

Yıl

| Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü / Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü / Yönetim Bilişim Sistemleri | | | | | | |
|--|--|--------|----------|-------------|-------------|------|
| Ders Kodu | Ders Adı | Teorik | Uygulama | Laboratuvar | Yerel Kredi | AKTS |
| YBS4258 | Hedef Pazar Planlama | 3,00 | 0,00 | 0,00 | 3,00 | 4,00 |
| Ders Detayı | | | | | | |
| Dersin Dili | : Türkçe | | | | | |
| Dersin Seviyesi | : Lisans | | | | | |
| Dersin Tipi | : Seçmeli | | | | | |
| Ön Koşullar | : Yok | | | | | |
| Dersin Amacı | : "Hedef Pazar Planlaması" dersinin amacı, öğrencilere pazarlama stratejileri ve hedef pazarlama konularında kapsamlı bir anlayış kazandırmak ve onları etkili pazarlama planları oluşturma becerileriyle donatmaktır. Bu ders, öğrencilerin hedef pazarın tanımını yapabilme, segmentasyon tekniklerini uygulayabilme, pazarlama stratejilerini belirleyebilme ve pazarlama iletişimi konularında bilgi sahibi olmalarını hedeflemektedir. Ayrıca, rekabet analizi, farklılaştırma stratejileri ve dijital pazarlama gibi konulara da odaklanarak öğrencilerin gerçek dünya senaryolarında hedef pazarlama planlarını uygulama yeteneklerini geliştirmeyi amaçlar. | | | | | |
| Dersin İçeriği | : "Hedef Pazar Planlaması" dersi, öğrencilere pazarlama stratejileri ve hedef pazarlama alanında geniş bir içerik sunmaktadır. Ders kapsamında, hedef pazarın tanımı ve önemi, pazar araştırması ve segmentasyon, hedef pazar belirleme ve profil oluşturma, pazarlama stratejileri ve pazarlama karması, pazarlama iletişimi ve marka yönetimi gibi konular ele alınmaktadır. Öğrenciler, pazarlama araçları ve dağıtım kanalları hakkında bilgi sahibi olacak, rekabet analizi ve farklılaştırma stratejileri üzerinde çalışacak, pazarlama planı oluşturma ve uygulama becerilerini geliştireceklerdir. Ayrıca, dijital pazarlama, uluslararası pazarlama, müşteri ilişkileri yönetimi ve pazarlama etiği gibi konulara da odaklanarak öğrencilerin hedef pazar planlaması alanında geniş bir perspektif kazanmalarını sağlamayı amaçlar. | | | | | |
| Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar | : PAZARLAMA YÖNETİMİ-Doç. Dr. Kahraman Arslan Detay Yayıncılık. | | | | | |
| Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri | : Düz Anlatım, Sunum ve Tartışma | | | | | |
| Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar | : Dersi seçen öğrenci pazarlama alanı ile ilgili temel bilgilere sahip olmalıdır. | | | | | |
| Dersi Veren Öğretim Elemanları | : Prof. Dr. Özer Yılmaz | | | | | |
| Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları | : Bulunmamaktadır | | | | | |
| Dersin Verilişi | : Yüz Yüze | | | | | |
| En Son Güncelleme Tarihi | : 17.02.2026 21:36:10 | | | | | |
| Dosya İndirilme Tarihi | : 23.03.2026 | | | | | |

| Ders Öğrenme Çıktıları |
|---|
| Bu dersi tamamladığında öğrenci : |
| 1 Öğrenci, pazarlama stratejileri ve hedef pazarlama kavramlarını anlayarak etkili pazarlama planları oluşturabilir |
| 2 Öğrenci, pazar araştırması yaparak hedef pazarı tanımlayabilir ve segmentasyon tekniklerini uygulayabilir. |
| 3 Öğrenci, pazarlama iletişimi stratejileri ve marka yönetimi prensiplerini kullanarak etkili pazarlama iletişimi sağlayabilir |
| 4 Öğrenci, rekabet analizi yaparak farklılaştırma stratejileri geliştirebilir ve dijital pazarlama araçlarını kullanarak hedef pazarlama planlarını uygulayabilir |
| 5 Öğrenciler pazarlama ile ilgili araştırma yaparak, hedef pazar seçim stratejisi kurgulayabilir |

