



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Güncel Pazarlama Konuları	İŞL5009		3 + 0	7,5	Seçmeli
Birim Bölüm	İşletme - YL İÖ - Lisansüstü (Yüz Yüze Eğitim Sınıf İçi Tartışma, Vaka Analizi, Grup Projesi)				
Amaç	Dersin ana amacı, pazarlama alanında yeni gelişen trendleri öğrencilerin tanımlayabilme ve açıklayabilme yetilerini geliştirmektir.				
Ders İçeriği	Ders oturumları öğrencinin aktif katılımını gerektiren, haftalık belirlenmiş çalışma konuları hakkında etkileşimli ders anlatımlarını, öğrenilerin proje sunumlarını ve projeler hakkında sınıf içi tartışmaları içermektedir.				
Ders Kaynakları	Varinli, İnci (2012). 'Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar', 3. Baskı, Detay Yayıncılık, Varinli, İnci ve Kahraman Çatı (2010). 'Güncel Pazarlama Yaklaşımlarından Seçmeler', 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Güncel Pazarlama Konularına ilişkin güncel makale ve akademik eserler				

Hafta	Konu
1	Pazarlamaya ilişkin genel bilgiler ve kavramlar
2	Pazarlama teorisi, eleştirel düşünce, pazarlamanın temel sorunları
3	Pazarlama ekolleri, 21. yüzyılda pazarlama anlayışı
4	Postmodern pazarlama
5	Deneyimsel pazarlama
6	Tüketim kültürü, medyada propaganda ve manipülasyon, medya okuryazarlığı
7	Değer pazarlaması, izinli pazarlama, ilişkisel pazarlama
8	Değer pazarlaması, izinli pazarlama, ilişkisel pazarlama
9	Dijital pazarlama-1 (İnternet ortamında pazarlama, veri tabanlı pazarlama)
10	Dijital pazarlama-2 (mobil pazarlama), omni-channel ve bütünleşik pazarlama
11	Sürdürülebilir pazarlama, yeşil pazarlama, pazarlamanın karanlık yüzü, sosyal pazarlama
12	Nöropazarlama, retro pazarlama
13	Pazarlamada diğer trendler: etkinlik pazarlaması, amaca yönelik pazarlama
14	Pazarlamada diğer trendler: niş pazarlama, viral pazarlama

#### Program Çıktıları

- İşletmenin ilişkili olduğu fonksiyonlarını açıklayabilme ve çalışacakları alanda uygulayabilme.
2. Sosyal bilimlerde bilimsel araştırma yaparak bilgiye ulaşabilme, bilgiyi değerlendirme, yorumlama ve uygulama becerisine sahip olma.
3. İşletmecilik alanı ile ilgili fikir ve önerilerini bilimsel ortamlarda yazılı ve sözlü olarak aktarabilme.
4. Alanın gerektirdiği araştırmaları yaparken hangi yöntemlerin izleneceği bilgisine sahip olma.
5. İşletme alanıyla ilgili kuramsal bilgileri analiz edip, uygulamalardan elde ettiği sonuçları yorumlayabilme.
6. İşletme yönetimi alanıyla ilgili çalışmaları sözlü veya yazılı olarak topluluk önünde sunabilme.
7. Gelişim ve değişim sürecine açık olma.
9. Alanla ilgili konularda bireysel veya grup halinde özgün çalışmalar ortaya koyabilme.
10. Alanda edinilen uzmanlık düzeyindeki bilgiyi eleştirel bir yaklaşımla değerlendirerek, yaşam boyu öğrenme ve sorgulama.
11. Dil becerilerine sahip olmak
12. Liderlik becerilerine sahip olmak
13. Çalışılan veya çalışılacak örgütün/kurumun çeşitli iç ve dış çevre unsurlarıyla olan ilişkilerini analiz edebilme.

#### Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13
Güncel pazarlama konularında bilgi sahibi olmak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlamanın geçmişi ile geleceği arasında köprü kurabilmek	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Güncel değişim ve gelişimlerin pazarlama üzerindeki etkilerini öğrenmek ve strateji geliştirmek	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ekonomi ve çevreye ilişkin kaynakları daha etkin kullanarak tüketici istek ve ihtiyaçlarının karşılanabilirliğini artırmak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-