

**DERS İZLENESİ (SYLLABUS)**  
**İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi**

Dersin Kodu	Dersin Adı	Kredisi	AKTS Değeri	
MAN 331	MİGROS-Çağdaş Pazarlama Sorunları	(3-0-3)	6	
On koşul Dersler:	Yok			
Dersin Dili:	İngilizce	Ders İşleme Tarzı:	Yüz yüze	
Dersin Türü ve Düzeyi:	Zorunlu / Güz Dönemi / Lisans			
Dersin Öğretim Üyesinin Unvanı, Adı ve Soyadı	Ders Saati	Görüşme Saatleri	İletişim	
Dr. Öğr.Üyesi Duygu Gür	Çarşamba 13:25-15:45	Perşembe 10:00-12:00	duygugur@cag.edu.tr	
Dersin Koordinatörü:	Dr. Öğr.Üyesi Duygu Gür			
<b>Dersin Amacı:</b> Bu dersin amacı, öğrencilerin çağdaş pazarlama kavramlarını ve güncel pazarlama sorunlarını anlamalarını, teorik bilgileri gerçek iş dünyası uygulamalarıyla ilişkilendirmelerini sağlamaktır. Öğrenciler, dijital dönüşüm, tüketici davranışları, etik ve sürdürülebilirlik gibi güncel pazarlama dinamiklerini analiz ederek yenilikçi ve uygulanabilir çözümler geliştirme becerisi kazanacaklardır. Ayrıca saha çalışmaları, vaka analizleri ve misafir konuşmacılar aracılığıyla pazarlamanın iş hayatındaki uygulamalarını deneyimleyerek analitik düşünme, problem çözme, takım çalışması ve iletişim becerilerini geliştireceklerdir.				
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları</b>	Bu dersi başarıyla tamamlayan öğrenci;		<b>İlişkiler</b>	
			Program Çıktıları	Net Katkı
	1	Pazarlamanın temel kavramlarını ve güncel pazarlama sorunlarını açıklar ve örneklerle tartışır.	3,4&7	5&3&4
	2	Teorik bilgileri gerçek iş dünyası örnekleri ve vaka çalışmaları üzerinden uygular.	5&9	5&4
	3	Pazarlama sorunlarına yönelik analitik ve yaratıcı çözüm önerileri geliştirir	9&8	5&3
	4	Pazarlama stratejilerini yazılı raporlar ve sözlü sunumlarla etkili biçimde ifade eder	1&6	5&4
	5	Güncel bilişim teknolojilerini ve dijital araçları pazarlama kararlarında kullanır.	2&5	5&3
	6	Pazarlama kararlarında sosyal sorumluluk ve etik etik ikilemleri değerlendirir ve uygun kararlar verir.	4&7	5&3
	7	Takım çalışması ve liderlik becerileriyle takım projelerinde etkin rol alır, iş birliği yapar ve liderlik gösterir.	6&1	5&3
	8	Pazarlamanın diğer işletme fonksiyonlarıyla etkileşimini analiz eder ve bütünsel bakış açısı geliştirir.	7&8	5&4
9	Güncel gelişmeleri izleyerek yenilikçi pazarlama bakış açıları tasarlar.	9&2	5&3	
<b>Dersin İçeriği:</b>	Bu ders, çağdaş pazarlama sorunlarını teorik ve uygulamalı boyutlarıyla ele almaktadır. Ders kapsamında tüketici davranışları, dijital dönüşüm, hizmet ve deneyimsel pazarlama, fiyatlandırma stratejileri, sürdürülebilirlik ve etik konular gibi güncel başlıklar işlenecektir. Migros işbirliği ile saha ziyareti, misafir konuşmacılar ve vaka çalışmaları aracılığıyla öğrenciler, pazarlamanın gerçek iş dünyasındaki uygulamalarını gözlemleme ve çözüm geliştirme fırsatı bulacaktır. Böylece öğrenciler hem analitik hem de yaratıcı becerilerini geliştirerek pazarlama alanındaki sorunlara yenilikçi yaklaşımlar geliştireceklerdir.			