| Ön / Yan Koşullar | | | | | | |
|-------------------|----------|-------|--------|----------|-------------|------------------|
| Ders Kodu | Ders Adı | Koşul | Teorik | Uygulama | Laboratuvar | Yerel Kredi AKTS |

| Haftalık Konular ve Hazırlıklar | | | | | | |
|---------------------------------|---|----------|-------------|--------------------|-------------------|--------------------------|
| | Teorik | Uygulama | Laboratuvar | Hazırlık Bilgileri | Öğretim Metodları | Dersin Öğrenme Çıktıları |
| 1.Hafta | *Hedef pazarın tanımı, önemi ve pazarlama stratejileri ile ilişkisi üzerine genel bir anlatım *Hedef pazarın tanımı, önemi ve pazarlama stratejileri ile ilişkisi üzerine genel bir anlatım *Hedef pazarın tanımı, önemi ve pazarlama stratejileri ile ilişkisi üzerine genel bir anlatım | | | | *Düz Anlatım | Ö.Ç.1 |

| | Teorik | Uygulama | Laboratuvar | Hazırlık Bilgileri | Öğretim Metodları | Dersin Öğrenme Çıktıları |
|---------|---|-----------------|--------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| 2.Hafta | <p>*Pazar araştırması yöntemleri ve segmentasyon teknikleri üzerinde çalışma</p> <p>*Pazar araştırması yöntemleri ve segmentasyon teknikleri üzerinde çalışma</p> <p>*Pazar araştırması yöntemleri ve segmentasyon teknikleri üzerinde çalışma</p> <p>*Pazar araştırması yöntemleri ve segmentasyon teknikleri üzerinde çalışma</p> <p>*Pazar araştırması yöntemleri ve segmentasyon teknikleri üzerinde çalışma</p> <p>*Pazar araştırması yöntemleri ve segmentasyon teknikleri üzerinde çalışma</p> <p>*Pazar araştırması yöntemleri ve segmentasyon teknikleri üzerinde çalışma</p> <p>*Pazar araştırması yöntemleri ve segmentasyon teknikleri üzerinde çalışma</p> | | | | *Düz Anlatım | Ö.Ç.1 |
| 3.Hafta | <p>*Hedef pazarın belirlenmesi, hedef kitle profilinin oluşturulması ve müşteri segmentlerinin analizi üzerinde odaklanma</p> <p>*Hedef pazarın belirlenmesi, hedef kitle profilinin oluşturulması ve müşteri segmentlerinin analizi üzerinde odaklanma</p> <p>*Hedef pazarın belirlenmesi, hedef kitle profilinin oluşturulması ve müşteri segmentlerinin analizi üzerinde odaklanma</p> <p>*Hedef pazarın belirlenmesi, hedef kitle profilinin oluşturulması ve müşteri segmentlerinin analizi üzerinde odaklanma</p> <p>*Hedef pazarın belirlenmesi, hedef kitle profilinin oluşturulması ve müşteri segmentlerinin analizi üzerinde odaklanma</p> <p>*Hedef pazarın belirlenmesi, hedef kitle profilinin oluşturulması ve müşteri segmentlerinin analizi üzerinde odaklanma</p> <p>*Hedef pazarın belirlenmesi, hedef kitle profilinin oluşturulması ve müşteri segmentlerinin analizi üzerinde odaklanma</p> <p>*Hedef pazarın belirlenmesi, hedef kitle profilinin oluşturulması ve müşteri segmentlerinin analizi üzerinde odaklanma</p> | | | | *Düz Anlatım | Ö.Ç.1 |
| 4.Hafta | <p>*Hedef pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve pazarlama karması unsurları üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve pazarlama karması unsurları üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve pazarlama karması unsurları üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve pazarlama karması unsurları üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve pazarlama karması unsurları üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve pazarlama karması unsurları üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve pazarlama karması unsurları üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve pazarlama karması unsurları üzerinde çalışma</p> | | | | *Düz Anlatım | Ö.Ç.1 |

