

İndirilme Tarihi

15.09.2026 22:06:23

İŞL-557 - PAZARLAMADA GÜNCEL KONULAR - Sosyal Bilimler Enstitüsü - İşletme Ana Bilim Dalı

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Bu dersin amacı, pazarlama alanındaki değişim trendi ve güncel yaklaşımları ayrıntılı olarak incelemek

Dersin İçeriği

Post modern pazarlama, niş pazarlama, ağızdan ağıza pazarlama, dijital pazarlama ve yapay zeka, elektronik tedarik zinciri yönetimi, deneyimsel pazarlama, değer pazarlama, mobil pazarlama, yeşil pazarlama ve sürdürülebilirlik, ilişkisel pazarlama, neuro pazarlama gibi çevresel değişimin açığa çıkardığı yeni yaklaşımlar ele alınacaktır.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Güncel Pazarlama Yaklaşımlarından Seçmeler, (Editör: İnci Varinli ve Kahraman Çatı), Detay yay., Ankara,2008. Kaya, İsmail, Pazarlama Bi Tanedir, Babiali Yay., İstanbul, 2018. İnternet kaynakları, yerli ve yabancı dergilerde yer alan makaleler

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Anlatım, Soru-Cevap, Tartışma

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

SSCI ve Scopus gibi veri tabanından pazarlamada güncel konular ve yaklaşımlar konularında tarama yapmaları ve konu belirleyerek bu konuda farklı kaynaklar kullanarak bilimsel bir metin hazırlamaları beklenmektedir. Ayrıca ders öncesi haftalık ders içeriği incelenerek, ders öncesi bu haftaki konu üzerinde okuma yapılması.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Yardımcı öğretim elemanı yoktur.

Dersin Verilişi

Teorik ve yüzyüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Prof. Dr. Suzan Çoban

Program Çıktısı

1. Güncel pazarlama yaklaşımları ile ilgili örnek verebilirler.
2. Pazarlamada değişim trendini açıklayabilir
3. Değişen pazarlama çevresine uygun pazarlama yaklaşımını seçebilir
4. Güncel pazarlama yaklaşımları üzerine özgün çalışma yapabilir

Haftalık İçerikler

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim	Teorik	Uygulama
			Metodları		
1	Gerek internet kaynaklarından gerek pazarlama kitaplarından pazarlama çevre ilişkisi hakkında okuma yapmaları önerilir.		Anlatım, Soru-Cevap ve Tartışma Yöntemleri	Pazarlama Bilminin Doğası ve Çevresel Koşullar	
2	Gerek internet kaynaklarından gerek pazarlama kitaplarından pazarlama çevre ilişkisi hakkında okuma yapmaları önerilir.		Anlatım, Soru-Cevap ve Tartışma Yöntemleri	Pazarlama Bilminin Doğası ve Çevresel Koşullar: SWOT Analizi	
3	Postmodern pazarlama ve postmodernizm ile ilgili kaynak kitaplardan veya makalelerden okuma yapıları önerilir.		Anlatma, soru-cevap ve tartışma ve Sunum yöntemleri	Postmodern pazarlama	
4	Sorumlu öğrenci, almış olduğu konu ile ilgili literatür taraması yaparak, bilimsel bir metin oluşturması gerekiyor. Diğer öğrencileri ise haftalık ders içeriğine göre kaynak yayımlardan okuma yapmaları önerilir.		Anlatma, soru-cevap ve tartışma ve Sunum yöntemleri	Pazarın Küçülmesi ve Artan Rekabet: Niş pazarlama ve Gerilla Pazarlama	
5	Sorumlu öğrenci, almış olduğu konu ile ilgili literatür taraması yaparak, bilimsel bir metin oluşturması gerekiyor. Diğer öğrencileri ise haftalık ders içeriğine göre kaynak yayımlardan okuma yapmaları önerilir.		Anlatma, soru-cevap ve tartışma ve Sunum yöntemleri	İlişki pazarlama	

