



YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ DIŞA AÇIK DERSLER KOORDİNATÖRLÜĞÜ

Okul/Fakülte: SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Bölüm/Program: İŞLETME -YLP

Ders Dili:	English	Ders Kodu:	MARK501
Ders Türkçe İsmi:	MARKETING MANAGEMENT		
Ders İngilizce İsmi:	MARKETING MANAGEMENT		
Dersi Verecek:	Yard .Doç. Dr. Ahmet ERTUGAN		
Dersin Türü:	ZORUNLU	Dersin Seviyesi:	YÜKSEK LİSANS
Yıl	1	Semester	1
Ders Kredisi:	3	AKTS Kredisi:	6
Teori(saat/hafta):	3,00	Uygulama(saat/hafta):	0,00
		Laboratuvar(saat/hafta):	0,00

Dersin İçeriği: Marketing Management course involves making critical decisions to solve strategic problems and achieve corporate goals in value creation.

Öğrenme Kazanımları: İlgili kavramları/kuramları anlayabilecek
İlgili kavram/kuramların geçerliliğini tartışabilecek
İlgili kavram/kuramların, gerçek hayattaki muhtemel uygulamalarını tartışabilecek ve öneriler sunabilecek
İlgili kavram/kuramları gerçek hayata/verilen diğer durumlara/vakalara uygulayabilecek
İlgili kavram/kuramların gerçek hayatta var olan uygulamalarını eleştirel olarak analiz edebilecek
Farklı kavram ve kuramları kendi özgün yaklaşımlarını yaratılmak için sentezleyebilecek
İlgili kavramlarla ilgili özgün bir yaklaşım geliştirebilecek
Sunum(lara)a hazırlık
Verilen ölçütlere göre kendi çalışmalarını değerlendirebilecek
Verilen ölçütlere göre arkadaşlarının çalışmalarını değerlendirebilecek
Yeni yaklaşım geliştirebilecek/yaratabilecek
Verilen parametreler çerçevesinde yeni bir ürün geliştirebilecek/yaratabilecek
Verilen çalışmayı bağımsızca yürütebilecek
Verilen bir çalışma üzerinde grup halinde çalışabilecek
İlgili kavramları sayabilecek ve açıklayabilecek
Öğrenmenin değerini takdir edecek
Akademik bir makale üretmek için seçilen kaynak gösterme biçiminin ilkelerini uygulayabilecek
Hedeflenen becerileri geliştirebilecek
-

Dersin Amaçları: Belirlenen kavram(ları) açıklamak/anlatmak
İlgili kavram(lar)la alakalı farkındalık yaratmak ve bunu geliştirmek.
Belirlenen kavram(lar)ın geçerliliğini tartışmak.
Seçilen/belirlenen becerileri geliştirmek
Seçilen konuların derinlemesine/detaylı bir şekilde incelemek
Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerin var olan bilgilerini geliştirmek
Seçilen kavramlar bağlamında öğrencilerin fikirlerini/bilgilerini/kavrayışlarını geliştirmek
Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerle var olan bilgilerini yenilemek
Yeniliği teşvik etmek
Eleştirel düşünceyi geliştirmek

Öğrenci İş Yüğü:

	Derse hazırlık Ders saatleri Ara sınav Ara sınava hazırlık Final sınavı Final sınavına hazırlık Sunum(lar) Sunum(lara)a hazırlık Proje(ler)/makale(ler) için araştırma Proje yazımı Grup çalışması Sınıf içi tartışma(lar) Kısa sınav(lar) Kısa sınav(lar)a hazırlık Ders öncesi ödev(ler) Ödev(ler) Kısa ders anlatımları Ders planlama Materyal uyarlama Materyal geliştirme Taslak hazırlama Teke tek/küçük grup dersleri Portföy sunumu Diğer
AKTS Formülü:	
Kaynaklar:	Malcalm McDonald. Marketing Plans. 7th edition. WILEY
Değerlendirme:	30% group project 30% Mid-term exam 40% Final exam
İşe Yerleştirme(Staj):	
Ön Koşul Ders Kodları:	Nil
1. Hafta (19 – 23 Eylül)	Course overview
2. Hafta (26 – 30 Eylül)	Marketing strategy: Basicdecisions
3. Hafta (3 – 7 Ekim)	Marketing strategy: Advanced decisions
4. Hafta (10 – 14 Ekim)	Introduction to strategic marketing planning
5. Hafta (17 – 21 Ekim)	Formulating corporate and marketing objectives
6. Hafta (24 – 28 Ekim)	Customers and markets
7. Hafta (31 - 4 Kasım)	Competitors and collaborators
8. Hafta (7 - 11 Kasım)	Environments of the targeted segments
9. Hafta (14 – 18 Kasım)	Product portfolio
10. Hafta (21 – 25 Kasım)	Company resources and capabilities
11. Hafta (28 - 2 Aralık)	Marketing competitive strategy and advantage
12. Hafta (5 – 9 Aralık)	Marketing mix decisions 1
13. Hafta (12 -16 Aralık)	Marketing mix decisions 2
14. Hafta (19 - 23 Aralık)	Control and evaluation
15. Hafta (24 – 30 Aralık)	FİNAL SINAVLARI HAFTASI
16. Hafta	Group presentations
17. Hafta	
18. Hafta	

19. Hafta	
20. Hafta	
21. Hafta	
22. Hafta	
23. Hafta	
24. Hafta	
25. Hafta	
26. Hafta	
27. Hafta	
28. Hafta	
