

PAZARLAMA STRATEJİLERİ

1	Ders Adı:	PAZARLAMA STRATEJİLERİ
2	Ders Kodu:	ISL4316
3	Ders Türü:	Zorunlu
4	Ders Seviyesi	Lisans
5	Dersin Verildiği Yıl:	4
6	Dersin Verildiği Yarıyıl	8
7	Dersin AKTS Kredisi:	7.00
8	Teorik Ders Saati (saat/Hafta)	3.00
9	Uygulama Ders Saati(saat/Hafta)	0.00
10	Laboratuvar Ders Saati (saat/hafta) :	0
11	Dersin Önkoşulu:	
12	Dersin Dili:	Türkçe
13	Dersin Veriliş Şekli:	Yüz yüze
14	Dersin Koordinatörü:	Prof. Dr. MURAT HAKAN ALTINTAŞ
15	Dersi Veren Diğer Öğretim Elemanları:	Prof. Dr. Hakan Altıntaş Doç. Dr. Erkan ÖZDEMİR Doç. Dr. Çağatan Taşkın
16	Koordinatör İletişim Bilgileri:	Uludağ Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, Görükle, Bursa, 16059 mhakan@uludag.edu.tr
17	Dersin WEB adresi:	
18	Dersin Amacı:	İşletmelerin pazarlama faaliyetlerini bir bütün olarak gerçekleştirirken, piyasa koşulları içerisinde rekabet avantajı oluşturacak stratejilerin belirtilmesi
19	Dersin Mesleki Gelişime Katkısı:	
20	Dersin Öğrenme Kazanımları:	
	1	İşletmelerin pazar koşulları içerisinde ürün/hizmetlerini nasıl yöneteceklerini kavrayabilme
	2	İşletmelerin sektörlerinde karşılaşılabilecekleri pazarlama sorunlarını analiz etme ve bu sorunlara çözüm önerileri üretme
	3	İşletmelerde marka kavramını açıklama ve markalaşma sürecini kavrama
	4	İşletmelerin iş çevresini analiz edebilme
	5	Fiyatlandırma stratejileri ve fiyatlamanın nasıl yönetileceğini kavrama
	6	İşletmelerin en etkin pazarlama örgütlemesinin nasıl gerçekleşeceğini kavrama.
	7	Müşterinin pazar koşullarında nasıl yönetilebileceğini kavrama
	8	Piyasa koşullarının pazarlama faaliyetlerinin etkinliğiyle paralel nasıl izlenmesi gerektiğini öğrenme.
	9	
	10	
21	Dersin İçeriği:	
Hafta	DERS İÇERİKLERİ	
	Teorik	Uygulama

1	Pazarlama Kavramı	
2	Pazarlama Çevresi	
3	Pazarlama Planlaması	
4	Stratejik Pazarlama Planlaması	
5	Pazar Payı Stratejileri	
6	Rekabet Stratejileri	
7	Ürün ve Ürün Farklılaştırma	
8	Stratejik Ürün Bölümlendirmesi	
9	Ürün Stratejileri	
10	Fiyat ve Fiyatlandırma Stratejileri	
11	Dağıtım Stratejileri ve Dağıtım Kanalları	
12	Tutundurma ve Reklam Stratejileri	
13	Satış Gücü Stratejileri	
14	Pazarlama Araştırması Teknikleri	
22	Ders Kitabı, Referanslar ve/veya Diğer Kaynaklar:	O. C. Ferrell, Michael D. Hartline, Marketing Strategy, 3rd Ed., Thomson South Western, Ohio, 2005, Philip Kotler ve Kevin Lane Keller, Marketing Management, 13 th. Ed., Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2009. Ömer TORLAK, Remzi ALTUNIŞIK, Pazarlama Stratejileri Yönetmel Bir Yaklaşım, 2. Baskı, Beta Basım Yayın, İstanbul, 2012
23	Değerlendirme	
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARİ		SAYISI
Ara Sınav		1
Kısa Sınav		0
Ödev		0
Yıl Sonu Sınavı		1
Toplam		2
Yıl içi çalışmalarının Başarıya Oranı		40.00
Finalin Başarıya Oranı		60.00
Toplam		100.00
Kullanılan Ölçme ve Değerlendirme Yaklaşımları		
24	AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU	

ETKİNLİK	SAYISI	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (Saat)
Teorik Dersler	14	3.00	42.00
Uygulamalı Dersler	0	0.00	0.00
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	14	3.00	42.00
Ödevler	1	15.00	15.00
Projeler	0	0.00	0.00
Arazi Çalışmaları	0	0.00	0.00
Arasınaylar	1	45.00	45.00
Diğer	1	10.00	10.00
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50.00	50.00
Toplam İş Yüğü			204.00
Toplam İş Yüğü / 30 saat			6.80
Dersin AKTS Kredisi			7.00

25	PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLE DERS ÖĞRETİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13	PY14	PY15	PY16
ÖK1	4	4	0	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK2	3	5	4	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK3	0	0	4	5	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK4	0	0	4	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK5	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK6	5	0	4	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK7	0	3	3	4	0	0	0	5	0	0	4	4	0	0	0	0
ÖK8	4	4	0	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK: Öğrenme kazanımlar PY: Program yeterlilikleri																
Katkı Düzeyi:	1 çok düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek			