DERS PROGRAMI

Seçmeli Dersler			
Ders Kodu	**Ders Adı**	**Teori + Uygulama**	**AKTS**
PZL555	Sürdürülebilirlik ve Pazarlama (TR)	3 + 0	6.0
PZY501	Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri (TR)	3 + 0	6.0
PZY503	Hizmet Pazarlaması ve Yönetimi (TR)	3 + 0	6.0
PZY505	Tüketici Davranışları (TR)	3 + 0	6.0
PZY507	Marka Yönetimi (TR)	3 + 0	6.0
PZY509	Pazarlama İletişimi Yönetimi (TR)	3 + 0	6.0
PZL522	Müşteri İlişkileri Yönetimi (TR)	3 + 0	6.0
PZY502	Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Yönetimi (TR)	3 + 0	6.0
PZY504	Endüstriyel/B2B Pazarlama Stratejileri (TR)	3 + 0	6.0
PZY506	Perakende Yönetimi (TR)	3 + 0	6.0
PZY508	Uluslararası Pazarlama Stratejileri (TR)	3 + 0	6.0
PZY514	Pazarlamada Araştırma ve Analiz (TR)	3 + 0	6.0

II.Yarıyıl			
Ders Kodu	**Ders Adı**	**Ders Türü**	**AKTS**
DPU500	Dönem Projesi	Zorunlu Dersler	0.0
	Seçmeli Dersler		30.0
		Toplam	**30**

DERS İÇERİKLERİ

DPU500 Dönem Projesi AKTS: 0,0

Dönem Projesine Giriş: Konu belirleme, Alan incelemesi, Danışman görüşmeleri; Literatür Çalışması: Kaynak tarama, Tematik yapı, Eleştirel değerlendirme; Proje Çerçevesi: Kavramlar arası ilişkiler, Model oluşturma, Uygulama alanı; Yöntem Seçimi: Nitel yaklaşım, Nicel yaklaşım, Uygulamalı analiz; Veri Çalışmaları: Veri toplama, Analiz hazırlığı, Bulguların düzenlenmesi; Raporlama Süreci: Proje yazımı, Revizyon, Sunum.

DPU500 Term Project ECTS: 0,0

Introduction to the Term Project: Topic selection, Field exploration, Supervisor meetings; Literature Study: Source review, Thematic structuring, Critical evaluation; Project Framework: Conceptual relations, Model development, Applied context; Method Selection: Qualitative approach, Quantitative approach, Applied analysis; Data Work: Data collection, Analysis preparation, Structuring findings; Reporting Process: Project writing, Revision, Presentation.

PZL522 Müşteri İlişkileri Yönetimi AKTS: 6,0

Müşteri ilişkileri yönetimi dersinin amacı müşteri ilişkileri yönetimi kavramına hakim, müşteri istek ve ihtiyaçlarını tanıyan, müşteri ilişkileri yönetim sürecini uygulayabilen, müşteri değer yönetimini ve müşteri sınıflamasını bilen, müşteri kazanma-tutma kavramlarını tanıyan, müşteri sadakati olgusuna hakim, müşteri şikayetleri yönetimini tanıyan, uygulama sürecinde uygun bilgi teknolojisini seçebilen bireyler yetiştirmektir.

PZL522 Customer Relationship Management ECTS: 6,0

...

PZL555 Sürdürülebilirlik ve Pazarlama AKTS: 6,0

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'na (SKA) Genel Bakış; Çevresel Sorunlar-I (SKA 13, 14 ve 15); Çevresel Sorunlar-II (SKA 6, 7 ve 11); Sosyal Sorunlar-I (SKA 1, 2 ve 3); Sosyal Sorunlar-II (SKA 4, 5); Politik Sorunlar (SKA 10, 16 ve 17); Ekonomik Sorunlar-I (SKA 8 ve 9); Ekonomik Sorunlar-II (SKA 12 ve 17); SKA'nı gerçekleştirmede Pazarlamanın Rolü; Sürdürülebilir Tüketici Davranışı; Sürdürülebilirlik ve Pazarlamanın ortak değerleri ve amaçları; Sürdürülebilirlik ve Pazarlama Stratejileri; Sürdürülebilirlik ve Pazarlama Taktikleri; Sürdürülebilirlik ve Pazarlama Uygulamaları.