**Ders İçerikleri: (Haftalık Ders Planı)**

Hafta	Konu	Hazırlık	Öğretim Yöntem ve Teknikleri
1	Tanışma, derse ilişkin beklentilerin paylaşılması, dersin tanıtımı	Öğrencilerden ders beklentilerini ve kendilerini tanıtmaları	Anlatım, Buz kırıcı etkinlikler
2	Pazarlama: Müşteri Değeri ve Katılımı Yaratma	Kotler, Bölüm 1 okuma – “Pazarlama: Müşteri Değeri ve Katılım Yaratma”	Anlatım, güncel pazarlama sorunları hakkında beyin fırtınası
3	Şirket ve Pazarlama Stratejisi: Değer ve Müşteri İlişkileri	Kotler Bölüm 2, Kendi seçtiğiniz bir markanın vizyon ve misyonunu inceleyin; markanın müşterileri ilişkisini güçlü ya da zayıf kılan unsurları not edin. Ders öncesi Emirates Havayollarının(Bölüm 2 başında yer alan) müşteri odaklı pazarlama strateji leri vakasının okunması	Anlatım, ters yüz sınıf-Vaka analizi, sınıf içi tartışma
4	Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışları	Son yaptığınız bir alışverişi hatırlayın. Bu süreçte hangi faktörler (arkadaş, reklam, fiyat vb.) kararınızı etkiledi, 1 sayfa yazın.	Anlatım, mini araştırma& tüketici anketi oluşturma, oyunlaştırma (Migros müşterilerinin ihtiyaçlarını, alışkanlıklarını veya sorunlarını daha iyi anlamak için en yaratıcı ve uygulanabilir içgörüyü bulun) - En iyi tüketici içgörüsünü bulan ödülü
5	Misafir konuşmacı Markalaşma ve Ürün Stratejileri	“E-ticaretin yaygınlaşmasıyla Migros’un fiziksel mağazaları genç tüketiciler için nasıl cazip hale getirilebilir?” sorusuna öğrenciler gruplar halinde çalışarak, veri toplar, literatür tarar ve çözümlerini sunar.	Konuk konuşmacı (Migros) – Problem tabanlı öğrenme
6	Küresel Pazarlama Çevresi ve Çağdaş Dinamikler	Kotler, Bölüm 3, Uluslararası bir markayı seçin (ör. Starbucks, Tesla). Bu markayı Türkiye’de etkileyebilecek ekonomik, sosyal veya teknolojik bir faktörü yazın.	PESTEL analizi atölyesi, güncel haberlerden tartışma
7	Hizmet Pazarlaması ve Deneyimsel Pazarlama	Kotler, Bölüm 10 okuma	Hizmet hatası senaryosu, Müşteri yolculuğu haritası

8	Ara Sınav		
9	Ara Sınav		
10	Migros saha ziyareti		Alan Çalışması (Migros İşbirliği)
11	Fiyatlandırma Stratejileri ve Dijital Dönüşüm	Kotler, Bölüm 11 okuma	Dinamik fiyatlandırma örnekleri, sınıf tartışması
12	Dijital Pazarlama, Sosyal Medya ve Etik Sorunlar	Kotler, Bölüm 17, İşletmelerin dijital pazarlama stratejilerinin araştırılması,  Sosyal medyada tartışmalı bulduğunuz bir reklam bulun. Neden etik dışı olabileceğini düşündüğünüzü açıklayın.	Sosyal medya analizi, etik sorunlar paneli
13	Misafir konuşmacı Dağıtım Kanalları ve E-ticaret	<i>Migros mağazalarında gördüğünüz en yenilikçi uygulamaları not ediniz.</i>	Konuk oturum+ Soru-cevap
14	Entegre Pazarlama İletişimi (IMC) ve Reklam	Kotler, Bölüm 14–15, Televizyon, sosyal medya veya açık hava reklamlarından birini seçin. Mesajı ve hedef kitlesini tanımlayın.	Reklam kampanyası tasarımı, öğrenci sunumları
15	Sürdürülebilir Pazarlama ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk	Kotler, Bölüm 20, Çevre dostu ürün veya kampanya yapan bir markayı araştırın. Bu çalışmayı güçlü ve zayıf yönleriyle değerlendirin.	Yeşil pazarlama kampanyası tasarımı, ekran değerlendirmesi
16	Proje final rapor hazırlığı	Rapor taslağı hazırlanması	Sınıfı içi takım çalışmaları+ danışmanlık
17	Final Haftası	Final sunum hazırlığı	Öğrenci final sunumları, ekran değerlendirmesi, reflektif tartışma
18	Final Haftası	Rapor teslimi	

