İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G448	İleri Pazarlama	8	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 verin. Ders, beşeri bilimlerin ve sosyal bilimlerin pazarlamaya temel katkılarını eleştirel bir bakış açısıyla incelemeye çalışır. Sosyal psikolojiye özel bir odaklanılır.
İçerik	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

Kaynaklar	Uni.gsu.edu.tr ve Mircrosoft Teams siteleri, öğrencilerin ders özetleri, konuyla ilgili basın veya bilimsel makaleler, düzeltilmiş alıştırmalar 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 er de l'acheteur, Collection Gestion, Economica. Darpy D., Volle P., 2003, Comportements du consommateur, concepts et outils, collection Gestion Sup, Dunod. - Pazarlama vizyonunu derinleştirmek için: Baker M.J. , 2000, Marketing Theory, a student text. Tadajewsky M., Brownlie D. (eds) 2008, Critical Marketing. Issues in contempory 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

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları