

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CNT478	Rekabet ve Pazarlama Yönetimi 8	8	2	0	0	2	3

Ön Koşul

Derse Kabul Koşulları

Dersin Dili Fransızca

Türü Seçmeli

Dersin Düzeyi Lisans

Rekabetin git gide arttığı günümüz koşullarında bu derste aşağıdakiler amaçlanmaktadır:

- Dersin Amacı
1. Pazarlamanın tanımının yapılması ve kavranması
  2. Pazarlama yönetiminin temel kavramlarının anlaşılması
  3. Rekabet stratejilerinin açıklanması
  4. Pazarlama anlayışındaki değişimin açıklanması
  5. Pazarlama yönetiminin daha etkin hale getirilebilmesi için uygulanabilecek yöntemlerin verilmesi

1. Hafta: Ders içeriğinin tanıtılması ve planlamasının yapılması
2. Hafta: Pazarlama: Müşteri değeri ve bağlılığı yaratmak
3. Hafta: Pazarlama: Müşteri değeri ve bağlılığı yaratmak
4. Hafta: İşletme ve pazarlama stratejisi: Müşteri kazanım, ilişkileri ve değeri oluşturmak için ortaklık
5. Hafta: Pazarlama çevresinin incelenmesi

6. Hafta: Değer temelli strateji ve pazarlama karması tasarımı
  - Müşteri odaklı pazarlama stratejisi
  - Ürünler, hizmetler ve markalar
7. Hafta: Değer temelli strateji ve pazarlama karması tasarımı
  - Yeni ürün geliştirme ve ürün yaşam eğrisi stratejileri
  - Fiyatlandırma stratejileri

İçerik

8. Hafta: Değer temelli strateji ve pazarlama karması tasarımı
  - Pazarlama kanalları
  - Perakendecilik ve toptancılık
9. Hafta: Bayram Tatili
10. Hafta: Değer temelli strateji ve pazarlama karması tasarımı
  - Müşteriyle etkileşim ve müşteri değeri iletişimi
  - Reklam ve halkla ilişkiler
11. Hafta: Ara Sınav haftası
12. Hafta: Kişisel satış ve satış geliştirme
13. Hafta: Doğrudan, çevrimiçi, sosyal medya ve mobil pazarlama
14. Hafta: Proje sunumları
15. Hafta: Proje sunumları

Kaynaklar

1. Kotler, P., Keller, K.L., "Marketing Management", Prentice Hall.
2. Kotler, P., Armstrong, G., "Principles of Marketing", Pearson.

Teori Konu Başlıkları

**Hafta** **Konu Başlıkları**

- 1 Pazarlama Tanımı ve Pazarlama ile İlgili Kavramlar
- 2 Pazarlama Sistemi, Stratejik Planlama ve Pazarlama Süreci
- 3 Pazarlamanın Gelişimi: Müşterinin Rolü
- 4 Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati
- 5 Hedef Pazar, Pazar Konumlandırması
- 6 Pazarlama Karması
- 7 Fiyat ve Fiyatlandırma Yöntemleri
- 8 Ürün Yaşam Eğrisi ve Yeni Ürün Geliştirme Süreci
- 9 Ara Sınav
- 10 Tüketici Davranışları
- 11 Rekabet Stratejileri
- 12 Pazarlama Performansının Ölçümü
- 13 Ders Projelerinin Sunumu
- 14 Ders Projelerinin Sunumu

