

## GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Critical Approaches in Marketing / Critical Approaches in Marketing	
Ders Kodu / Course Code	9204015562017	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Second Cycle / Second Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu derste ana akım pazarlama perspektifine eleştirel yaklaşımların öğrenciye kavratılması amaçlanmaktadır.	It is aimed to give students a critical approach to mainstream marketing perspective.
İçeriği / Content	Bu derste klasik pazarlamanın beraberinde getirdiği problemler, pazarlamanın çevresel konularla olan ilişkisi, tüketim toplumu ve öteki tüketiciler eleştirel teori ve feminist perspektif bağlamında ele alınacaktır.	The problems associated with marketing, the relationship of marketing to environmental issues, the consumption society and "other" consumers will be addressed in the context of critical theory and feminist perspective.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Rethinking Marketing: Towards Critical Marketing Accountings (2013) , Edited by:Douglas Brownlie,Mike Saren,Robin Wensley ve Richard Whittington, Sage. - Frankfurt Okulu (2015), Ed: H. Emre Bağceci DoğuBatı Yayınları - Baudrillard, Jean (1997): Tüketim Toplumu,(çev. Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin), İstanbul, Ayrıntı Yayınları.	- Rethinking Marketing: Towards Critical Marketing Accountings (2013) , Edited by:Douglas Brownlie,Mike Saren,Robin Wensley and Richard Whittington, Sage. - Frankfurt Okulu (2015), Ed: H. Emre Bağceci DoğuBatı Yayınları - Baudrillard, Jean (1997): Tüketim Toplumu,(çev. Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin), İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Prof. Dr. Ayla ÖZHAN DEDEOĞLU	

## ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Hakim pazarlama anlayışının aksayan yönlerini anlamak	To understand the hurdles of dominant marketing.
2	Pazarlama uygulamalarına dair eleştirel bir perspektif kazanmak	To gain a critical perspective on marketing applications

## HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Klasik Pazarlama Anlayışı ve Getirdiği Sorunlara Genel Bakış				
	An Overview of Classical Marketing Approach and Problems				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu				
	Protestant Ethics and Spirit of Capitalism				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama-Çevre İlişkisi				
	Marketing-Environment Relationship				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeşil Pazarlama Uygulamalarına İlişkin Sorunlar				
	Green Marketing Practices Issues				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlamada Etik Sorunlar				
	Ethical Issues in Marketing				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Dönüştürücü Tüketici Araştırmaları (TCR)				
	Transformative Consumer Research(TCR)				
7	Klasik Pazarlamada "Öteki"nin Konumu				
	The Position of the "Other" in Classical Markets				
8	Ara Sınav				
	Midterm Exam				
9	Frankfurt Okulu				
	Frankfurt School				
10	Tüketim Toplumu				
	Consumption Society				
11	Popüler Kültür-Tüketim İlişkisi				
	Popular Culture-Consumption Relationship				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Feminist Perspektif				
	Feminist Perspectives				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Proje Sunumları				
	Project Presentations				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Proje Sunumları				
	Project Presentations				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Proje Sunumları				
	Project Presentations				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavları				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

  

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

  

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Okuma / Reading	10	2.00	20.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	20	3.00	60.00
Derse Katılım / Attending Lectures	16	3.00	48.00
Final Sınavı / Final Examination	1	4.00	4.00
Ara Sınav için Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	20	2.00	40.00
Toplam / Total:	68	16.00	174.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 174.00/30.00 = 5.80 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 174.00 / 30.00 = 5.80 ~

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes																
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15	1.1.16	1.1.17
1.Hakim pazarlama anlayışının aksayan yönlerini anlamak / To understand the hurdles of dominant marketing.	4	4	4	5	3	4	5	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1
2.Pazarlama uygulamalarına dair eleştirel bir perspektif kazanmak / To gain a critical perspective on marketing applications	4	4	3	5	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high