Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**PZL623 - Marketing Theory (Pazarlama Teorisi)**
Ders Türü	I.Yarıyıl
Teori + Uygulama	3+0
AKTS	**7.5**
Ders Dili	İngilizce
Ders Türü	Seçmeli Dersler
Öğretim Elemanları	PROF. DR. BAYRAM ZAFER ERDOĞAN

Dersin Veriliş Biçimi	Bu ders sadece yüz yüze eğitim şeklinde yürütülmektedir.
Önkoşullar	Bu dersin önkoşulu ya da eş koşulu bulunmamaktadır.
Önerilen Dersler	Bu dersle ilişkili önerilen başka dersler bulunmamaktadır.
Önerilen Kaynaklar	-Baker, Michael J. ve Saren, Michael (2010). Marketing Theory: A Student Text. 2.Baskı, Sage Publications Ltd, Londra.-Weitz, Barton ve Wensley, Robin (2002). Handbook of Marketing, Sage Publications Ltd, Londra Sadece 1., 2. ve 3. Bölümler
Staj & Uygulama	Bu ders için uygun değildir.

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
1. hafta		Dersin İşlenişi ve Genel Kavramların Aktarımı & Bir Sosyal Bilim Olarak Pazarlama	
2. hafta		1-Pazarlamanın Tanımı Üzerine 2-Pazarlama-Felsefe mi Fonksiyon mu? 3-Pazarlamanın Hükümranlığı 4-İşletmelerde Pazarlamanın Rolü	
3. hafta		5-Pazarlamada Teori Gereksinimi, 6-Pazarlama Teorisi, 7-Pazarlama Disiplini, Uygulamalarını ve Teorilerini yeniden düşünmek	
4. hafta		8-Pazarlamanın Genel Kavramı, 9-Değişim Olarak Pazarlama	
5. hafta		10-Tarihsel Perspektiften Geleceğe Pazarlamanın Seyri 11-Pazarlama Düşüncesinin Tarihi 12-Modern Pazarlama Ne Kadar Modern? Pazarlamanın Evrimi ve Üretim Çağı Miti.	
6. hafta		13-Pazarlamanın Ekonomik Temeli, 14-Pazarlamanın Psikolojik Temeli , 15-Pazarlamanın Sosyolojik Temeli, 16-Pazarlamanın Kültürel Yönü, 17-Satılık Semboller	
7. hafta		18-Pazarlama Toplum İlişkisi , 19-Sürdürülebilir Pazarlamaya Kurumsal bir Yaklaşım, 20-Pazarlama Etiği	
8. hafta		21-Pazarlama Karmasından İlişkisel Pazarlamaya Geçiş: Pazarlamada Bir Paradigma Geçişine Doğru, 22-Bir Paradigma Değişimi olarak İlişkisel Pazarlama: 30R Yaklaşımından Çıkarılan Bazı Sonuçlar, 23-İlişkisel Pazarlamanın Teorik Temelleri: Etkileşim ve Şebeke Yaklaşımları, Can Erkin Armutlu	
9. hafta		24-İlişkisel Pazarlamanın Teorik ve Felsefi Temelleri 25-İlişkisel Pazarlamaya Alternatif bir bakış açısı: Etik bir çerçeve	

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
10. hafta		26- Değer Kavramı ve İlişkisel Pazarlama 27-Birlikte değer yaratımın kavramsallaştırılması 28-Birlikte değer yaratımı yoluyla değer yaratımı,	
11. hafta		29-Hizmet Pazarlamasından Çıkış-Hizmetlerin Pazarlanmasına Giriş, 30-Pazarlamada Yeni Baskın Mantığa Evrim	
12. hafta		31-İlişkisel Pazarlamada Müşteri Değeri, 32-Pazarlama Miyopluğu, 33-Pazarlama Küresel Krizin Suçlusu mu? Kurtarıcısı mı?	
13. hafta		Genel tekrar	

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
1	Pazarlama Teorisinin temellerini kavrayacak
2	Pazarlama bilimi ve kullandığı yöntemleri anlayacak
3	Pazarlama biliminin İşletme ve Toplum Etkileşimini kavrayacak
4	Pazarlama bilimine farklı yaklaşımları kavrayacak
5	Değer yaratım sürecinde pazarlama biliminin rolünü kavrayacak

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

İçerik girilmemiştir.

Dersin Teması

İçerik girilmemiştir.

AKTS İş Yükü

Etkinlik	Süre (Saat)	Sayı	İş Yükü
Teorik Derse Katılım	0	0	0
Sınıf Dışı Çalışma (Ön Hazırlık & Pekiştirme Amaçlı)	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Proje - Rapor - Sunum Hazırlama	0	0	0
Ara Sınav Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Final Sınavı Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Uygulama (Laboratuvar, Müzik/Enstrüman Uygulaması, Atölye/Saha Çalışması vb.)	0	0	0
Staj Uygulaması	0	0	0
		Hesaplanan AKTS	**0**

Ölçme ve Değerlendirme

İçerik girilmemiştir.