

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Marketing Theories / Marketing Theories	
Ders Kodu / Course Code	SPM507	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Master without Thesis / Master without Thesis	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	0.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	yok	none
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlama disiplininin temel kavramlarını, teorilerini ve yaklaşımlarını tanıtmak, pazarlama stratejilerinin oluşturulmasında kullanılan kuramsal temelleri açıklamak ve öğrencilerin pazarlama alanında analitik bir düşünce yapısı geliştirmelerini sağlamaktır. Ders ayrıca öğrencilere pazarlama sürecini anlamaları ve pazarlama kararlarını temellendirebilmeleri için gerekli araçları sağlamayı hedeflemektedir	The aim of this course is to introduce students to the basic concepts, theories and approaches of the marketing discipline, to explain the theoretical foundations used in the formulation of marketing strategies and to enable students to develop an analytical mindset in marketing. The course also aims to provide students with the necessary tools to understand the marketing process and to justify marketing decisions
İçeriği / Content	Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlama disiplininin temel kavramlarını, teorilerini ve yaklaşımlarını tanıtmak, pazarlama stratejilerinin oluşturulmasında kullanılan kuramsal temelleri açıklamak ve öğrencilerin pazarlama alanında analitik bir düşünce yapısı geliştirmelerini sağlamaktır. Ders ayrıca öğrencilere pazarlama sürecini anlamaları ve pazarlama kararlarını temellendirebilmeleri için gerekli araçları sağlamayı hedeflemektedir	The aim of this course is to introduce students to the basic concepts, theories and approaches of the marketing discipline, to explain the theoretical foundations used in the formulation of marketing strategies and to enable students to develop an analytical mindset in marketing. The course also aims to provide students with the necessary tools to understand the marketing process and to justify marketing decisions
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	yok	none
Staj Durumu / Internship Status	yok	none
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	yok	none
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Pazarlama kuramlarını anlama ve analiz etme becerisi geliştirme.	Develop the ability to understand and analyze marketing theories.
2	Pazarlama stratejilerinin temel kuramsal çerçevesini anlama ve uygulama yetkinliği kazanma.	Gain knowledge and competence in understanding and applying the fundamental theoretical framework of marketing strategies.
3	Pazarlama ortamını ve tüketicilerin davranışlarını anlama ve yorumlama becerisi geliştirme.	Develop the ability to understand and interpret the marketing environment and consumer behavior.
4	Pazarlama karmasının unsurlarını analiz etme ve pazarlama stratejileri oluşturma yetkinliği kazanma.	Analyze the elements of the marketing mix and develop marketing strategies.
5	Pazarlama kuramlarını güncel olaylar ve örneklerle ilişkilendirme ve eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme yetkinliği geliştirme.	Develop the ability to relate marketing theories to current events and examples and evaluate them with a critical perspective.

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 Kuramlarına Giriş				
	Introduction to Marketing Theories				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Davranışı Kuramları				
	Consumer Behavior Theories				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Araştırmaları				
	Marketing Research				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar Bölümlendirme ve Hedefleme				
	Market Segmentation and Targeting				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün ve Hizmet Stratejileri				
	Product and Service Strategies				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Yönetimi				
	Brand Management				
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
	Pazarlama İletişimi				
	Marketing Communication				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Promosyon ve Reklam Stratejileri				
	Promotion and Advertising Strategies				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla İlişkiler				
	Public Relations				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satış Yönetimi				
	Sales Management				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Pazarlama				
	Global Marketing				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sürdürülebilir Pazarlama				
	Sustainable Marketing				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçerik 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	72.00	72.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı / Final Examination	1	76.00	76.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	1.00	1.00
Toplam / Total:	4	150.00	150.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 150.00/25.00 = 6.00 ~ 6.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 150.00 / 25.00 = 6.00 ~ 6.00			

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.Pazarlama kuramlarını anlama ve analiz etme becerisi geliştirme. / Develop the ability to understand and analyze marketing theories.	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4
2.Pazarlama stratejilerinin temel kuramsal çerçevesini anlama ve uygulama yetkinliği kazanma. / Gain knowledge and competence in understanding and applying the fundamental theoretical framework of marketing strategies.	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
3.Pazarlama ortamını ve tüketicilerin davranışlarını anlama ve yorumlama becerisi geliştirme. / Develop the ability to understand and interpret the marketing environment and consumer behavior.	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4.Pazarlama karmasının unsurlarını analiz etme ve pazarlama stratejileri oluşturma yetkinliği kazanma. / Analyze the elements of the marketing mix and develop marketing strategies.	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
5.Pazarlama kuramlarını güncel olaylar ve örneklerle ilişkilendirme ve eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme yetkinliği geliştirme. / Develop the ability to relate marketing theories to current events and examples and evaluate them with a critical perspective.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

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