

DERS İZLENESİ (SYLLABUS)
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Dersin Kodu	Dersin Adı		Kredisi	AKTS Değeri
MAN 637	Pazarlama Kuramı		3 (3-0-3)	8
Ön koşul Dersler:	Yok			
Dersin Dili:	Türkçe	Ders İşleme Tarzı:	Yüz yüze	
Dersin Türü ve Düzeyi:	Zorunlu/Doktora			
Dersin Öğretim Üyesinin Unvanı, Adı ve Soyadı		Ders Saati	Görüşme Saatleri	İletişim
Doç. Dr. Murat GÜLMEZ		Cuma 16:30-18:30	Perşembe 10:00-12:00	mgulmez@cag.edu.tr
Dersin Amacı: Bu dersin amacı pazarlama teorileri ve kuramları ile ilgili temel terimler, kavramlar ve tanımların kapsamlı bir şekilde öğrenciler tarafından anlaşılması, ayrıca günümüz modern iş dünyasındaki oynadığı önemli rolün kavranmasını sağlamaktır. Yabancı ve yerli kaynaklar tarafından oluşturulmuş çağdaş pazarlama makalelerini, araştırmalarını ve bunun gibi materyelleri okuyup, bu kaynaklar arasındaki farklı bakış açılarını görebilme yetisinin artırılması sağlamaktır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersi başarıyla tamamlayan öğrenci;		İlişkiler	
			Program Çıktıları	Net Katkı
	1	Çağdaş Pazarlama ile ilgili kavram ve terimleri tanımlar	1,2,5,8	1,3,5,2
	2	Pazarlamanın evrilmesi ve günümüze gelişi sırasındaki gelişmeleri ve bunun sonucunda ortaya çıkan pazarlamanın potansiyelini anlar	1,2,5,8	2,2,5,4
	3	Teknolojik gelişmelerin pazarlama kavramına etkisini algılar	1,2,5,8	3,1,1,5
	4	Çağdaş pazarlama ile ilgili etik ve ahlaki konuları yorumlar	1,2,5,8	5,5,4,2
	5	Çağdaş pazarlama kavramının önemini anlar ve iş dünyasına olan etkilerini yorumlar	1,2,5,8	4,2,3,1
Dersin İçeriği:	Bu ders kapsamında, çağdaş pazarlama alanına ilişkin temel terim, kavram ve tanımların öğrenciler tarafından kapsamlı ve sistematik bir biçimde anlaşılması amaçlanmaktadır. Ders süresince teknoloji ile iş dünyası arasındaki karşılıklı etkileşim üzerinde durularak, dijitalleşmenin pazarlama faaliyetlerine etkisi incelenecektir. Pazarlama teorileri çerçevesinde yer alan temel yaklaşımlar, kavramlar ve modeller ele alınacak; çağdaş pazarlamanın teknolojik altyapısı, dijital dönüşüm, veri temelli pazarlama uygulamaları ve güncel pazarlama stratejileri öğrencilere aktarılacaktır. Bu doğrultuda ders, öğrencilerin hem kuramsal bilgi edinmelerini hem de günümüz iş dünyasında pazarlamanın teknolojik boyutunu kavramalarını hedeflemektedir.			
Ders İçerikleri: (Haftalık Ders Planı)				
Hafta	Konu	Hazırlık	Öğretim Yöntem ve Teknikleri	
1	Derse Başlangıç ve Tanışma	-	Tartışma	
2	Pazarlamaya Giriş	1. Hafta okuma listesi	Yansılı Düz Anlatım ve Tartışma	
3	Pazarlama Tanımının Zaman İçindeki Evrimi, Bilimsel Pazarlama Yönetimi ve Etik Pazarlama Kavramı	2. Hafta okuma listesi	Yansılı Düz Anlatım ve Tartışma	
4	Pazarlama Teorileri, Pazarlama Devrimi ve Pazarlamadaki Yeni Trendler	3. Hafta okuma listesi	Yansılı Düz Anlatım ve Tartışma	
5	Pazarlama: Bilimsel Bir Disiplin mi, Sanatsal Bir Uygulama mı?	Ders Kitabı Böl. 1,2,3	Yansılı Düz Anlatım ve Tartışma	
6	Pazarlama Teorileri ve ilgili makale çalışmaları (Sosyal Mübadele, Rasyonel Seçim ve Bekleyiş Teorisi)	Ders Kitabı Böl. 4,5,6	Yansılı Düz Anlatım ve Tartışma	
7	Pazarlama Teorileri ve ilgili makale	Ders Kitabı Böl. 7,8,9	Yansılı Düz Anlatım ve Tartışma	