| | Teorik | Uygulama | Laboratuvar | Hazırlık Bilgileri | Öğretim Metodları | Dersin Öğrenme Çıktıları |
|---------|---|----------|-------------|--------------------|-------------------|--------------------------|
| 5.Hafta | <p>*Pazarlama iletişimi stratejileri, marka yönetimi ve marka bilinirliği üzerinde odaklanma</p> <p>*Pazarlama iletişimi stratejileri, marka yönetimi ve marka bilinirliği üzerinde odaklanma</p> <p>*Pazarlama iletişimi stratejileri, marka yönetimi ve marka bilinirliği üzerinde odaklanma</p> <p>*Pazarlama iletişimi stratejileri, marka yönetimi ve marka bilinirliği üzerinde odaklanma</p> <p>*Pazarlama iletişimi stratejileri, marka yönetimi ve marka bilinirliği üzerinde odaklanma</p> <p>*Pazarlama iletişimi stratejileri, marka yönetimi ve marka bilinirliği üzerinde odaklanma</p> <p>*Pazarlama iletişimi stratejileri, marka yönetimi ve marka bilinirliği üzerinde odaklanma</p> <p>*Pazarlama iletişimi stratejileri, marka yönetimi ve marka bilinirliği üzerinde odaklanma</p> | | | | *Düz Anlatım | Ö.Ç.1 |
| 6.Hafta | <p>*Pazarlama araçları ve dağıtım kanalları üzerinde çalışma</p> <p>*Pazarlama araçları ve dağıtım kanalları üzerinde çalışma</p> <p>*Pazarlama araçları ve dağıtım kanalları üzerinde çalışma</p> <p>*Pazarlama araçları ve dağıtım kanalları üzerinde çalışma</p> <p>*Pazarlama araçları ve dağıtım kanalları üzerinde çalışma</p> <p>*Pazarlama araçları ve dağıtım kanalları üzerinde çalışma</p> <p>*Pazarlama araçları ve dağıtım kanalları üzerinde çalışma</p> <p>*Pazarlama araçları ve dağıtım kanalları üzerinde çalışma</p> | | | | *Düz Anlatım | Ö.Ç.1 |
| 7.Hafta | <p>*Rekabet analizi, farklılaştırma stratejileri ve rekabet avantajı üzerine odaklanma</p> <p>*Rekabet analizi, farklılaştırma stratejileri ve rekabet avantajı üzerine odaklanma</p> <p>*Rekabet analizi, farklılaştırma stratejileri ve rekabet avantajı üzerine odaklanma</p> <p>*Rekabet analizi, farklılaştırma stratejileri ve rekabet avantajı üzerine odaklanma</p> <p>*Rekabet analizi, farklılaştırma stratejileri ve rekabet avantajı üzerine odaklanma</p> <p>*Rekabet analizi, farklılaştırma stratejileri ve rekabet avantajı üzerine odaklanma</p> <p>*Rekabet analizi, farklılaştırma stratejileri ve rekabet avantajı üzerine odaklanma</p> <p>*Rekabet analizi, farklılaştırma stratejileri ve rekabet avantajı üzerine odaklanma</p> | | | | *Düz Anlatım | Ö.Ç.1 |
| 8.Hafta | <p>*Ara Sınav Hazırlık</p> <p>*Vize Sınavı</p> <p>*Vize Sınavı</p> <p>*Vize Sınavı</p> <p>*Vize Sınavı</p> <p>*Vize Sınavı</p> <p>*Vize Sınavı</p> | | | | *Düz Anlatım | Ö.Ç.1 |

