GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Marketing Management / Marketing Management	
Ders Kodu / Course Code	EBUS106	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
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	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	English / English	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yoktur	No
Amacı / Purpose	Bu ders, özel olarak bir ticari organizasyonda ve genel olarak toplumumuzda pazarlamanın rolünü daha iyi takdir etmenize ve anlamanıza yardımcı olacaktır. Özel hedefler şunları içerir: Pazarlama teorileri, ilkeleri, stratejileri ve kavramları ve bunların nasıl uygulandığı hakkında bilginizi artırmak; Size firma içindeki pazarlama faaliyetlerini analiz etme fırsatı sağlamak; Pazarlama kavramlarını ve teorilerini gerçekçi pazarlama durumlarına uygulamanıza izin vermek.	This course will help you to develop a better appreciation and understanding of the role of marketing in a business organization specifically, and in our society at large. Specific objectives include: To enhance your knowledge about marketing theories, principles, strategies and concepts and how they are applied; To provide you with opportunities to analyze marketing activities within the firm; To allow you to apply marketing concepts and theories to realistic marketing situations.
İçeriği / Content	Ders, temel pazarlama kavramlarına, pazarlamanın organizasyondaki rolüne ve pazarlamanın toplumdaki rolüne odaklanır. Konular arasında pazar bölümlendirme, ürün geliştirme, tutundurma, dağıtım ve fiyatlandırma yer alır. Derse dahil edilecek diğer konular, dış çevre (ekonomi, politika, hükümet ve doğa gibi pazarlamayla bütünleştirici konulara odaklanacaktır), pazarlama araştırması, kültürel çeşitlilikle ilgili uluslararası/küresel pazarlama, etik, teknolojinin pazarlama üzerindeki etkisi gibi konulardır.	The course focuses on basic marketing concepts, the role of marketing in the organization, and the role of marketing in society. Topics include market segmentation, product development, promotion, distribution, and pricing. Other topics, which will be incorporated into the course, are external environment (which will focus on integrative topics with marketing, such as economics, politics, government, and nature), marketing research, international/global marketing with relevance to cultural diversity, ethics, the impact of technology on marketing, and careers in marketing.

Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Kotler, P. and K. L. Keller (2006). Marketing Management 12e, Pearson. Prentice Hall. Kotler, P. and G. Armstrong (2012). Principles of Marketing 14e, Pearson, Prentice Hall. Principles of Marketing, Global Edition, Philip T. Kotler, Gary Armstrong, Pearson Education Marketing Magazines - (MediaCat, Digital Age, Advertising Age, Harvard Business Review)	Any resource/ book named “Principles of Marketing / Introduction to Marketing /Marketing Management” is accepted and available at library. News, articles on marketing/consumer behavior issues from various business journals, newspapers, online sources, bookstores are accepted beside the main book for further research. Lecturer PDF Notes Kotler, P. and K. L. Keller (2006). Marketing Management 12e, Pearson. Prentice Hall. Kotler, P. and G. Armstrong (2012). Principles of Marketing 14e, Pearson, Prentice Hall. Principles of Marketing, Global Edition, Philip T. Kotler, Gary Armstrong, Pearson Education Marketing Magazines - (MediaCat, Digital Age, Advertising Age, Harvard Business Review) Suggested Readings: •Dan Ariely- Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions •Philip Kotler - Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital and All Marketing Books •Robert Cialdini-Influence: The Psychology of Persuasion •George Ritzer - The McDonaldization of Society •Seth Godin- Purple Cow and All Marketing Books •Malcolm Gladwell Books Useful Websites: •https://adage.com/ •https://www.pazarlamasyon.com/ •https://digitalage.com.tr/ •https://mediacat.com/ -Should Listen Podcast about the content. -Follow these authors’, websites’ and these contents’ Instagram accounts:)
Staj Durumu / Internship Status	Yoktur	No

