

DERS PROFİLİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	Dönem	Kuram+PÇ+Lab (saat/hafta)	Kredi	AKTS
Rekabetçi Pazarlama Stratejileri	MAN524T	Bahar	2	3	3	7

Ön Koşul	-
----------	---

Dersin Dili	İngilizce
Ders Tipi	Seçmeli
Dersin Okutmanı	Murat Ferman, Mısra Gül
Dersin Asistanı	Selda Görkey, Dila Buz
Dersin Amaçları	Günümüzün yoğun rekabet ortamının gerektirdiği pazarlama stratejilerini, bu stratejileri yaratmak için gereken vizyonu öğretmek amacı güdülür. Pazarlama ve Rekabetçi Konumlandırma stratejileri ve taktiksel uygulama metodları sunulur vaka çalışmaları ile desteklenir. Bu şekilde öğrenci; iş vizyonu ve misyonu uygulamaları ve teorisi, bir işletmenin çevresinin uygun metrisler kullanılarak içsel ve dışsal analizler ile incelenmesi, konumlandırma yöntemleri ve stratejileri, uygun stratejik alternatiflerin bulunması ve şirket için doğru stratejinin seçimi konularını gözden geçirmektedir. Derste uygulama ve değerlendirme aşamaları da tartışılır
Dersin Öğrenme Çıktıları	Dersin sonunda öğrenciler; 1. Firmaları zayıf ve güçlü yönleriyle değerlendirmeyi anlayabilir, uygulayabilir; ve bunlar hakkında sunum yapabilir. [2, 3, 4, 5, 8, 10, 13] 2. Herhangi bir firma için çevresel analiz veya SWOT analizi yapabilir. [2, 3, 4, 13, 14] 3. Rakip firma ve ortam analizi yapıp rekabetçi konumlandırma yapabilir. [2, 3, 4, 13, 14] 4. İş ortamındaki tam bir Stratejik Yönetim Sürecinin uygulanmasına katılabilir. [1, 2, 3, 8, 10, 13] 5. Firma için olası stratejilerin tanımlanması ve bunlardan en uygun olanının seçilmesi için gerekli analizleri yürütebilir. [3, 4, 5, 10, 13] 6. Strateji uygulamaları ve değerlendirmelerindeki önemli meselelerin farkında olur. [1, 2, 13]

Dersin İçeriği

Ŗirket i ve dıŖ çevrenin analizi, yönetimin temel fonksiyonları, strateji kavramı, rakiplerle iliŖkiler, rekabetçi konumlandırma stratejileri, stratejik planlama.

DERS İÇERİĞİ

Hafta	Konu	İlişigi
1	Rekabetçi Pazarlamaya Giriş	
2	Pazar Odaklı Stratejik Yönetim	
3	Pazarlar ve Rekabet Alanları	
4	Müşteri Analizi	
5	Rakip Analizi	
6	Pazar Talebi ve İhtiyaçları Tahmini	
7	Segmentasyon Prensipleri	
8	Konumlandırma	
9	Rekabetçi Pazar Araştırması	
10	Hedef Pazar/lar Seçme	
11	Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Yaratma	
12	Stratejik Müşteri Yönetimi	
13	Şirket İçi Pazarlama	
14	Stratejik Anlaşmalar ve Ağlar	

Ders Kitabı	Marketing Strategy and Competitive Positioning, Hooley, Nicoulaud and Piercy, 5e, 2011, Prentice Hall
Önerilen Kaynaklar	Strategic Management and Business Policy by Thomas Wheelan and David Hunger, Pearson Education

Yarıyıl Gereksinimleri	Sayı	Not Yüzdesi
Devam/Katılım	1	20
Laboratuvar		
Uygulama		
Staj		
Kısa Sınav		
Ödevler	10	10
Sunum	2	20
Proje		
Seminer		
Ara sınav	1	20
Final	1	30
Toplam		100

