

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	CURRENT ISSUES IN MARKETING / CURRENT ISSUES IN MARKETING	
Ders Kodu / Course Code	11320203E11840	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	First Cycle / First Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
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	4	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language	English / English	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Öğrencilere pazarlamada ortaya çıkan yeni yaklaşımları ve bu yaklaşımların yönelik işletmelerin uygulamalarını değerlendirmektir. Günümüzde pazarlamacıları çevreleyen dinamik çevreyi yansıtmak ve stratejik pazarlama kararlarının alınmasında teknolojinin etkisini değerlendirmek de dersin amaçları arasındadır.	To introduce students new approaches in marketing and to evaluate the companies' practices. To reflect the dynamic environment inhabited by today's marketers, helping students understand the marketplace and the impact of technology to make strategic marketing decisions are also the aims of the course.
İçeriği / Content	Bu ders, pazarlamadaki yeni kavram ve gelişmelere yönelik bir bakış açısı sağlamayı hedeflemektedir. Mevcut gelişmelerin tartışılması ve iş yaşamındaki uygulamalarının incelenmesi de dersin temel noktalarını oluşturmaktadır.	This course aims to provide a perspective about new concepts and developments in marketing. Discussing current issues and examining their applications in business life are the main points of the course.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	<ul style="list-style-type: none"> - Baker, Michael and Hart, Susan. (2008), The Marketing Book, 6th Edition, USA: Elsevier Publishing - Timm, Paul R. and Jones, Christopher G. (2005), Technology and Customer Service: Profitable Relationship Building, Prentice Hall - Urban, Glen. (2004), Digital Marketing Strategy: Text and Cases, Prentice Hall - Keegan, Warren J. And Green, Mark. (2008), Global Marketing, Prentice Hall 	<ul style="list-style-type: none"> - Baker, Michael and Hart, Susan. (2008), The Marketing Book, 6th Edition, USA: Elsevier Publishing - Timm, Paul R. and Jones, Christopher G. (2005), Technology and Customer Service: Profitable Relationship Building, Prentice Hall - Urban, Glen. (2004), Digital Marketing Strategy: Text and Cases, Prentice Hall - Keegan, Warren J. And Green, Mark. (2008), Global Marketing, Prentice Hall

Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Miray Baybars	
--	-------------------	--

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	İşletmelerin dinamik çevredeki stratejik karar alma süreçlerini kavrayabilmek	To be able to cognize the business strategic decision making process in a dynamic environment
2	Ortaya çıkan yeni yaklaşımları teknoloji ile ilişkilendirerek anlayabilmek	To be able to understand the new approaches association with technology
3	İşletmelerin pazarda değişen koşullara karşı stratejilerini nasıl adapte ettiklerini öğrenmek	To learn how marketing strategies can be adapted to meet changing conditions in the market

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
1	Pazarlamada Güncel Konular Dersine Giriş				
	Introduction to Current Issues in Marketing course				
2	Globalleşme, Global Pazarlama ve Lokalizasyon				
	Globalization, Global Marketing and Localization				
3	Pazarlamada Müşteri Odaklılık ve MİY (Müşteri İlişkileri Yönetimi)				
	Customer Focus in Marketing and CRM (Customer Relationship Management)				
4	Gerilla Pazarlama ve Buzz Pazarlama				
	Guerilla Marketing and Buzz Marketing				
5	Hizmet Pazarlaması				
	Service Marketing				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Deneyimsel Pazarlama				
	Experiental Marketing				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Duygusal Pazarlama				
	Emotional Marketing				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Arasınan				
	Midterm				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital Çağda Pazarlama				
	Marketing in Digital Age				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	E-İşletme ve E-Pazarlama				
	E-Business and E-Marketing				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal Medya ve Pazarlama				
	Social Media and Marketing				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Yeşil Pazarlama				
	Green Marketing				
13	Pazarlamada Etik ve Sosyal Sorumluluk				
	Ethics and Social Responsibility in Marketing				
14	Dönem Ödevi Sunumları				
	Term Paper Presentations				
15	Dönem Ödevi Sunumları				
	Term Paper Presentations				
16	Final sınavı				
	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	50
Ev Ödevi / Homework	1	50
Toplam / Total:	2	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60
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(%):		40
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	1.00	1.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Derse Katılım / Attending Lectures	16	3.00	48.00
Uygulama/Pratik / Practice	10	3.00	30.00
Proje Sunma / Project Presentation	1	6.00	6.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	10	2.00	20.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	20	2.00	40.00
Ev Ödevi / Homework	2	1.00	2.00
Toplam / Total:	61	19.00	148.00
<p>Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 148.00/30.00 = 4.93 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 148.00 / 30.00 = 4.93 ~</p>			

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.İşletmelerin dinamik çevredeki stratejik karar alma süreçlerini kavrayabilmek / To be able to cognize the business strategic decision making process in a dynamic environment								5			5		5
2.Ortaya çıkan yeni yaklaşımları teknoloji ile ilişkilendirerek anlayabilmek / To be able to understand the new approaches association with technology						4		5			5		5
3.İşletmelerin pazarda değişen koşullara karşı stratejilerini nasıl adapte ettiklerini öğrenmek / To learn how marketing strategies can be adapted to meet changing conditions in the market								5			5		5

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