**Ders İçin Kaynaklar**
**Ders Kitabı:**

- 1) Contemporary Marketing (2016), by Louis E. Boone, David L. Kurtz, 17. E., Cengage
- 2) Principles of Marketing (2015), by Philip Kotler, Gary Armstrong, 17. E., Pearson

**Önerilen Kaynaklar:**
**Dersin Ölçme ve Değerlendirmesi**

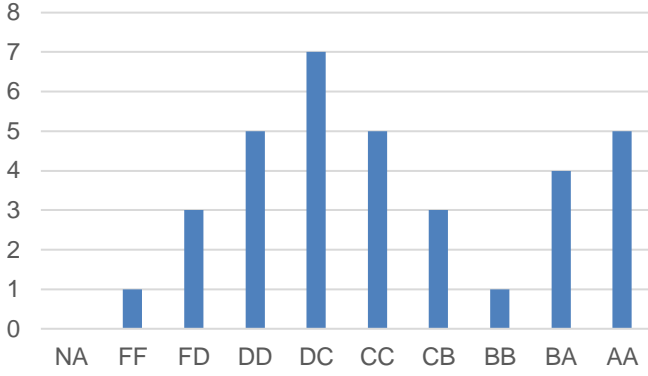
Etkinlikler	Sayı	Katkı	Notlar
Ara Sınav	1	%25	Yazılı sınav
Sunum	2	%10	Grup sunumu (" <i>E-ticaretin yaygınlaşmasıyla Migros'un fiziksel mağazaları genç tüketiciler için nasıl cazip hale getirilebilir?</i> " + " <i>Reklam Kampanyası Sunumu</i> ))
Vaka Çalışması	1	%10	Tüketici anketi + makale üzerine bireysel rapor
Migros Etkinliklerine Katılım	3	%5	Sınıf içi etkinliklere ve iş yeri gezisine aktif katılım
Final Projesi	1	%50	Proje sunum ve rapor teslimi

**AKTS Tablosu**

İçerik	Sayı	Saat	Toplam
Ders süresi	14	3	42
Sınıf Dışı Çalışma	14	3	42
Sunum	2	7	14
Vaka Çalışması	2	6	12
Migros Saha Gezisi	1	5	5
Migros Sınıf İçi Etkinlik Katılımı	3	3	9
Ara Sınav (Ara Sınav Süresi + Ara Sınav Hazırlığı)	1	21	21
Final Projesi (Final Proje hazırlığı + Final Proje sunum ve raporu)	1	35	35
<b>Toplam:</b>			180
<b>Toplam / 30:</b>			180 ÷ 30 ≈ 6,0 ≈ 6
<b>AKTS Kredisi:</b>			6

### Geçmiş Dönem Başarıları

2024-2025 Güz Yarıyılı  
MAN 331 Contemporary Marketing



2023-2024 Güz Yarıyılı  
MAN 331 Contemporary Marketing



2022-2023 Güz Dönemi  
MAN 331 Contemporary Marketing



### Markalı Ders Sertifika Alma Koşulları

Bu ders kapsamında aşağıdaki yükümlülükleri yerine getiren öğrencilere ayrıca sertifika verilecektir.

#### Sertifika koşulları:

- Devam Zorunluluğu:** Derslerin en az %80'ine katılım şarttır. (Migros ile ders içi etkinlikler ve saha ziyareti dahil olmak üzere).
- Başarı Notu:** Öğrencinin ders notunun BB (80/100) ve üzeri olması gerekmektedir