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
6	Sorumlu öğrenci, almış olduğu konu ile ilgili literatür taraması yaparak, bilimsel bir metin oluşturması gerekiyor. Diğer öğrencileri ise haftalık ders içeriğine göre kaynak yayımlardan okuma yapmaları önerilir.		Anlatma, soru-cevap ve tartışma ve Sunum yöntemleri	Ağızdan ağıza pazarlama	
7	Sorumlu öğrenci, almış olduğu konu ile ilgili literatür taraması yaparak, bilimsel bir metin oluşturması gerekiyor. Diğer öğrencileri ise haftalık ders içeriğine göre kaynak yayımlardan okuma yapmaları önerilir.		Anlatma, soru-cevap ve tartışma ve Sunum yöntemleri	Deneyimsel Pazarlama	
8	Şu ana kadar anlatılan tüm içeriklerden ve ders notlarından sorumlusunuz.			Ara Sınav	
9	Sorumlu öğrenci, almış olduğu konu ile ilgili literatür taraması yaparak, bilimsel bir metin oluşturması gerekiyor. Diğer öğrencileri ise haftalık ders içeriğine göre kaynak yayımlardan okuma yapmaları önerilir.		Anlatma, soru-cevap ve tartışma ve Sunum yöntemleri	Değer Temelli Pazarlama	
10	Sorumlu öğrenci, almış olduğu konu ile ilgili literatür taraması yaparak, bilimsel bir metin oluşturması gerekiyor. Diğer öğrencileri ise haftalık ders içeriğine göre kaynak yayımlardan okuma yapmaları önerilir.		Anlatma, soru-cevap ve tartışma ve Sunum yöntemleri	Çevresel Duyarlılık ve Yeşil Pazarlama	
11	Sorumlu öğrenci, almış olduğu konu ile ilgili literatür taraması yaparak, bilimsel bir metin oluşturması gerekiyor. Diğer öğrencileri ise haftalık ders içeriğine göre kaynak yayımlardan okuma yapmaları önerilir.		Anlatma, soru-cevap ve tartışma ve Sunum yöntemleri	Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Pazarlama	
12	Sorumlu öğrenci, almış olduğu konu ile ilgili literatür taraması yaparak, bilimsel bir metin oluşturması gerekiyor. Diğer öğrencileri ise haftalık ders içeriğine göre kaynak yayımlardan okuma yapmaları önerilir.		Anlatma, soru-cevap ve tartışma ve Sunum yöntemleri	Teknolojik değişim ve dijital pazarlama	
13	Sorumlu öğrenci, almış olduğu konu ile ilgili literatür taraması yaparak, bilimsel bir metin oluşturması gerekiyor. Diğer öğrencileri ise haftalık ders içeriğine göre kaynak yayımlardan okuma yapmaları önerilir.		Anlatma, soru-cevap ve tartışma ve Sunum yöntemleri	Mobil Pazarlama	
14	Sorumlu öğrenci, almış olduğu konu ile ilgili literatür taraması yaparak, bilimsel bir metin oluşturması gerekiyor. Diğer öğrencileri ise haftalık ders içeriğine göre kaynak yayımlardan okuma yapmaları önerilir.		Anlatma, soru-cevap ve tartışma ve Sunum yöntemleri	Yapay zekanın pazarlama uygulamalarında kullanımı	
15	Sorumlu öğrenci, almış olduğu konu ile ilgili literatür taraması yaparak, bilimsel bir metin oluşturması gerekiyor. Diğer öğrencileri ise haftalık ders içeriğine göre kaynak yayımlardan okuma yapmaları önerilir.		Anlatma, soru-cevap ve tartışma ve Sunum yöntemleri	Sosyal Medya Pazarlama	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Ara Sınav Hazırlık	7	4,00
Araştırma Sunumu	14	2,00
Teorik Ders Anlatım	14	3,00
Ödev	7	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	2,00
Final Sınavı Hazırlık	6	5,00

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Vize	60,00
Final	40,00

İşletme Ana Bilim Dalı / İşletme (Yüksek Lisans - Tezli) X Öğrenme Çıktısı İlişkisi

P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14	P.Ç. 15	P.Ç. 16	P.Ç. 17	P.Ç. 18	P.Ç. 19
Ö.Ç. 1	3	2								4								
Ö.Ç. 2	3	2								4								
Ö.Ç. 3	3	2								4								
Ö.Ç. 4	3	2								4								

Tablo :

