

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Marketing Strategies in Product Life Cycle Management / Marketing Strategies in Product Life Cycle Management	
Ders Kodu / Course Code	9204015582017	
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	Pazarlama, Marka, Satış ve Kurumsal İletişim Yönetimi konularındaki kariyerlerinde ilerlemek isteyen kişileri hedeflemektedir.	Marketing, brand, sales and corporate communication is aimed at people who want to advance their careers in management.
İçeriği / Content	Yoğun ticari rekabet sonucu ön plana çıkan, modern yönetim, stratejik pazarlama, marka stratejileri, markaya aidiyet gibi kavramların ayrılmaz bir bütün olarak değerlendirildiği akademik yaklaşımlı bilgi aktarımlarını ve aktarılan bilgilerin yaşanmış uluslararası şirket vaka analizleri ile pekiştirilmesini içermektedir.	The intense commercial competition involves the transfer of academic-oriented information transfers that are considered as an integral part of the concepts such as modern management, strategic marketing, brand strategies, and belonging to the brand that are on the forefront and reinforced by experienced international company case studies.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	•Torlak, Ö.; Altunışık, R.; Pazarlama Stratejileri; Beta Basım Yayım, İstanbul, 2009 Cravens, W. D.; Piercy, F. N.; Strategic Marketing; McGraw-Hill Education, New York, 2006	- Torlak, Ö.; Altunışık, R.; Pazarlama Stratejileri; Beta Basım Yayım, İstanbul, 2009 - Cravens, W. D.; Piercy, F. N.; Strategic Marketing; McGraw-Hill Education, New York, 2006
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr. Üyesi A. Erhan ZALLUHOĞLU	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Ürün Yaşam Eğrisi sürecine farklı bakış açıları sunmak	Offer different perspectives to the Product Life Curve process
2	Ürün Yaşam eğrisi sürecini yönetebilme	Manage the product life cycle process
3	Pazarlama Stratejilerini uygulayabilme	Applying Marketing Strategies

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Strateji Kavramı ve Stratejik Yönetim				
	Strategy Concept and Strategic Management				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Stratejik Pazarlama				
	Strategic Marketing				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün Yaşam Eğrisi Süreci				
	Product life-cycle Process				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün Yaşam Eğrisi ve Uygulanması Gereken Stratejiler				
	Product life-cycle and Strategies to Implement				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Stratejik Pazarlama Yönetimi Süreci				
	Strategic Marketing Management Process				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Stratejik Pazarlama Planlaması				
	Strategic Marketing Planning				
7	Büyüyen Pazarlarda Pazarlama Stratejileri				
	Marketing Strategies in Growing Markets				
8	Arasınan				
	Midterm				
9	Olgunlaşmış Pazarlarda Pazarlama Stratejileri				
	Marketing Strategies in Mature Markets				
10	Gerileyen Pazarlar ve Kriz Dönemlerinde Pazarlama Stratejileri				
	Reduced Markets and Crisis Marketing Strategies				
11	Pazar Konumuna Göre Pazarlama Stratejileri				
	Marketing Strategies by Market Position				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Stratejilerinin Uygulanması				
	Implementation of Marketing Strategies				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Stratejik Kontrol ve Pazarlama Performansının Değerlendirilmesi				
	Evaluation of Strategic Control and Marketing Performance				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sunumlar				
	Presentations				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sunumlar				
	Presentations				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final				
	Final				

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)
Derse Katılım / Attending Lectures	16	3.00	48.00
Okuma / Reading	13	2.00	26.00
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	20	3.00	60.00
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:	71	16.00	180.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 180.00/30.00 = 6.00 ~ 6.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 180.00 / 30.00 = 6.00 ~ 6.00

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.Ürün Yaşam Eğrisi sürecine farklı bakış açıları sunmak / Offer different perspectives to the Product Life Curve process	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	4	4	2	3	1	3	3
2.Ürün Yaşam eğrisi sürecini yönetebilme / Manage the product life cycle process	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	2	3	1	3	3
3.Pazarlama Stratejilerini uygulayabilme / Applying Marketing Strategies	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	1	3	3

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