X** | | | | | |
| Anabilim Dalı/Programı | | İşletme ve Ekonomi Doktora Programı | | | | | | | | | | | | | | | |
| Eğitim Türü | | Yüz yüze | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dersin Türü | | **Zorunlu** | | | |  | | | | **Seçmeli** | | | | | | **X** | |
| Dersin Amacı | | Dersin amacı, stratejik pazarlama araştırmalarındaki teorileri ve konuları tartışmaktır. Stratejik pazarlama ile ilgili klasik ve güncel araştırmalara temel teşkil eden teoriler haftalık okumalar aracılığıyla incelenecektir. Dersler, ilgili alandaki endeksli dergilerde yayımlanmış makalelerdeki metodolojik yaklaşımlar incelenerek makalelerin derinlemesine tartışılması ve karşılaştırılması şeklinde işlenecektir. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dersin İçeriği | | * Pazarlama Stratejisi ve Planlama Aşamaları * Pazarlama Stratejisinde Klasik ve Güncel Teoriler * Pazarlama Stratejilerine İlişkin Vaka Analizleri | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ön Koşulları | | - | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dersin Koordinatörü | | - | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dersi Verenler | | - | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dersin Yardımcıları | | - | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dersin Staj Durumu | | Yok | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ders Kaynakları | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Kitaplar / Ders Notu | | * Chernev, A. (2019). Strategic marketing management: Theory and practice. Cerebellum Press. * Abratt, R., & Bendixen, M. (2018). Strategic marketing: concepts and cases. Routledge. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diğer Kaynaklar | | - | | | | | | | | | | | | | | | |
| Materyal Paylaşımı | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dokümanlar | | * Akademik makaleler | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ödevler | | - | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sınavlar | | - | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dersin Yapısı | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sosyal Bilimler | |  | | | | | | | | | | | | 100% | | | |
| Eğitim Bilimleri | |  | | | | | | | | | | | | % | | | |
| Fen Bilimleri | |  | | | | | | | | | | | | % | | | |
| Sağlık Bilimleri | |  | | | | | | | | | | | | % | | | |
| Alan Bilgisi | |  | | | | | | | | | | | | % | | | |
| Değerlendirme Sistemi | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | **Sayısı** | | | | | | | | | | | | **Katkı Oranı (%)** | | | |
| Ara Sınav | |  | | | | | | | | | | | |  | | | |
| Kısa Sınav | |  | | | | | | | | | | | |  | | | |
| Ödev | | 2 | | | | | | | | | | | | 40 | | | |
| Devam | | Derse Devam Zorunluluğu min. %60 (9 ders) | | | | | | | | | | | | 0 | | | |
| Uygulama | |  | | | | | | | | | | | |  | | | |
| Sunum | | 2 | | | | | | | | | | | | 60 | | | |
| Proje | |  | | | | | | | | | | | |  | | | |
| Yarıyıl Sonu Sınavı | |  | | | | | | | | | | | |  | | | |
| Toplam | | | | | | | | | | | | | | **100** | | | |
| AKTS İş Yükü Dağılımı Tablosu | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | **Sayısı** | | | | | **Süresi** | | | | | | | | **Toplam İş Yükü (Saat)** | | |
| Ders Süresi | | 14 | | | | | 4 | | | | | | | | 56 | | |
| Sınıf Dışı Ç. Süresi | | 14 | | | | | 4 | | | | | | | | 56 | | |
| Ödevler | | 2 | | | | | 28 | | | | | | | | 56 | | |
| Sunum/Seminer Hazırlama | | 2 | | | | | 56 | | | | | | | | 112 | | |
| Ara Sınavlar | |  | | | | |  | | | | | | | |  | | |
| Uygulama | |  | | | | |  | | | | | | | |  | | |
| Laboratuvar | |  | | | | |  | | | | | | | |  | | |
| Proje | |  | | | | |  | | | | | | | |  | | |
| Yarıyıl Sonu Sınavı | |  | | | | |  | | | | | | | |  | | |
| Toplam İş Yükü | | | | | | | | | | | | | | | **280** | | |
| AKTS Kredisi (Toplam İş Yükü / 28) | | | | | | | | | | | | | | | **10** | | |
| Dersin Öğrenim Çıktıları | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Stratejik pazarlama ile ilgili önceki çalışmalar ve güncel araştırma soruları hakkında bilgi sahibi olmak. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Stratejik pazarlama araştırması teorileri hakkında bilgi sahibi olmak. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Akademik dergilerde yayımlanmış makalelerdeki metodolojik yaklaşımları eleştirel olarak analiz edebilme yeteneğini edinmek. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Kendi araştırma sorularını oluşturabilme becerisi kazanmak. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ders Konuları | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Stratejik Pazarlamaya Giriş | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Stratejik Pazarlamaya Giriş | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Stratejik Pazarlama Teorisine İlişkin Okumalar | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Stratejik Pazarlama Teorisine İlişkin Okumalar | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Stratejik Pazarlama Teorisine İlişkin Okumalar | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Stratejik Pazarlama Teorisine İlişkin Okumalar | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Öğrenci Sunumları | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Stratejik Pazarlama Teorisine İlişkin Okumalar | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Stratejik Pazarlama Teorisine İlişkin Okumalar | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Stratejik Pazarlama Teorisine İlişkin Okumalar | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | Stratejik Pazarlama Teorisine İlişkin Okumalar | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | Stratejik Pazarlama Teorisine İlişkin Okumalar | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | Stratejik Pazarlama Teorisine İlişkin Okumalar | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | Stratejik Pazarlama Teorisine İlişkin Okumalar | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 15 | Öğrenci Sunumları | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dersin Program Çıktılarına Katkısı (1-5) | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| DÖÇ | **P1** | | **P2** | **P3** | | | |
| 1 | 5 | | 4 | 3 | | | |
| 2 | 5 | | 4 | 3 | | | |
| 3 | 5 | | 5 | 3 | | | |
| 4 | 5 | | 5 | 3 | | | |
| Katkı Oranı: 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hazırlayan: | | | Üretim Yönetimi ve Pazarlama ABD | | | | | | | | | | | | | | |
| Güncelleme Tarihi: | | | 17.05.2021 | | | | | | | | | | | | | | |