

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	MARKETING STRATEGY / MARKETING STRATEGY	
Ders Kodu / Course Code	11320203E11848	
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	Pazar ortamında sürdürülebilir ve rekabetçi bir performans yakalanabilmesi için gereklilikleri ve uygulanabilecek stratejileri anlayabilmek	Understanding the necessities and strategies to create a competitive and sustainable performance in the marketplace
İçeriği / Content	Ders kapsamında iki temel stratejik konu olan hedef pazar belirlenmesi ve rekabetçi avantaj yaratılması üzerinde durulacaktır. Ders aynı zamanda değişen pazar çevresi müşteri ve rakip analizi, örgüt kaynakları, rekabetçi pozisyonlar ve konumlandırma stratejileri de derste tartışılacak konular arasındadır.	The course focuses on two strategic issues of identification of target markets and the creation of differential advantage in the marketplace. It includes discussions about changing market environment, customer and competitor analysis, organizational resource base, identifying current and future competitive positions and competitive positioning strategies.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach. Orville C. Walker, John, W. Mullins and Jean-Claude Larreche, 2013, McGraw Hill Marketing Strategy and Competitive Positioning. Graham Hooley, Nigel F. Piercy, Brigitte Nicoulaud, John M. Rudd, 2016, Pearson Education	Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach. Orville C. Walker, John, W. Mullins and Jean-Claude Larreche, 2013, McGraw Hill Marketing Strategy and Competitive Positioning. Graham Hooley, Nigel F. Piercy, Brigitte Nicoulaud, John M. Rudd, 2016, Pearson Education
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Ar. Gör. Dr. Miray Baybars	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Pazar güdümlü stratejik yönetim kavramını anlayabilme	To be able to understand the concept of market-led strategic management
2	Pazar koşullarına uygun pazarlama stratejisi geliştirebilme	To be able to develop the proper marketing strategy for the market conditions
3	Uygun pazarlama stratejisi geliştirme yolunda çevresel faktörlerin etkisinin önemini anlayabilme	To be able to understand the importance of environmental factors' effects on developing a proper marketing strategy

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Giriş				
	Introduction				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar Güdümlü Stratejik Yönetim, Makale sunumu: Marketing Meets Mission, HBR, May-June 2020				
	Market Led Strategic Management, Article presentation: Marketing Meets Mission, HBR, May-June 2020				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Stratejik Pazarlama Planlaması; Makale sunumu: Rethinking Marketing HBR, 2010				
	Strategic Marketing Planning, Article presentation: Rethinking Marketing HBR, 2010				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Değişen Pazarlama Çevresi, Makale sunumu: Branding in the Digital Age, HBR, Edelman, 2010				
	Changing Market Environment, Article presentation: Branding in the Digital Age, HBR, Edelman, 2010				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri Analizi, Makale sunumu: The elusive green consumer, HBR, July-August 2019				
	Customer Analysis, Article presentation: The elusive green consumer, HBR, July-August 2019				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Rakip Analizi, Makale sunumu: Marketing Malpractice, HBR, 2005				
	Competitor Analysis, Article presentation: Marketing Malpractice, HBR, 2005				
7	Örgütsel Kaynak Temelini Anlamak, Makale sunumu: The Female Economy, HBR, 2009				
	Understanding The Organizational Resource Base, Article presentation: The Female Economy, HBR, 2009				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	ARASINAV				
	Midterm				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Bölümlendirme ve Konumlandırma İlkeleri, Makale sunumu: Getting Brand Communities Right, HBR, 2009				
	Segmentation and Positioning Principles, Article presentation: Getting Brand Communities Right, HBR, 2009				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sürdürülebilir Rekabetçi Avantaj Yaratmak, Makale sunumu: The One Number You Need to Grow, HBR, 2003				
	Creating Sustainable Competitive Advantage, Article presentation: The One Number You Need to Grow, HBR, 2003				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni Pazarlama Karması ile Rekabet Etmek, Makale sunumu: Ending the War between Sales&Marketing, HBR, 2006				
	Competing Through the New Marketing Mix, Article presentation: Ending the War between Sales&Marketing, HBR, 2006				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Yenilikçilik ile Rekabet Etmek				
	Competing Through Innovation				
13	Sunumlar				
	Presentations				
14	Sunumlar				
	Presentations				
15	Sunumlar				
	Presentations				
16	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	50
Proje Sunma / Project Presentation	1	50
Toplam / Total:	2	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	50
Proje Sunma / Project Presentation	1	50
Toplam / Total:	2	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	1.00	1.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Derse Katılım / Attending Lectures	18	3.00	54.00
Proje Sunma / Project Presentation	2	15.00	30.00
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
Okuma / Reading	8	1.00	8.00
Toplam / Total:	60	25.00	154.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 154.00/30.00 = 5.13 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 154.00 / 30.00 = 5.13 ~			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning	Program Çıktıları / Program Outcomes												
	1.1.	1.1.	1.1.	1.1.	1.1.	1.1.	1.1.	1.1.	1.1.	1.1.	1.1.	1.1.	1.1.
1.Pazar güdümlü stratejik yönetim kavramını anlayabilme / To be able to understand the concept of market-led strategic management	3	4	4	3	3	3	4	5	4	3	3	4	4
2.Pazar koşullarına uygun pazarlama stratejisi geliştirebilme / To be able to develop the proper marketing strategy for the market conditions	3	3	4	4	5	4	3	4	4	3	3	3	4
3.Uygun pazarlama stratejisi geliştirme yolunda çevresel faktörlerin etkisinin önemini anlayabilme / To be able to understand the importance of environmental factors' effects on developing a proper marketing strategy	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3

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