



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

| | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|--|---------|-------------|-------|---------|----------|---|-------------|---|
| Dersin Adı | Stratejik Pazarlama Yönetimi | | | | | | | | |
| Ders Kodu | İŞLE621 | | Ders Düzeyi | | Doktora | | | | |
| AKTS Kredi | 5 | İş Yüğü | 127 (Saat) | Teori | 3 | Uygulama | 0 | Laboratuvar | 0 |
| Dersin Amacı | Pazarlama teori ve kavramlarını gerçek durumlara ve mevcut olaylara uygulama yetkinliği geliştirmesi, Pazarlama karar vermede analitik ve kritik düşünmeyi uygulayabilmesi, Büyük firmalarda pazarlamanın rolünü anlayabilmesi, Kalitatif ve kantitatif unsurları birleştiren pazarlama planları geliştirmesi, Pazarlama ile ilgili karar vermede etik düşünmeyi kullanması amaçlanmaktadır. | | | | | | | | |
| Özet İçeriği | Ders İçeriği Bu ders öğrencilerin hem kar amacı güden hem de kar amacı gütmeyen firmalarda stratejik pazarlama sorunları ile ilgili becerilerini geliştirmeye olanak sağlar. Odak noktası, tüketici ve çevre analizleri üzerinde durularak stratejik pazarlama planları için bir çerçeve geliştirilmesidir. Bu doğrultuda, Pazar bölümlendirme, ürün konumlandırma, pazara cevap verebilme ve rekabet tepkileri geliştirme tanımlanacaktır. Fiyatlandırma, dış kaynak kullanımı ve tanıtım gibi pazarlamanın çeşitli yönleriyle ilgili firmaların faaliyetleri vaka çalışmalarını ile canlandırmak için kullanılacaktır. | | | | | | | | |
| Staj Durum | Yok | | | | | | | | |
| Öğretim Yöntemleri | Anlatım (Takrir) | | | | | | | | |
| Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları) | | | | | | | | | |

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

| Araç | Adet | Oran (%) |
|---------------------------|------|----------|
| Ara Sınav (Vize) | 1 | 30 |
| Dönem Sonu Sınavı (Final) | 1 | 70 |

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

| | |
|---|--|
| 1 | David W.Cravens & Nigel F.Piercy, Strategic Marketing; Mc Graw-Hill ,2003,9th Edition. |
| 2 | Phil Fragasso, Marketing for rainmakers [electronic resource] : 52 rules of engagement to attract and retain customers for life, Hoboken, N.J. : John Wiley & Sons, c2008 |
| 3 | Journal of Marketing, Journal of Strategic Marketing, Academy of Management Journal, Harvard Business Review, European Journal of Marketing, Journal of the Academy of Marketing Science, The Academy of Management Review |

| Hafta | Haftalara Göre Ders Konuları | |
|-------|------------------------------|---|
| 1 | Teorik | Giriş: Stratejik Pazarlama Yönetiminin Kapsamı |
| 2 | Teorik | Pazar odaklılık stratejisine giriş |
| 3 | Teorik | Pazar odaklılık stratejisi: Deęer yaratma süreci |
| 4 | Teorik | Pazara giriş ve büyüme stratejileri |
| 5 | Teorik | Rekabet: tanımı ve rekabet stratejileri |
| 6 | Teorik | Öğrenen Organizasyonlar: Prensipleri ve Teorisi |
| 7 | Teorik | Pazarlar hakkında sürekli öğrenme |
| 8 | Teorik | Yeni ürün geliřtirme |
| 9 | Teorik | Yenilik Yönetimi |
| 10 | Teorik | İlişki Stratejileri: Teorisi ve Tanımlar |
| 11 | Teorik | İlişkisel Pazarlama: Müřteri Deęeri ve Müřteri Yaşamboyu Deęeri |
| 12 | Teorik | Stratejik Marka Yönetimi |
| 13 | Teorik | Stratejik Marka Yönetimi |
| 14 | Teorik | Stratejik Marka Yönetimi |

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

| Etkinlik | Adet | Ön Hazırlık | Etkinlik Süresi | Toplam İş Yüğü |
|---------------|------|-------------|-----------------|----------------|
| Kuramsal Ders | 14 | 2 | 3 | 70 |
| Ara Sınav | 1 | 25 | 1 | 26 |



| | | | | |
|---|--|----|---|-----|
| Dönem Sonu Sınavı | 1 | 30 | 1 | 31 |
| | Toplam İş Yükü (Saat) | | | 127 |
| | Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi | | | 5 |
| *25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir. | | | | |

Dersin Öğrenme Çıktıları

| | |
|---|--|
| 1 | Stratejik pazarlama yönetimi literatürünü anlama ve akademik araştırma önerileri yazabilme |
| 2 | Pazar odaklılık stratejisi ve pazar odaklı olmak için alınması gereken stratejik kararların anlaşılması |
| 3 | Örgütsel büyüme fırsatları ve çevresel tehditleri belirleyebilme |
| 4 | Bütünleşik stratejik pazarlama planlarını oluşturup, yorumlayabilme |
| 5 | Pazarlama çevresindeki güncel gelişmeleri (sürekli öğrenme ve yenilik yönetimi) ve rekabetin stratejik pazarlama kararları üzerindeki etkisini anlayabilme |
| 6 | Ürün ve hizmetlerin konumlandırılması ve markalandırma kararlarının stratejik planlara olan etkilerinin anlaşılması |

Program Çıktıları (İşletme Doktora Programı)

| | |
|----|--|
| 1 | Bilimsel araştırma yapabilme; bilimsel bir araştırmayı raporlaştırabilme; Bağımsız çalışma yapabilme becerisi kazandırmak. |
| 2 | Bilimsel bir araştırmayı planlama ve sürdürme ile ilgili etik duyarlılık kazandırmak. |
| 3 | Nitel ve Nicel veri toplama ve değerlendirme yöntemlerini bilimsel çalışmalarını içerisinde uygun şekilde kullanabilme becerisi kazandırmak. |
| 4 | Disiplin içi ve disiplinler arası takım çalışması yapabilme becerisi kazandırmak. |
| 5 | İşletme alanıyla ilgili proje hazırlama yeterliliklerini kazandırmak. |
| 6 | Bağımsız davranma, inisiyatif kullanma ve yaratıcılık becerisi kazandırmak |
| 7 | Yeni durumlara uyum ve sorun çözebilme becerisi kazandırmak |
| 8 | Düşüncelerini ve sorunlara ilişkin çözüm önerilerini uzman olan ve olmayan kişilerle, nicel ve nitel verilerle destekleyerek, sözlü, sözsüz ve yazılı iletişim becerilerini etkili bir şekilde kullanarak anlaşılır şekilde paylaşabilme becerisi kazandırmak. |
| 9 | İşletme alanında verimli ve yetkin bir araştırma ve öğretim kariyeri için gereken tecrübe ve vasıfları kazandırmak. |
| 10 | Bilimsel çalışmalarda kullanılacak uygun matematiksel, istatistiksel çözümlene yöntemlerini seçme ve kullanma becerisi kazandırmak. |

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

| | ÖÇ1 | ÖÇ2 | ÖÇ3 | ÖÇ4 | ÖÇ5 | ÖÇ6 |
|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| PÇ1 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| PÇ2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| PÇ3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| PÇ4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| PÇ5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| PÇ6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| PÇ7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| PÇ8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| PÇ9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| PÇ10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