	çalışmaları (Yeniliklerin yayılması, Atfetme, Eşitlik Teorisi)		
8	Ara Sınav		
9	Pazarlama Teorileri ve ilgili makale çalışmaları (Vekalet, Teknoloji Kabul Modeli, Sosyal Ağlar Teorisi ve Pazarlama Dönemleri)		
10	Pazarlama Teorileri ve ilgili makale çalışmaları (Bilişsel Uyumsuzluk, Kaynak Temelli Yaklaşım, Optimal Deneyimler Teorisi)	Ders Kitabı Böl. 10,11,12	Yansılı Düz Anlatım ve Tartışma
11	Pazarlama Teorileri ve ilgili makale çalışmaları (Bilişsel Uyumsuzluk, Kaynak Temelli Yaklaşım, Optimal Deneyimler Teorisi)	Ders Kitabı Böl. 13,14,15,16,17,18	Yansılı Düz Anlatım ve Tartışma
12	Pazarlama Teorileri ve ilgili makale çalışmaları (Rekabette Karşılaştırmalı Üstünlük, Beklenti, Gerekçeli Eylem Teorisi)	Ders Kitabı Böl. 19,20,21,22,23,24	Tartışma ve Yazma
13	Pazarlama Teorileri ve ilgili makale çalışmaları (Pazarlamada Dağıtım Kanalları Yönetimi, Planlı Davranış, Genişletilmiş Benlik Teorisi, Ürün Yaşam Döngüsü Teorisi)	İnternet, kitap, makale,dergi vs	Tartışma ve Yazma
14	Makale yazımı ve tartışma	İnternet, kitap, makale,dergi vs	Tartışma ve Yazma
15	Makale yazımı ve tartışma	İnternet, kitap, makale,dergi vs	Tartışma ve Yazma
16	Makale yazımı ve tartışma	İnternet, kitap, makale,dergi vs	Tartışma ve Yazma
17	Final Sınavı		

Ders İçin Kaynaklar

Ders Kitabı:	Marketing Theory a Student Text, Michael J.Baker and Michael Saren, 2010, SAGE Publication. Marketing Theory, Shelby D. Hunt, 2010, Routledge Taylor & Francis Group. Pazarlama Teorileri, Editor: Prof.Dr. Mehmet İsmail Yağcı ve Prof.Dr. Serap Çabuk, Mediacat yayıncılık.
---------------------	---

Dersin Ölçme ve Değerlendirmesi

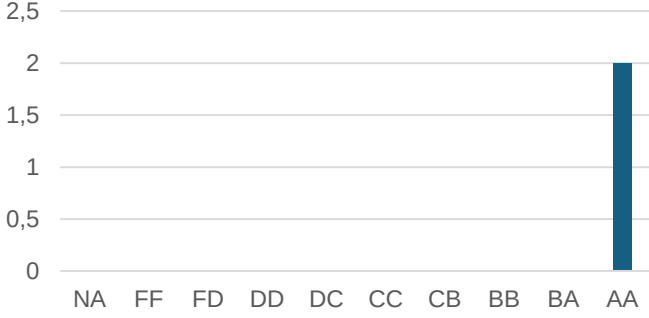
Etkinlikler	Sayı	Katkı	Notlar
Final (Araştırma Projesi)	1	%100	

AKTS Tablosu

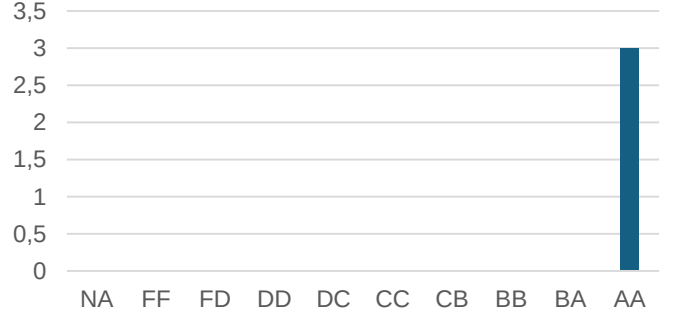
İçerik	Sayı	Saat	Toplam
Ders süresi	16	3	48
Sınıf Dışı Çalışma	16	5	80
Proje	3	20	60
Final	1	55	55
Toplam:			243
Toplam / 30:			243/30=8,1
AKTS Kredisi:			8