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Kotler, P. and K. L. Keller (2006). Marketing Management 12e, Pearson. Prentice Hall. Kotler, P. and G. Armstrong (2012). Principles of Marketing 14e, Pearson, Prentice Hall. Principles of Marketing, Global Edition, Philip T. Kotler, Gary Armstrong, Pearson Education Marketing Magazines - (MediaCat, Digital Age, Advertising Age, Harvard Business Review)	Any resource/ book named “Principles of Marketing / Introduction to Marketing /Marketing Management” is accepted and available at library. News, articles on marketing/consumer behavior issues from various business journals, newspapers, online sources, bookstores are accepted beside the main book for further research. Lecturer PDF Notes Kotler, P. and K. L. Keller (2006). Marketing Management 12e, Pearson. Prentice Hall. Kotler, P. and G. Armstrong (2012). Principles of Marketing 14e, Pearson, Prentice Hall. Principles of Marketing, Global Edition, Philip T. Kotler, Gary Armstrong, Pearson Education Marketing Magazines - (MediaCat, Digital Age, Advertising Age, Harvard Business Review) Suggested Readings: •Dan Ariely- Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions •Philip Kotler - Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital and All Marketing Books •Robert Cialdini-Influence: The Psychology of Persuasion •George Ritzer - The McDonaldization of Society •Seth Godin- Purple Cow and All Marketing Books •Malcolm Gladwell Books Useful Websites: •https://adage.com/ •https://www.pazarlamasyon.com/ •https://digitalage.com.tr/ •https://mediacat.com/ -Should Listen Podcast about the content. -Follow these authors’, websites’ and these contents’ Instagram accounts:)
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr. Üyesi Begüm Maral	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	İş pratiğinde pazarlama odaklı olmanın önemini anlar	Understand the importance in business practice of being marketing oriented;
2	Pazarlama stratejilerini oluştururken pazar koşullarını ve tüketici ihtiyaçlarını değerlendirir;	Evaluate market conditions and consumer needs when forming marketing strategies;
3	Çeşitli Pazarlama karması araçlarının her biriyle kullanım için bir dizi ortak stratejiyi tanımlar: ürün, fiyatlandırma, promosyon ve dağıtım;	Describe a range of common strategies for use with each of the various Marketing mix tools: product, pricing, promotion and distribution;
4	Belirli pazarlama görevlerini veya durumlarını ele almak için tutarlı bir genel strateji oluşturmak için bu tür stratejilerin uygun bir karışımını önermek ve gerekçelendirmek	Recommend and justify an appropriate mix of such strategies to form a cohesive overall strategy to address given marketing tasks or situations; and
5	Farklı pazarlama stratejilerini uygulamak, açıklamak ve tartışmak için güncel olaylardan ve gerçek dünyadaki pazarlama durumlarından örnekler kullanır	Use examples from current events and real-world marketing situations to apply, illustrate and discuss different marketing strategies.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
1	Basic concepts of marketing1. GİRİŞ VE TARTIŞMA Oryantasyon, Müfredat Hakkında Bilgilendirme İşletme biliminin temel kavramları ve işletmelerin/pazarlamanın ekonomideki önemi İşletmelerin Amaçları/İşlevleri -Pazarlama				
	INTRODUCTION AND DISCUSSION Orientation, Information about Syllabus The Fundamental concepts of business science and importance of businesses/marketing in economy Objectives/ Function of the Businesses -Marketing				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
2	Pazarlama Yönetimine Giriş İşletmelerde Pazarlama işlevi Pazarlamanın Organizasyonlardaki Rolü/Hedefleri “İnsanı” Anlamak: Maslow'un İhtiyaç Hiyerarşisi, Tüketici İhtiyaçlarını ve İsteklerini Anlamak				
	Introduction to Marketing Management Marketing function in Businesses The role/objectives of Marketing in Organizations Understanding “human”: Maslow’s Hierarchy of Need, Understanding Consumer Needs and Wants				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
3	Pazarlama: Pazarlamayı ve Pazarlama Sürecini Tanımlamak Pazarlama Gelişimi Temel pazarlama süreci-Pazarlamayı Tanımlamak, Satış Ürün Dönemi, Satış Dönemi Tüketici Memnuniyetine Evrim				
	Defining Marketing and the Marketing Process Marketing Evolution Basic marketing process-Define Marketing, Sales Product Era, Sales Era The Evolution to Consumer Satisfaction				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
4	4P'S Ürünü, Ürün Stratejileri Pazarlama Karması: 4P'S Pazarlamada ürün kararları Ürün stratejileri				
	4P'S Product, Product Strategies Marketing Mix: 4P'S Product decisions in marketing Product strategies				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
5	Ürünlerin Kullanıcılarına Göre Ürün Çeşitleri Kolayda Ürünler ve Pazarlama Stratejileri Beğenmeli Ürünleri ve Pazarlama Stratejileri Özellikli Ürünler ve Pazarlama Stratejileri				
	Product Types According to Users of the Products Convenience goods and Marketing Strategies Shopping Products and Marketing Strategies Specialty Products and Marketing Strategies				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marketing Environment Bölümlendirme, Hedefleme, Konumlandırma Stratejileri Pazarlamada Demografi Hedef Kitle				
	Segmentation, Targeting, Positioning Strategies Demographics in Marketing Target Market				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama stratejileri: Ürün, Fiyat, Dağıtım, Tutundurma				
	Marketing strategies ; product, promotion, price and distribution				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	4P- Fiyat Fiyatlandırmada Müşteri Değerini Anlamak ve Yakalamak Fiyatlandırma Stratejileri				
	4P'S Price Understanding and Capturing Customer Value in Pricing Pricing Strategies				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	4P-Yer Dağıtım kanalları ve fiziksel dağıtım Dağıtım Stratejileri Perakende ve Toptan Satış				
	4P'S Place Distribution channels and physical distribution Distribution Strategies Retailing and Wholesaling				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Karması: 4P Tutundurma Reklamcılık ve Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler faaliyetleri ve gerçek hayattan örnekler Promosyon Stratejileri Küresel Vakalar ve Örnekler				
	Marketing Mix: 4P'S Promotion Advertising and Public Relations, PR activities and real-life examples Promotional Strategies Global Cases and Examples				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Karması: 4P Tutundurma (2) Perakendecilik ve Toptan Satış, Kişisel Satış ve Satış Promosyonu, Doğrudan, Çevrimiçi Sosyal Medya ve Mobil Pazarlama Bütünleşik Pazarlama İletişimi Stratejisi				
	Marketing Mix: 4P'S Promotion (Con.'d) Retailing and Wholesaling, Personal Selling and Sales Promotion, Direct, Online Social Media, and Mobile Marketing Integrated Marketing Communication Strategy				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Stratejileri Marka sadakati Marka İmajı ve Marka Kavramları				
	Branding Strategies Brand Loyalty Brand Image and Branding Concepts				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni Pazarlama Türleri ve Stratejileri Gerilla Pazarlama Viral pazarlama Dijital ve Sanal/ Pazarlama 4.0-5.0				
	New Marketing Types and Strategies Guerilla Marketing Viral Marketing Digital and Virtual/ Marketing 4.0-5.0				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün Yaşam Döngüsü Stratejileri Ürün Tipine Göre ÜYD Stratejisi				
	Product Life-Cycle Strategies PLC Strategy according to Product Type				

