

Genel Bilgiler

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 Öğretim 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 Elemanı Yardımcıları

Bulunmamaktadır

Dersin Verilişi

Yüz Yüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Doç. Dr. Özer Yılmaz

Program Çıktısı

- Öğrenci, pazarlama stratejileri ve hedef pazarlama kavramlarını anlayarak etkili pazarlama planları oluşturabilir
- Öğrenci, pazar araştırması yaparak hedef pazarı tanımlayabilir ve segmentasyon tekniklerini uygulayabilir.
- Öğrenci, pazarlama iletişimi stratejileri ve marka yönetimi prensiplerini kullanarak etkili pazarlama iletişimi sağlayabilir
- Öğrenci, rekabet analizi yaparak farklılaştırma stratejileri geliştirebilir ve dijital pazarlama araçlarını kullanarak hedef pazarlama planlarını uygulayabilir
- Öğrenciler pazarlama ile ilgili araştırma yaparak, hedef pazar seçim stratejisi kurgulayabilir

Hazırlık	Öğretim		
Sıra Bilgileri	Laboratuvar	Metodları	Teorik
Uygulama			
1		Düz Anlatım	Hedef pazarın tanımı, önemi ve pazarlama stratejileri ile ilişkisi üzerine genel bir anlatım
2		Düz Anlatım	Pazar araştırması yöntemleri ve segmentasyon teknikleri üzerinde çalışma
3		Düz Anlatım	Hedef pazarın belirlenmesi, hedef kitle profiline oluşturulması ve müşteri segmentlerinin analizi üzerinde odaklanma
4		Düz Anlatım	Hedef pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve pazarlama karması unsurları üzerinde çalışma
5		Düz Anlatım	Pazarlama iletişimi stratejileri, marka yönetimi ve marka bilinirliği üzerinde odaklanma
6		Düz Anlatım	Pazarlama araçları ve dağıtım kanalları üzerinde çalışma
7		Düz Anlatım	Rekabet analizi, farklılaştırma stratejileri ve rekabet avantajı üzerine odaklanma
8		Düz Anlatım	Ara Sınav Hazırlık
9		Düz Anlatım	Hedef pazarlama planının oluşturulması, hedeflerin belirlenmesi ve pazarlama stratejilerinin entegrasyonu üzerinde çalışma
10		Düz Anlatım	Dijital pazarlama kavramı, sosyal medya stratejileri ve dijital pazarlama araçları üzerinde odaklanma
11		Düz Anlatım	Yeni pazarlara açılma stratejileri, küresel pazarlama ve uluslararası pazarlama üzerine çalışma
12		Düz Anlatım	Müşteri ilişkileri yönetimi prensipleri, müşteri sadakati ve CRM (Customer Relationship Management) üzerine odaklanma
13		Düz Anlatım	Öğrenci Sunumları-1
14		Düz Anlatım	Öğrenci Sunumları-2

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	3,00
Ödev	1	10,00
Ara Sınav Hazırlık	1	10,00
Araştırma Sunumu	1	3,00
Final Sınavı Hazırlık	1	10,00
Teorik Ders Anlatım	14	3,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Vize	30,00
Final	60,00
Araştırma Sunumu 2	10,00

	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														
Ö.Ç. 2														
Ö.Ç. 3														
Ö.Ç. 4														
Ö.Ç. 5														

Tablo :

