

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Marketing Strategies / Marketing Strategies	
Ders Kodu / Course Code	IST513	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Master with Thesis / Master with Thesis	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	0	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	-	-
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlama stratejilerinin temel kavramlarını, analiz yöntemlerini ve uygulamalarını sunmak ve öğrencileri etkili pazarlama stratejileri geliştirebilecek bilgi ve becerilerle donatmaktır. Ders, pazarlama stratejilerinin belirlenmesi, segmentasyon, hedefleme, konumlandırma, pazarlama kararları ve rekabet stratejilerini ele almaktadır.	The objective of this course is to introduce students to the fundamental concepts, analysis methods, and applications of marketing strategies and equip students with knowledge and skills to develop effective marketing strategies. The course covers topics such as determining marketing strategies, segmentation, targeting, positioning, marketing decisions, and competitive strategies.
İçeriği / Content	Bu ders kapsamında pazarlama stratejisinin temel çerçevesine, stratejik pazarlama planının tüm süreçlerine, stratejileri belirlemek için gerekli olan analiz araçlarına, bu araçların nasıl etkili bir şekilde kullanılacağına ilişkin konular irdelenecektir.	In this course, the basic framework of the marketing strategy, all the processes of the strategic marketing plan, the analysis tools required to determine the strategies, and how to use these tools effectively will be examined.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	-	-
Staj Durumu / Internship Status	-	-
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	1Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson. 2Westwood, J. (2019). How to Write a Marketing Plan. Kogan Page. 3Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018). Essentials of Marketing. Cengage Learning. 4Cravens, D. W., & Piercy, N. (2017). Strategic Marketing. McGraw-Hill Education.	1Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson. 2Westwood, J. (2019). How to Write a Marketing Plan. Kogan Page. 3Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018). Essentials of Marketing. Cengage Learning. 4Cravens, D. W., & Piercy, N. (2017). Strategic Marketing. McGraw-Hill Education.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Pazarlamaya ilişkin bilgileri stratejik kararlarda kullanabilecek.	Will be able to use marketing information in strategic decisions.
2	Bir firmanın mevcut durumunu iç ve dış analiz çerçevesinde analiz edebilecek.	Will be able to analyze the current situation of a company within the framework of internal and external analysis.
3	Stratejik iş birimlerini analiz edebilip o doğrultuda strateji geliştirebilecek.	Will be able to analyze strategic business units and develop strategies.
4	Güçlü bir stratejik pazarlama planı yaratabilecek.	Will be able to create a strong strategic marketing plan.
5	Pazarlama yönetimi açısından karşılaşılabilecek sorunları çözme becerisini geliştirecek.	Will develop the ability to solve problems that may be encountered in terms of marketing management.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Stratejilerine Giriş				
	Introduction to Marketing Strategies				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Stratejileri Analizi				
	Analysis of Marketing Strategies				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Araştırması ve Müşteri Analizi				
	Pazarlama Araştırması ve Müşteri Analizi				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar Segmentasyonu ve Hedefleme				
	Market Segmentation and Targeting				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Konumlandırması				
	Marketing Positioning				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün ve Hizmet Stratejileri				
	Product and Service Strategies				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fiyatlandırma Stratejileri				
	Pricing Strategies				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav				
	Midterm Exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dağıtım ve Kanal Stratejileri				
	Distribution and Channel Strategies				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama İletişimi ve Reklam Stratejileri				
	Marketing Communication and Advertising Strategies				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Promosyon ve Satış Hedefleri				
	Promotion and Sales Objectives				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital Pazarlama Stratejileri				
	Digital Marketing Strategies				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Rekabet Stratejileri				
	Competitive Strategies				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Pazarlama Stratejileri				
	Global Marketing Strategies				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Stratejileri Uygulamaları ve Değerlendirme				
	Marketing Strategy Applications and Evaluation				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	30.00	30.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	20.00	20.00
Final Sınavı / Final Examination	1	40.00	40.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	30.00	30.00
Okuma / Reading	1	25.00	25.00
Toplam / Total:	5	145.00	145.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 145.00/25.00 = 5.80 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 145.00 / 25.00 = 5.80 ~			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes																							
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15	1.1.16	1.1.17	1.1.18	1.1.19	1.1.20	1.1.21	1.1.22	1.1.23	1.1.24
1.Pazarlamaya ilişkin bilgileri stratejik kararlarda kullanabilecek. / Will be able to use marketing information in strategic decisions.																								
2.Bir firmanın mevcut durumunu iç ve dış analiz çerçevesinde analiz edebilecek. / Will be able to analyze the current situation of a company within the framework of internal and external analysis.																								
3.Stratejik iş birimlerini analiz edebilip o doğrultuda strateji geliştirebilecek. / Will be able to analyze strategic business units and develop strategies.																								
4.Güçlü bir stratejik pazarlama planı yaratabilecek. / Will be able to create a strong strategic marketing plan.																								
5.Pazarlama yönetimi açısından karşılaşılabilecek sorunları çözme becerisini geliştirecek. / Will develop the ability to solve problems that may be encountered in terms of marketing management.																								

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high