| | Teorik | Uygulama | Laboratuvar | Hazırlık Bilgileri | Öğretim Metodları | Dersin Öğrenme Çıktıları |
|----------|---|----------|-------------|--------------------|-------------------|--------------------------|
| 9.Hafta | <p>*Hedef pazarlama planının oluşturulması, hedeflerin belirlenmesi ve pazarlama stratejilerinin entegrasyonu üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama planının oluşturulması, hedeflerin belirlenmesi ve pazarlama stratejilerinin entegrasyonu üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama planının oluşturulması, hedeflerin belirlenmesi ve pazarlama stratejilerinin entegrasyonu üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama planının oluşturulması, hedeflerin belirlenmesi ve pazarlama stratejilerinin entegrasyonu üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama planının oluşturulması, hedeflerin belirlenmesi ve pazarlama stratejilerinin entegrasyonu üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama planının oluşturulması, hedeflerin belirlenmesi ve pazarlama stratejilerinin entegrasyonu üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama planının oluşturulması, hedeflerin belirlenmesi ve pazarlama stratejilerinin entegrasyonu üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama planının oluşturulması, hedeflerin belirlenmesi ve pazarlama stratejilerinin entegrasyonu üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama planının oluşturulması, hedeflerin belirlenmesi ve pazarlama stratejilerinin entegrasyonu üzerinde çalışma</p> <p>*Hedef pazarlama planının oluşturulması, hedeflerin belirlenmesi ve pazarlama stratejilerinin entegrasyonu üzerinde çalışma</p> | | | | *Düz Anlatım | Ö.Ç.1 |
| 10.Hafta | <p>*Dijital pazarlama kavramı, sosyal medya stratejileri ve dijital pazarlama araçları üzerinde odaklanma</p> <p>*Dijital pazarlama kavramı, sosyal medya stratejileri ve dijital pazarlama araçları üzerinde odaklanma</p> <p>*Dijital pazarlama kavramı, sosyal medya stratejileri ve dijital pazarlama araçları üzerinde odaklanma</p> <p>*Dijital pazarlama kavramı, sosyal medya stratejileri ve dijital pazarlama araçları üzerinde odaklanma</p> <p>*Dijital pazarlama kavramı, sosyal medya stratejileri ve dijital pazarlama araçları üzerinde odaklanma</p> <p>*Dijital pazarlama kavramı, sosyal medya stratejileri ve dijital pazarlama araçları üzerinde odaklanma</p> <p>*Dijital pazarlama kavramı, sosyal medya stratejileri ve dijital pazarlama araçları üzerinde odaklanma</p> <p>*Dijital pazarlama kavramı, sosyal medya stratejileri ve dijital pazarlama araçları üzerinde odaklanma</p> <p>*Dijital pazarlama kavramı, sosyal medya stratejileri ve dijital pazarlama araçları üzerinde odaklanma</p> <p>*Dijital pazarlama kavramı, sosyal medya stratejileri ve dijital pazarlama araçları üzerinde odaklanma</p> | | | | *Düz Anlatım | Ö.Ç.1 |
| 11.Hafta | <p>*Yeni pazarlara açılma stratejileri, küresel pazarlama ve uluslararası pazarlama üzerine çalışma</p> <p>*Yeni pazarlara açılma stratejileri, küresel pazarlama ve uluslararası pazarlama üzerine çalışma</p> <p>*Yeni pazarlara açılma stratejileri, küresel pazarlama ve uluslararası pazarlama üzerine çalışma</p> <p>*Yeni pazarlara açılma stratejileri, küresel pazarlama ve uluslararası pazarlama üzerine çalışma</p> <p>*Yeni pazarlara açılma stratejileri, küresel pazarlama ve uluslararası pazarlama üzerine çalışma</p> <p>*Yeni pazarlara açılma stratejileri, küresel pazarlama ve uluslararası pazarlama üzerine çalışma</p> <p>*Yeni pazarlara açılma stratejileri, küresel pazarlama ve uluslararası pazarlama üzerine çalışma</p> <p>*Yeni pazarlara açılma stratejileri, küresel pazarlama ve uluslararası pazarlama üzerine çalışma</p> <p>*Yeni pazarlara açılma stratejileri, küresel pazarlama ve uluslararası pazarlama üzerine çalışma</p> <p>*Yeni pazarlara açılma stratejileri, küresel pazarlama ve uluslararası pazarlama üzerine çalışma</p> | | | | *Düz Anlatım | Ö.Ç.1 |