PZL555 Sustainability and Marketing ECTS: 6,0

Overview of Sustainable Development Goals (SDG); Environmental Issues-I (SDG 13, 14 and 15); Environmental Issues-II (SDG 6, 7 and 11); Social Problems-I (SDG 1, 2 and 3); Social Problems-II (SDG 4, 5); Political Issues (SDG 10, 16 and 17); Economic Issues-I (SDG 8 and 9); Economic Issues-II (SDG 12 and 17); The Role of Marketing in achieving the SDG; Sustainable Consumer Behavior; Shared Values and Goals of Sustainability and Marketing; Sustainability and Marketing Strategies; Sustainability and Marketing Tactics; Sustainability and Marketing Operations.

PZY501 Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri AKTS: 6,0

Pazarlama Stratejisi:stratejik bakış, strateji belirleme ve seçme; Portföy Analizi: Ürün Yaşam Eğrisi, Portföy Modelleri; İşletme Analizi; Endüstri Analizi; Pazar Analizi; Rekabet Analizi; İşletme Çevresi Analizi; Müşteri Analizi; Sürdürülebilir Rekabet Analizi ve Jenerik Stratejiler; Pazar Bölümleme, Hedef Pazar Seçimi ve Konumlama; Pazarlama Karması Stratejisi; Büyüme Stratejileri: Ürün-Pazar genişletme; Stratejilerin Oluşturulması ve Uygulanması; Pazarlama Planlama ve Pazarlama Stratejisinin Uygulanması.

PZY501 Marketing Strategy and Management ECTS: 6,0

Marketing Strategy: strategic view, strategy selection; Portfolio Analysis: Product Life Cycle, Portfolio Models; Business Analysis; Industrial Analysis; Market Analysis; Competition analysis; Business Environment Analysis; Customer Analysis; Sustainable Competition Analysis and Generic Strategies; Market Segmentation, Target Market Selection and Positioning; Marketing Mix Strategy; Growth Strategies: Product-market expansion; Formation and Implementation of Strategies; Application of Marketing Planning and Marketing Strategy.

PZY502 Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Yönetimi AKTS: 6,0

Sosyal Medyanın Gelişimi; Sosyal Medyanın Yapı Taşları; Sosyal Medya ve Pazarlama; Sosyal Medya Pazarlaması; Dijitalleşme ve Yeni Tüketici; Ağ Yapıları ev Toplumsal Etkinin Gücü; Sosyal Medya Platformları: Sosyal ağ kurma platformları, Yayıncılık platformları, Eğlence Platformları; Sosyal Medya Kampanya Planlaması; Sosyal Medyada Ölçüm ve Analiz Süreci; Reklamcılıkta Yeni Medya; Sosyal Medya ve Halkla İlişkiler; Başarılı Sosyal Medya Kampanyaları.

PZY502 Digital Marketing ve Social Media Management ECTS: 6,0

Development of Social Media; Building Blocks of Social Media; Social Media and Marketing; Social Media Marketing; Digitization and the New Consumer; Networks and the Strength of Social Influence; Social Media Platforms: Social networking platforms, Publishing platforms, Entertainment platforms; Social Media Campaign Management; Social Media Metrics and Analysis Process; Advertising in New Media; Social Media and Public Relations; Success Stories.

PZY503 Hizmet Pazarlaması ve Yönetimi AKTS: 6,0

Hizmet Ekonomisini Anlamak: Hizmet sektöründeki artış, Nedenleri, Hizmet Çevresi; Hizmetlerin Ayırt Edici Özellikleri: Fiziksel mallar ve hizmetler arasındaki farklar, Hizmet pazarlamasının farkı; Hizmet Ürünü ve Kavramlaştırılması; Hizmetlerin Dağıtımı; Hizmetlerin Fiyatlandırılması; Hizmetlerin Tutundurulması: Reklam, Satış tutundurma, Kişisel satış, Halkla ilişkiler ve doğrudan pazarlama; Hizmet Pazarlamasında İnsan: Personel, Müşteri ve diğer müşteriler; Hizmet Sektöründe Müşteri İlişkileri Yönetimi; Hizmet Pazarlamasında Fiziksel Kanıtlar; Talep ve Kapasite Yönetimi; Hizmet Kalitesi Modeli ve Kalite Boyutları; Hizmet Kalitesinin Geliştirilmesi.

PZY503 Service Marketing and Management ECTS: 6,0

Services Environment; Characteristics of Services: Differences between products and services, Different aspects of services marketing; Service Product and Conceptualization of Services as a Product; Distribution of services; Pricing the Services; Promoting the Services: Advertising, Sales promotion, Personal selling, Publics relation and direct marketing; People in Services Marketing: Personnel, Customer and other customers; Customer Relationship Management in Services Industry; Physical Evidences of Services; Demand and Capacity Management; Service Quality Model and Quality Dimensions; Improving The Services Quality.