Geçmiş Dönem Başarıları

2023-2024 Güz Yarıyılı



2024-2025 Güz Yarıyılı

**MAN-637 Pazarlama Kuramı Ders İçerik Katoloğu****1.Hafta Okuma Listesi**

Çalışma Adı:	Can Marketing be a Science?
Yazarlar:	Robert Bartels
Çalışma Adı:	What Do You Care What Other People Think?
Yazarlar:	Richard. P.Feynman
Çalışma Adı:	Definition of Science
Yazarlar:	Robert B. Fischer
Çalışma Adı:	Marketing As a Science: An Appraisal
Yazarlar:	Kenneth D. Hutchinson

MAN-637 Pazarlama Kuramı Ders İçerik Katoloğu**2.Hafta Okuma Listesi**

Çalışma Adı:	The Myth of the Marketing Revolution
Yazarlar:	D. G. Brian Jones and Alan J. Richardson
Çalışma Adı:	Marketing Theory And Practise
Yazarlar:	Micheal J.Baker
Çalışma Adı:	The Identity Crisis in Marketing
Yazarlar:	Robert Bartels
Çalışma Adı:	New Trends in Marketing
Yazarlar:	Tantak N.N and Jayshree Chavan
Çalışma Adı:	A Generic Concept of Marketing
Yazarlar:	Philip Kotler
Çalışma Adı:	Pazarlama Teorisinin Felsefi Temelleri: Değişim mi İlişki mi?
Yazarlar:	Bayram Z.Erdoğan, Muhammet A.Tiltay and Halil S. Kimzan
Çalışma Adı:	The Marketing Revolution
Yazarlar:	Robert J.Keith
Çalışma Adı:	History of Marketing Thought
Yazarlar:	Eric H.Shaw and Robert D. Tamlia

MAN-637 Pazarlama Kuramı Ders İçerik Katoloğu	
3.Hafta Okuma Listesi	
Çalışma Adı:	The Marketing concept in the 21st century: A review of how Marketing has been defined since the 1960s
Yazarlar:	Jordan Gamble, Audrey Gilmore, Danielle McCartan-Quinn and Paula Durkan
Çalışma Adı:	Scientific marketing management and the emergence of the ethical marketing concept
Yazarlar:	Mark Tadajewski and D.G. Brian Jones

MAN-637 Pazarlama Kuramı Ders İçerik Katoloğu	
4.Hafta Okuma Listesi	
Çalışma Adı:	Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative
Yazarlar:	Philip Kotler
Çalışma Adı:	The General Theory of Marketing Ethics: A Revision and Three Questions
Yazarlar:	Shelby D. Hunt and Scott J. Vitell
Çalışma Adı:	Service-dominant logic: continuing the evolution
Yazarlar:	Stephen L. Vargo & Robert F. Lusch
Çalışma Adı:	On the intersection of marketing history and marketing theory
Yazarlar:	Shelby D. Hunt
Çalışma Adı:	Expanding our understanding of marketing in society
Yazarlar:	William L. Wilkie & Elizabeth S. Moore
Çalışma Adı:	The Service-Dominant Logic and the Future of Marketing
Yazarlar:	David Ballantyne and Richard J. Varey

MAN-637 Pazarlama Kuramı Ders İçerik Katoloğu	
5.Hafta Okuma Listesi	
Çalışma Adı:	Losing Consciousness: Automatic Influences on Consumer Judgment, Behavior, and Motivation
Yazarlar:	John A. Bargh
Çalışma Adı:	Fundamental motives: How evolutionary needs influence consumer behavior
Yazarlar:	Vladas Griskevicius and Douglas T. Kenrick
Çalışma Adı:	Chances, Trances and Lost of Slots: Gambling Motives and Consumption Experiences
Yazarlar:	June Cotte

MAN-637 Pazarlama Kuramı Ders İçerik Katoloğu	
6.Hafta Okuma Listesi	
Çalışma Adı:	Açık İnovasyon Ve Örneklerle Açık İnovasyonun Kullanımı
Yazarlar:	Şirin Gizem KÖSE
Çalışma Adı:	Surfing the New Wave of Open Innovation Research
Yazarlar:	Wim Vanhaverbeke, Henry Chesbrough, and Joel West
Çalışma Adı:	Değer İnovasyonu: İnovasyonla Değer Oluşturmak
Yazarlar:	Sema YİĞİT
Çalışma Adı:	İnovasyonda Sınırların Genişlemesi: Açık İnovasyon
Yazarlar:	Ramazan KAYNAK ve Mehmet Oğuz MADEN

7. Haftadan itibaren “Pazarlama Teorileri” kitabında yer alan 24 kuram incelenecektir.

***Editörler: Prof. Dr. Serap Çabuk, Yard. Doç. Dr. Mehmet İ. Yağcı MEDİACAT KİTAPLARI**