| | Teorik | Uygulama | Laboratuvar | Hazırlık Bilgileri | Öğretim Metodları | Dersin Öğrenme Çıktıları |
|----------|--|----------|-------------|--------------------|-------------------|--------------------------|
| 12.Hafta | *Müşteri ilişkileri yönetimi prensipleri, müşteri sadakati ve CRM (Customer Relationship Management) üzerine odaklanma *Müşteri ilişkileri yönetimi prensipleri, müşteri sadakati ve CRM (Customer Relationship Management) üzerine odaklanma *Müşteri ilişkileri yönetimi prensipleri, müşteri sadakati ve CRM (Customer Relationship Management) üzerine odaklanma *Müşteri ilişkileri yönetimi prensipleri, müşteri sadakati ve CRM (Customer Relationship Management) üzerine odaklanma *Müşteri ilişkileri yönetimi prensipleri, müşteri sadakati ve CRM (Customer Relationship Management) üzerine odaklanma *Müşteri ilişkileri yönetimi prensipleri, müşteri sadakati ve CRM (Customer Relationship Management) üzerine odaklanma *Müşteri ilişkileri yönetimi prensipleri, müşteri sadakati ve CRM (Customer Relationship Management) üzerine odaklanma *Müşteri ilişkileri yönetimi prensipleri, müşteri sadakati ve CRM (Customer Relationship Management) üzerine odaklanma *Müşteri ilişkileri yönetimi prensipleri, müşteri sadakati ve CRM (Customer Relationship Management) üzerine odaklanma *Müşteri ilişkileri yönetimi prensipleri, müşteri sadakati ve CRM (Customer Relationship Management) üzerine odaklanma | | | | *Düz Anlatım | Ö.Ç.1 |
| 13.Hafta | *Öğrenci Sunumları-1 *Pazarlama etiği, sürdürülebilirlik ve toplumsal sorumluluk konuları üzerinde çalışma *Pazarlama etiği, sürdürülebilirlik ve toplumsal sorumluluk konuları üzerinde çalışma *Pazarlama etiği, sürdürülebilirlik ve toplumsal sorumluluk konuları üzerinde çalışma *Pazarlama etiği, sürdürülebilirlik ve toplumsal sorumluluk konuları üzerinde çalışma *Pazarlama etiği, sürdürülebilirlik ve toplumsal sorumluluk konuları üzerinde çalışma *Pazarlama etiği, sürdürülebilirlik ve toplumsal sorumluluk konuları üzerinde çalışma *Pazarlama etiği, sürdürülebilirlik ve toplumsal sorumluluk konuları üzerinde çalışma *Pazarlama etiği, sürdürülebilirlik ve toplumsal sorumluluk konuları üzerinde çalışma | | | | *Düz Anlatım | Ö.Ç.1 |
| 14.Hafta | *Öğrenci Sunumları-2 *Yaratıcı pazarlama stratejileri, inovasyon ve yeni ürün geliştirme üzerinde odaklanma *Yaratıcı pazarlama stratejileri, inovasyon ve yeni ürün geliştirme üzerinde odaklanma *Yaratıcı pazarlama stratejileri, inovasyon ve yeni ürün geliştirme üzerinde odaklanma *Yaratıcı pazarlama stratejileri, inovasyon ve yeni ürün geliştirme üzerinde odaklanma *Yaratıcı pazarlama stratejileri, inovasyon ve yeni ürün geliştirme üzerinde odaklanma *Yaratıcı pazarlama stratejileri, inovasyon ve yeni ürün geliştirme üzerinde odaklanma *Yaratıcı pazarlama stratejileri, inovasyon ve yeni ürün geliştirme üzerinde odaklanma *Yaratıcı pazarlama stratejileri, inovasyon ve yeni ürün geliştirme üzerinde odaklanma | | | | *Düz Anlatım | Ö.Ç.1 |

| |
|-----------------------------|
| Değerlendirme Sistemi % |
| 1 Vize : 20,000 |
| 6 Final : 60,000 |
| 7 Araştırma Sunumu : 20,000 |

| AKTS İş Yükü | | | |
|------------------------------|------|--------------|----------------|
| Aktiviteler | Sayı | Süresi(Saat) | Toplam İş Yükü |
| Vize | 1 | 2,00 | 2,00 |
| Proje | 1 | 10,00 | 10,00 |
| Final | 1 | 2,00 | 2,00 |
| Ders Öncesi Bireysel Çalışma | 14 | 2,00 | 28,00 |

