

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 YÖNETİM-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	: 29.07.2025 15:47:35					
Dosya İndirilme Tarihi	: 17.11.2025					

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 pazar 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				*Düz Anlatım	Ö.Ç.2 Ö.Ç.1
2.Hafta	*Pazar araştırması yöntemleri ve segmentasyon teknikleri üzerinde çalışma				*Düz Anlatım	Ö.Ç.1
3.Hafta	*Hedef pazarın belirlenmesi, hedef kitle profilinin oluşturulması ve müşteri segmentlerinin analizi üzerinde odaklanma				*Düz Anlatım	Ö.Ç.1
4.Hafta	*Hedef pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve pazarlama karması unsurları üzerinde çalışma				*Düz Anlatım	Ö.Ç.1
5.Hafta	*Pazarlama iletişimi stratejileri, marka yönetimi ve marka bilinirliği üzerinde odaklanma				*Düz Anlatım	Ö.Ç.1
6.Hafta	*Pazarlama araçları ve dağıtım kanalları üzerinde çalışma				*Düz Anlatım	Ö.Ç.1
7.Hafta	*Rekabet analizi, farklılaştırma stratejileri ve rekabet avantajı üzerine odaklanma				*Düz Anlatım	Ö.Ç.1
8.Hafta	*Ara Sınav Hazırlık				*Düz Anlatım	Ö.Ç.1
9.Hafta	*Hedef pazarlama planının oluşturulması, hedeflerin belirlenmesi ve pazarlama stratejilerinin entegrasyonu üzerinde çalışma				*Düz Anlatım	Ö.Ç.1
10.Hafta	*Dijital pazarlama kavramı, sosyal medya stratejileri ve dijital pazarlama araçları üzerinde odaklanma				*Düz Anlatım	Ö.Ç.1
11.Hafta	*Yeni pazarlara açılma stratejileri, küresel pazarlama ve uluslararası pazarlama üzerine çalışma				*Düz Anlatım	Ö.Ç.1
12.Hafta	*Müşteri ilişkileri yönetimi prensipleri, müşteri sadakati ve CRM (Customer Relationship Management) üzerine odaklanma				*Düz Anlatım	Ö.Ç.1
13.Hafta	*Öğrenci Sunumları-1				*Düz Anlatım	Ö.Ç.1
14.Hafta	*Öğrenci Sunumları-2				*Düz Anlatım	Ö.Ç.1

Değerlendirme Sistemi %
1 Vize : 30,000
6 Final : 60,000
7 Araştırma Sunumu 2 : 10,000

AKTS İş Yüğü			
Aktiviteler	Sayı	Süresi(Saat)	Toplam İş Yüğü
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	3,00	42,00
Ödev	1	10,00	10,00
Ara Sınav Hazırlık	1	10,00	10,00
Araştırma Sunumu	1	3,00	3,00
Final Sınavı Hazırlık	1	10,00	10,00
Teorik Ders Anlatım	14	3,00	42,00
Toplam : 117,00			
Toplam İş Yüğü / 30 (Saat) : 4			
AKTS : 4,00			

Program Öğrenme Çıktısı İlişkisi														
	P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14
Ö.Ç. 1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4	4	0	3	0
Ö.Ç. 2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4	4	0	3	0
Ö.Ç. 3	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4	4	0	3	0
Ö.Ç. 4	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4	4	0	3	0
Ö.Ç. 5	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4	4	0	3	0
Ortalama	0,00	0,00	0,00	0,00	0	0	0,60	0	2,80	1,20	0	0	1,60	0

Ders/Program Çıktıları İlişkisi													
P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14
0	0	0	0	0	0	0	1	0	4	4	0	3	0