P.Ç. 1 :	Öğrenciler temel bilgisayar bilimi kavramlarını anlar, bilgisayar donanımı ve yazılımı hakkında bilgi sahibi olur ve temel ağ teknolojileri ile iletişim protokollerini kavrayarak bu alanlarda yetkinlik kazanır.
P.Ç. 2 :	Bilgi güvenliği tehditlerini tanıma ve risk değerlendirme becerisi kazandırılan öğrenciler, güvenlik politikaları ve standartlarına uygun önlemler almayı öğrenir ve kritik altyapıların korunması ile sızma testi tekniklerini uygular.
P.Ç. 3 :	Veritabanı tasarlama, uygulama ve yönetim becerileri geliştiren öğrenciler, ilişkisel veritabanı yönetim sistemlerini etkin bir şekilde kullanmayı öğrenir ve veri modelleme tekniklerini anlama ve uygulama yetkinliği kazanır.
P.Ç. 4 :	Programlama dillerini ve teknolojilerini kullanarak yazılım geliştirme becerisi kazanan öğrenciler, yazılım yaşam döngüsü süreçlerini anlamayı ve uygulamayı öğrenir ve yazılım kalitesi ile test süreçlerini kavrar.
P.Ç. 5 :	İngilizce iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanan öğrenciler, yönetim, bilişim ve organizasyon alanlarında profesyonel düzeyde iletişim kurar.
P.Ç. 6 :	Veri analitiği ve veri madenciliği tekniklerini öğrenen öğrenciler, veri teknolojilerini kullanarak analiz ve keşif yapar, iş zekası araçlarını etkin bir şekilde kullanarak veri odaklı kararlar alır ve uzman sistemleri kavrayarak tasarlayabilir.
P.Ç. 7 :	Öğrenciler bilgi ve sonuçları yazılı ve sözlü olarak etkili bir şekilde sunmayı öğrenir, bilgi teknolojileri çözümlerini teknik ve teknik olmayan kitlelere iletme becerisi geliştirir ve karar alıcılarla etkili bir iletişim kurar.
P.Ç. 8 :	Proje yönetimi prensiplerini anlama ve uygulama becerisi kazanan öğrenciler, iş süreçlerini analiz ederek iyileştirme tekniklerini uygular ve proje ekiplerini yöneterek iletişim becerilerini geliştirir.
P.Ç. 9 :	Liderlik ve yönetim becerileri kazanan öğrenciler, işletme fonksiyonları ile ilgili bilgi sahibi olur, ekip içi iletişim ve işbirliği yeteneklerini geliştirir ve karar verme süreçlerini etkili bir şekilde yönetir.
P.Ç. 10 :	Girişimcilik ve inovasyon konularında bilgi sahibi olan öğrenciler, yeni iş fikirleri geliştirerek bilgi teknolojileri alanında yenilikçi projeler ortaya koyar ve girişimcilik ekosistemine katkıda bulunur.
P.Ç. 11 :	Bilgi teknolojilerinin etik kullanımına yönelik farkındalık kazanan öğrenciler, sosyal sorumluluk bilinciyle hareket eder ve bilişim sistemlerinde etik karar alma süreçlerine katkı sağlar.
P.Ç. 12 :	Sürekli öğrenme yaklaşımını benimseyen öğrenciler, bilişim ve yönetim alanındaki yeni trendleri ve teknolojileri takip eder ve bu yenilikleri uygulamaya geçirir.
P.Ç. 13 :	Küresel ve yerel iş dinamiklerini analiz eden öğrenciler, rekabetçi ve yenilikçi stratejiler geliştirerek bulunduğu organizasyonda fark yaratır.
P.Ç. 14 :	E-ticaret platformlarının tasarımı, geliştirilmesi ve yönetimi konularında bilgi sahibi olan öğrenciler, dijital iş modellerini etkin bir şekilde uygular.
Ö.Ç. 1 :	Öğrenci, pazarlama stratejileri ve hedef pazarlama kavramlarını anlayarak etkili pazarlama planları oluşturabilir
Ö.Ç. 2 :	Öğrenci, pazar araştırması yaparak hedef pazarı tanımlayabilir ve segmentasyon tekniklerini uygulayabilir.
Ö.Ç. 3 :	Öğrenci, pazarlama iletişimi stratejileri ve marka yönetimi prensiplerini kullanarak etkili pazarlama iletişimi sağlayabilir
Ö.Ç. 4 :	Öğrenci, rekabet analizi yaparak farklılaştırma stratejileri geliştirebilir ve dijital pazarlama araçlarını kullanarak hedef pazarlama planlarını uygulayabilir
Ö.Ç. 5 :	Öğrenciler pazarlama ile ilgili araştırma yaparak, hedef pazar seçim stratejisi kurgulayabilir