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 Yükü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Ev Ödevi / Homework	5	10.00	50.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Proje Hazırlama / Project Preparation	1	10.00	10.00
Proje Sunma / Project Presentation	1	10.00	10.00
Tartışma / Discussion	5	10.00	50.00
Toplam / Total:	14	42.00	122.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yükü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 122.00/25.00 = 4.88 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 122.00 / 25.00 = 4.88 ~

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.İş pratiğinde pazarlama odaklı olmanın önemini anlar / Understand the importance in business practice of being marketing oriented;	4	5	2	5	5	2	3	4	4	4	4	4	4
2.Pazarlama stratejilerini oluştururken pazar koşullarını ve tüketici ihtiyaçlarını değerlendirir; / Evaluate market conditions and consumer needs when forming marketing strategies;	4	5	5	5	5	3	4	3	3	5	4	4	4
3.Çeşitli Pazarlama karması araçlarının her biriyle kullanım için bir dizi ortak stratejiyi tanımlar: ürün, fiyatlandırma, promosyon ve dağıtım; / Describe a range of common strategies for use with each of the various Marketing mix tools: product, pricing, promotion and distribution;	4	5	3	5	5	3	3	4	3	5	4	4	4
4.Belirli pazarlama görevlerini veya durumlarını ele almak için tutarlı bir genel strateji oluşturmak için bu tür stratejilerin uygun bir karışımını önermek ve gerekçelendirmek / Recommend and justify an appropriate mix of such strategies to form a cohesive overall strategy to address given marketing tasks or situations; and	4	5	3	5	5	3	4	4	3	5	4	4	4
5.Farklı pazarlama stratejilerini uygulamak, açıklamak ve tartışmak için güncel olaylardan ve gerçek dünyadaki pazarlama durumlarından örnekler kullanır / Use examples from current events and real-world marketing situations to apply, illustrate and discuss different marketing strategies.	4	5	3	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4

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