

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G448	İleri Pazarlama	6	3	0	0	3	5

Ön Koşul

Derse Kabul Koşulları

Dersin Dili Fransızca

Türü Seçmeli

Dersin Düzeyi Lisans

Dersin Amacı Öğrencinin, pazarlama ile ilgili alanlardan kritik bilgi edinimi yoluyla, bu konuyu, araçlarını ve gelişmelerini anlamasını derinleştirmesine izin verir. Ders, beşeri bilimlerin ve sosyal bilimlerin pazarlamaya temel katkılarını eleştirel bir bakış açısıyla incelemeye çalışır. Sosyal psikolojiye özel bir odaklanılır.

Bölüm 1. Tüketicinin veya potansiyel müşterinin karar verme sürecine ilişkin analiz unsurları

1. Algı
 2. Öğrenme ve ezberleme
 3. Temsiller: metodolojik temeller
 4. Tutumlar ve davranış
 5. İletişim ve ikna
 6. Karar
- Ana buluşsal yöntemler: marka uygulamaları
Karar modelleri
7. Gruplar ve sosyal etki

Bölüm 2. Tüketim eylemleri ve tüketici memnuniyeti

1. Satın alma durumunun / durumsal faktörlerin analizi
2. Tüketici deneyimleri
3. Memnuniyet
4. Davranış ve satın alma sonrası kararlar

Bölüm 3. Kurumsal eylemler: yeni analiz perspektiflerine doğru

1. Pazar analizi
- Stratejik pazarlama analizinin hatırlatıcıları ve derinlemesine analizi
2. İletişim ve iletişim politikalarının seviyeleri
 3. Marka
 4. 4P'yi ve yeni analiz perspektiflerini aşmak

Bölüm 4. Endüstriyel pazarlama analizi

- Özellikler
- Satın alma karar modelleri

Uni.gsu.edu.tr ve Microsoft Teams siteleri, öğrencilerin ders özetleri, konuyla ilgili basın veya bilimsel makaleler, düzenlenmiş alıştırma vb. Bulmasına olanak tanır.

Referans kitaplar için:

Philip Kotler'in çalışmaları (özellikle Pazarlama Yönetimi)

- Tüketici davranışının analizi ve anlaşılması için

Derbaix C., Brée J., 2000, Comportement du consommateur, Présentation de textes choisis, Collection Gestion, Economica.

Ladwein R., 1999, Le comportement du consommateur et de l'acheteur, Collection Gestion, Economica.

Darpy D., Volle P., 2003, Comportements du consommateur, concepts et outils, collection Gestion Sup, Dunod.

Kaynaklar

- Pazarlama vizyonunu derinleştirmek için:

Baker M.J. , 2000, Marketing Theory, a student text.

Tadajewsky M., Brownlie D. (eds) 2008, Critical Marketing. Issues in contemporary marketing, Wiley.

Penaloza, L., Toulouse N., Visconti L.M. (eds), 2011, Marketing Management: A cultural perspective, Routledge.

Lehu J.-M. (sous la coordination de), 2011, MBA Marketing, Eyrolles, Editions d'Organisations

- pazarlamaya eleştirel bir bakış için:

Marion G., 2004, Idéologie Marketing, Mal du siècle, Edition Eyrolles

Badot O., Cova B., 2009, Le néo-marketing, reloaded, Edition EMS Management et Société

Marion G. et al., 2003, Antimanuel de Marketing, Editions d'Organisation

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------