PZY504 Endüstriyel/B2B Pazarlama Stratejileri AKTS: 6,0

Endüstriyel/B2B Pazarlamaya Giriş; Endüstriyel/B2B Pazarlamanın Nitelikleri; Satın Alma Fonksiyonu; Örgütsel Satın Alma Davranışı; Endüstriyel/B2B Pazarlarda Bölümleme, Hedef pazar seçimi ve konumlama; Yeni Ürün Geliştirme ve Ürün Yönetimi; Endüstriyel/B2B Pazarlama Kanalları; Müşteri ile Diyalog Kurmak; Reklam Yoluyla İletişim; Satış ve Satış Yönetimi; Endüstriyel/B2B Fiyatlama ve Pazarlık/Müzakere; Pazarlama Çabalarını Değerlendirme; Müşteriyi Elde Tutma ve Sadakat.

PZY504 Industrial/B2B Marketing Strategies ECTS: 6,0

Introduction to Industrial/B2B Marketing; The Character of Industrial/B2B Marketing; The Purchasing Function; Organizational Buyer Behaviour; Segmentation, Targeting and Positioning in Industrial/B2B Marketing; Developing and Managing Products; Industrial/B2B Marketing Channels; Creating Customer Dialogue; Communication Via Advertising; Sales and Sales Management; Industrial/B2B Pricing and Bargain/Negotiation; Evaluating Marketing Efforts; Customer Retention and Loyalty.

PZY505 Tüketici Davranışları AKTS: 6,0

Tüketici Kavramı ve Müşteri; Satın Alan ve Benzeri Kavramlar ile İlişkisi; Davranış, İhtiyaçlar ve istekler; Pazarlama Stratejisi; Tüketicinin Farklı Rolleri; Tüketici Davranışlarını Etkileyenve Açıklayan: Demografik, Psikolojik, Sosyo-kültürel faktörler ve çevresel faktörler; Teknoloji ve Değişen Tüketici; Karar Verici Bir Birim Olarak Tüketiciler; Hane Halkı Tüketim Kararları.

PZY505 Consumer Behavior ECTS: 6,0

Concept and Context of Consumer; The Relationship Among the Concepts of Consumer; Customer and Buyer, Behavior, Needs and requests; Marketing Strategy; Different Roles of Consumers; Factors Affecting and Explaining Consumer Behaviors; Demographics, Psychologic and Socio-cultural, Environmental factors; Technology and Changing Consumers; Consumers as Decision Makers; Household Decision Processes.

PZY506 Perakende Yönetimi AKTS: 6,0

Perakendeciliğe Giriş: Tanımı ve önemi; Perakendeciliğin Gelişimi ve Günümüzdeki Durumu; Perakendeci Türleri; Sanal Mağazalar; Perakende Stratejileri; Perakende Yönetiminde Planlama Süreci; Perakendecilikte Lokasyon Stratejileri; Perakendecilikte Finansal Yönetim Stratejileri; Perakendecilikte İnsan Kaynakları Yönetimi; Perakende Mağazalarda Pazarlama İletişimi; Perakendecilikte Tedarik Zinciri Yönetimi; Perakendecilikte Müşteri İlişkileri Yönetimi; Perakende Mağaza Düzeni, Tasarım ve görsel mağazacılık.

PZY506 Retailing Management ECTS: 6,0

Introduction to Retailing: Definition and importance; Development of Retailing and Current Situation; Types Of Retailers; Virtual Retailers; Retailing Strategies; Planning Process in Retail Management; Retail Location Strategies; Financial Management Strategy for Retailers; Human Resource Management for Retailers; Marketing Communication for Retailers; Supply Chain Management for Retailers; Customer Relationship Management For Retailers; Store Layout, Design, and visual merchandising.

PZY507 Marka Yönetimi AKTS: 6,0

Marka nedir?; Ürün marka ayrımı, markalaşma olgusu, marka ve çağrışımları; Ticari marka kurumsal marka ilişkisi; Marka yapılandırma ve yönetimi: marka yönetiminin temel ilkeleri, marka kimliği, marka genişleme stratejileri; Marka statüsü; Marka mimarisi; Marka yönetimi modelleri; Markaya yönelik iletişim; Marka mesaj stratejisi; Kurum kültürü marka iletişimi ilişkisi, bütünleşik iletişim araçları ve uygulamaları.

PZY507 Brand Management ECTS: 6,0

What is brand?; Product and brand differentiating dimensions; Branding concept, brand associations; Relationship between brand and corporate brand; Brand building and management: brand management basic principles, brand identity, brand extension strategies; Brand status; Brand architecture; Brand management models; Brand communication; Brand messages strategy; Corporate culture and brand communications, integrated communication tools and applications.