Yarıyıl Çalışmalarının Yüzdesi		70
Final Yüzdesi		30
Toplam		100

DERS ÇIKTILARININ PROGRAM ÇIKTILARINA KATKISI

#	Program Çıktıları	Katkı Düzeyi *				
		1	2	3	4	5
1	Yaşam boyu öğrenme bilinciyle değişimi yönetmek				x	
2	İşletme alanında bilgilerini ileri düzeyde geliştirmek ve derinleştirmek					x
3	İşletme alanında karşılaştığı uzmanlık gerektiren sorunlar karşısında bir hedef tanımlayarak çözüm önerileri tasarlamak , bilimsel araştırma yöntemleri aracılığıyla analiz etmek, sonuçları değerlendirmek ve uygulamak				x	
4	İşletmecilik alanındaki uygulamalarda karşılaşılabilecek öngörülmeyen karmaşık durumlarda, bütünsel ve yaratıcı düşünerek yeni stratejik yaklaşımlar geliştirmek, sorumluluk alarak karar vermek				x	
5	İş etiğinin değerlerini benimsemek, işletme alanı ile ilgili tüm aşamalarda her şart altında toplumsal, bilimsel ve etik değerlere sahip olmayı öğretmek ve denetlemek		x			
6	İşletme alanı ile diğer disiplinler arasındaki etkileşimi kavramak ve edinilen uzmanlık düzeyindeki bilgi ve becerileri disiplinlerarası boyutta ilişkilendirebilmek				x	
7	İşletme alanındaki güncel gelişmeleri ve kendi çalışmalarını çeşitli gruplara, yazılı, sözlü ve görsel olarak sistemli biçimde aktarmak					x
8	Bir yabancı dilde yazılı ve sözlü iletişim becerisine sahip olmak					x

*1 En az, 2 Az, 3 Ortalama, 4 Yüksek, 5 En yüksek

ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ /AKTS (AVRUPA KREDİ TRANSFER SİSTEMİ) TABLOSU

Etkinlikler	Sayı	Süre (Saat)	Toplam İşyükü
Ders Saati (Sınavlar Dahil)	14	3	42
Öğreticiler			
Laboratovar			
Uygulama			
Staj			
Saha Araştırması			
Ders Saatleri Dışı Çalışma			15
Sunum / Seminer	2	15	30
Proje			
Ders Öncesi Okuması	14	3	42
Ödevler	10	2	20
Kısa Sınavlar			
Ara Sınavlar	1	1	10
Final Sınavı	1	1	15
Toplam İş Yükü			174

DERS KATEGORİLERİ

ISCED GENEL ALAN KODU	GENEL ALANLAR	ISCED TEMEL ALAN KODU	EĞİTİM VE ÖĞRETİM TEMEL ALANLARI	
1	Eğitim	14	Öğretmen Yetiştirme ve Eğitim Bilimi	0
2	Beşeri Bilimler ve Sanat	21	Sanat	0
		22	Beşeri Bilimler	0
3	Sosyal Bilimler, İşletme ve Hukuk	31	Sosyal ve Davranış Bilimleri	0
		32	Gazetecilik ve Enformasyon	0
		34	İşletme ve Yönetim Bilimleri	0
		38	Hukuk	0
4	Bilim, Matematik ve Bilgisayar	42	Yaşam Bilimleri	0
		44	Doğa Bilimleri	0
		46	Matematik ve İstatistik	0
		48	Bilgisayar	0
5	Mühendislik, Üretim ve Yapı	52	Mühendislik	0
		54	Üretim ve İşleme	0
		58	Mimarlık ve Yapı	0
6	Tarım ve Veterinerlik	62	Tarım, Ormancılık ve Su Ürünleri	0
		64	Veterinerlik	0
7	Sağlık ve Refah	72	Sağlık	0
		76	Sosyal Hizmetler	0
8	Hizmetler	81	Kişisel Hizmetler	0
		84	Ulaştırma Hizmetleri	0

		85	Çevre Koruma	0
		86	Güvenlik Hizmetleri	0