- P.Ç. 1 :** İşletmeciliğin temel kavramları, işletmenin temel fonksiyonları, işletme biliminin tarihsel gelişimi, diğer bilim dallarıyla olan ilişkileri, işletmeler ve çevreleri, işletmenin amaçları, fizibilite etütleri, işletme işlevleri, firmalar arası işbirlikleri ve girişimcilik konularında ileri düzeyde bilgiye sahiptir ve bu konularda yönetsel kararları alır ve uygular.
- P.Ç. 2 :** Modern yönetim perspektifi ile örgütsel düzeyde analiz yapma ve tasarlama, işletme yönetiminin; planlama, örgütleme, yürütme, koordinasyon ve denetim işlevlerini kavrama, anlatma ve uygulama konusunda bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 3 :** Stratejik yönetimin temel kavramları, stratejik yönetim süreci ve stratejik analiz ile strateji seçimi, stratejileri uygulama ve kontrol konularında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 4 :** Kamu ve özel kesimde karşılaşılan İnsan kaynakları yönetimi uygulamaları kapsamında yer alan; iş analizi, insan kaynakları temini ve seçimi ile kariyer ve performans değerlendirme ve ücretlendirme gibi konularda ileri düzeyde bilgi sahibi olur ve çalışma yaşamında bunlardan yararlanır.
- P.Ç. 5 :** Organizasyonlardaki insan ve insan davranışı ile algı, tutum ve kişilik gibi konuların yanı sıra son yıllarda örgütsel davranış alanında ortaya çıkan yeni kavram teknik ve uygulamalara ilişkin ileri düzeyde akademik bilgi ve birikime sahip olur.
- P.Ç. 6 :** 6 Muhasebenin işletmeler açısından önemi, kapsamı, temel muhasebe kavramları, işletmelerin mali ve finansal rasyo ve tabloları hakkında teorik bilgilere sahip olma ve bu bilgileri kullanabilmelerini sağlar.
- P.Ç. 7 :** Maliyet muhasebesinin temel ilke ve tekniklerini kavrar ve tek düzen hesap planındaki maliyet hesapları hakkında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 8 :** Temel denetim ilke ve teknikleri ile denetimlerin raporlanması konuları hakkında bilgi sahibi olarak; etik, yasal çevre, denetim standartları ve hile konularında teorik ve uygulamaya yönelik bilgi ve beceri sahibi olur.
- P.Ç. 9 :** İşletme finansmanı konusunda temel bilgileri kavrama, kullanabilme, değerlendirme ve yorum yapabilme, ekonomik-sosyal ve mali gelişmeleri analiz edebilme, finansal sistemleri anlama, finansal planlama ve işletmelere ait mali tabloları yorumlama konularında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 10 :** Sermaye piyasaları ile yeni finansal teknikler konusunda bilgi sahibi olarak piyasalardaki gelişmeleri anlar, takip eder ve yorumlar.
- P.Ç. 11 :** 11 Küreselleşme sürecinde işletmelerin sürekliliklerini sağlama noktalarında, Pazar araştırması, bilgi sistemleri, tüketici davranışları, stratejik pazarlama, küresel pazarlar, ürün ve hizmet stratejileri, ürün hayat eğrisi, fiyatlama, tedarik zinciri konularını anlar ve kavrar.
- P.Ç. 12 :** 12 Matematik, istatistik ve ekonometri alanlarında beceri kazanma, sayısal verilerden faydalanarak geliştirilecek olan istatistiksel ve ekonometrik çözümler ile daha etkin kararlar alabilme, alınacak kararların sonuçlarını öngörebilme ve doğru tahminlerde bulunabilme ve sebep-sonuç ilişkilerini yorumlama becerisi kazanır.
- P.Ç. 13 :** Öğrencilerin gerçek hayata ilişkin karar verme problemlerini, doğrusal programlama tekniklerini kullanarak modelleyebilme, simpleks ve ulaştırma problemlerini kullanarak çözebilme ve elde edilen sonuçları teknik ve ekonomik açıdan yorumlayabilme becerilerini kazanmalarını sağlar.
- P.Ç. 14 :** Üretimde kullanılan yeni yaklaşımlar, Üretim yönetiminin temelleri, üretim sistemleri, kuruluş yeri seçimi, dağıtım planlaması ve başa baş analizi, tesisat yerleşimi, üretim planlaması konularında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 15 :** Analitik düşünme, bilişim teknolojileri başta olmak üzere işletmeciliğin çağdaş yöntem ve teknolojilerini kullanır.
- P.Ç. 16 :** Disiplin içi ve disiplinler arası takımlarla çalışma; yenilik ve değişime açık, girişimci yaşam boyu öğrenme davranışı kazanma; liderlik özelliklerine ve diğer alanlardaki yöneticilerle ve uzmanlarla eleştirel ve analitik iletişim kurabilme yeterliliğine ve becerisine sahip olur.
- P.Ç. 17 :** Sözlü ve yazılı etkin iletişim kurar; bir yabancı dili en az. Avrupa Dil Portföyü B2 genel düzeyinde kullanır.

- P.Ç. 18 :** Bilimsel araştırma yapmak ve tez yazmak için araştırma yöntem ve tekniklerini kullanır.
- P.Ç. 19 :** İşletme ve İktisat alanlarındaki meslekî İngilizce teknik terimleri ve kelimeleri kapsayan metinleri analiz edebilme ve yazabilme becerisine sahip olur.
- Ö.Ç. 1 :** Güncel pazarlama yaklaşımları ile ilgili örnek verebilirler.
- Ö.Ç. 2 :** Pazarlamada değişim trendini açıklayabilir
- Ö.Ç. 3 :** Değişen pazarlama çevresine uygun pazarlama yaklaşımını seçebilir
- Ö.Ç. 4 :** Güncel pazarlama yaklaşımları üzerine özgün çalışma yapabilir