PZY508 Uluslararası Pazarlama Stratejileri AKTS: 6,0

Uluslararası Pazarlama: Temel kavramlar ve kapsam; İşletmeleri Uluslararası Pazarlara Yönlendiren Sebepler; Uluslararası Pazarlama Çevresi (Demografik, Ekonomik, Doğal, Teknolojik, Sosyal, Kültürel, Politik ve Yasal Çevre); Uluslararası Pazar Araştırması; Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Seçimi; Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri; Uluslararası Pazarlamada Ürün; Uluslararası Pazarlamada Yeni Ürün Geliştirme Süreci; Uluslararası Pazarlamada Fiyat; Uluslararası Pazarlamada Dağıtım; Uluslararası Pazarlamada İletişim; Uluslararası Markalar; Türk Markalarının Uluslararasılaşması.

PZY508 International Marketing Strategies ECTS: 6,0

International Marketing: Basic concepts and content; Reasons for Entering International Markets; International Marketing Environment (Demographic, Economic, Natural, Technological, Social, Cultural, Political and Legal Environment); International Market Research; Market Segmentation and Target Marketing; International Markets Entry Strategies; Product Decisions in International Marketing; New Product Development Process in International Marketing; Pricing Decisions in International Marketing; Distribution Channels in International Marketing; Communication Decisions in International Marketing; International Brands; Internationalization of Turkish Brands.

PZY509 Pazarlama İletişimi Yönetimi AKTS: 6,0

Pazarlama İletişimi: Kavramı, Kapsamı, Amaçları, Önemi; Pazarlama İletişimindeki Gelişmeler ve Eğilimler: Tüketicilerdeki, Uygulama ve anlayışlardaki gelişmeler; Pazarlama İletişimi ve Teknolojik Gelişmeler; Sosyal Ağlar ve Marka Toplulukları; Bütünleşik Pazarlama İletişimi; Reklam Stratejileri; Halkla İlişkiler ve Duyurum; Doğrudan Pazarlama ve Doğrudan Satış; Ağızdan Ağıza İletişim ve Pazarlama; Kurumsal Sosyal Girişimler; Mobil ve Gerilla Pazarlama Uygulamaları; Pazarlama İletişimi Planlama Süreci; Pazarlama İletişiminin Sosyal Sorumluluk ve Etik Boyutları.

PZY509 Marketing Communication Management ECTS: 6,0

Marketing Communication: Concept, Scope, Objectives, İmportance; Developments and Trends in Marketing Communication: Developments in consumers, Practices and approaches; Marketing Communication and Technological Developments; Social Networks and Brand Communities; Integrated Marketing Communication; Advertising Strategies; Public Relations and Publicity; Direct Marketing and Direct Selling; Word of Mouth Communication and Marketing; Corporate Social Initiatives; Mobile and Guerilla Marketing Applications; Marketing Communication Planning Process; Social Responsibility and Ethical Dimensions of Marketing Communications.

PZY514 Pazarlamada Araştırma ve Analiz AKTS: 6,0

Pazarlama Araştırmasının Özellikleri ve Doğası; Pazarlamada Araştırmanın Alanı ve Önemi; Pazarlama Araştırması Türleri; Pazarlama Araştırmasında Araştırma Süreci ve Yapısı; Araştırmada Problemin Tanımlanması; Örnekleme ve Örnekleme Yöntemleri; Araştırmada İkincil Veriler; Nitel ve Nicel Veri Toplama Yöntemleri: Anket ve anket yöntemleri, Gözlem ve gözlem yöntemleri, Deney yöntemi, Derinlemesine görüşme, Odak grup; Soru ve Ölçek Türleri; Veri Toplama ve Sınıflandırma; Analizle İlgili Bilgisayar Programları; Pazarlama Araştırmasında Veri Analizi Türleri; Parametrik ve Parametrik Olmayan Analizler; Pazarlama Araştırması Raporunun Hazırlanması.

PZY514 Research and Analysis in Marketing ECTS: 6,0

Nature and Characteristics of Marketing Research; Scope and Importance of Research in Marketing; Marketing Research Types; Research Process and Structure in Marketing Research; Defining Problem in Research; Sampling and Sampling Methods; Secondary Data in Research; Qualitative and Quantitative Data Collecting Methods: Questionnaire and questionnaire methods, Observation and observation methods, Experiment method, Deep interview, Focus group; Question and Scale Types; Data Collecting and Classification; Computer Programs Related to Analyzing; Types of Data Analyzes in Marketing Research: Parametric and nonparametric analyzes; Preparing Marketing Research Report.