

OSTİM TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GİRİŞİMCİLİK YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
DERS İZLENCE FORMU

GRS 501 GİRİŞİMSSEL PAZARLAMA							
Dersin Adı	Ders Kodu	Dönemi	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Kredi	AKTS
Girişimsel Pazarlama	GRS 581	1	3	0	0	3	7,5

Dersin Dili	Türkçe
Ders Durumu	Zorunlu
Ders Seviyesi	Yüksek Lisans
Derste Kullanılacak Öğrenme ve Öğretme Teknikleri	Anlatım, Tartışma, Odev, Seminer, Örnek Olay, Vaka Analizi, Proje

Dersin Amacı

Bu dersin amacı pazarlamanın temel ilkelerini, dijital pazarlama süreçlerini ve girişimcilik odaklı güncel pazarlama yaklaşımlarını öğrencilere aktarmaktır.

Öğrenme Kazanımları

Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler;

- Girişimcilik ve pazarlama konusunda literatürdeki temel kavramlara hâkim olacak,
- Başarılı pazarlama uygulamalarının özelliklerini keşfedecek ve yaptıkları hataları bilecek,
- Ürünün sunumu konusunda görsel iletişim materyalleri geliştirebilecektir.

Dersin İçeriği

Ders kapsamında öğrencilere pazar yapılarını analiz etme, hedef kitle belirleme, müşteri odaklı ürün geliştirme, fiyatlandırma ve dağıtım stratejileri oluşturmaya yönelik teorik ve uygulamaya dönük yöntemler aktarılmaktadır. Girişimcilerin iş fikirlerini başarılı bir şekilde hedef kitleye sunmasına yönelik görsel iletişim tasarımı süreçleri uygulamalı olarak derste işlenmektedir. Güncel pazarlama yaklaşımları ve dijital pazarlama süreçleri derste incelenmektedir.

Haftalık Konular ve İlgili Ön Hazırlık Çalışmaları		
Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1-2	Tanışma, dersin tanıtımı Pazarlamaya Giriş	<ul style="list-style-type: none"> • Tanışma • Dersin İşleniş Şekli • Ders İzlenesinin Paylaşımı ve Açıklanması • Pazar tanımı • Endüstriyel ve tüketici pazarı ayrımı • Pazar Bölümleme • Pazar Bölümleme Stratejileri
3	Pazarlamanın evrimsel süreci ve temel ilkeleri	<ul style="list-style-type: none"> • Pazarlamanın evrimsel süreci • Pazarlama tanımındaki değişiklikler • 4P kapsamı ve özellikleri • Malın boyutları
4	Görsel İletişim Tasarımı	<ul style="list-style-type: none"> • İletişim kavramı • Bütünleşik pazarlama iletişim kavramı • İletişim stratejisi belirleme • AIDA modeli
5	Görsel İletişim Tasarımı Temel Kavramları	<ul style="list-style-type: none"> • Kullanılan programlar • Lisanslama ve etik • Dekupe, degrade, renk kodu, renk modu kavramları
6	Pazarlamaya Yönelik İçerik Geliştirme	<ul style="list-style-type: none"> • Adobe CC lisansı • Photoshop programı kurulumu • Photoshop dosya açma ve kaydetme işlemleri • Photoshop temel araçları
7	Ara Sınav	
8	Pazarlamaya Yönelik İçerik Geliştirme	<ul style="list-style-type: none"> • Dekupe işlemleri • Işık işlemleri • Font işlemleri
9	Marka Yönetimi	<ul style="list-style-type: none"> • Marka kavramı • Marka tescil süreçleri • Domain tescil süreçleri • Ambalaj çalışmaları
10	Pazar ve Rakip analizi	<ul style="list-style-type: none"> • Strateji tuvali • Algı haritası • Google Trends
11	Dijital Pazarlama	<ul style="list-style-type: none"> • SEO & SEM • E-mail pazarlama
12	Dijital Pazarlama	<ul style="list-style-type: none"> • Influencer pazarlama • Sosyal medya pazarlaması
13	Müşteri İlişkileri Yönetimi	<ul style="list-style-type: none"> • Müşteri ilişkileri yönetimi kavramı • Müşteri ilişkileri yönetiminin amaçları • Şikâyet yönetimi
14	Sosyal Medya Yönetimi	<ul style="list-style-type: none"> • Planlı paylaşımlar • Sponsorlu içerikler • İşletme hesapları

15	Sosyal Medya Yönetimi	<ul style="list-style-type: none"> • Faturalandırma • İçerik yönetimi • Veri analitiği
16	Final Sınavı	

Ders Kitapları/Kaynaklar/Materyaller:

Ders Kitabı: Kingsnorth, S. (2017). Dijital Pazarlama Stratejisi: Çevrimiçi (Online) Pazarlamaya Bütünleşik Bir Yaklaşım. L. İldeniz, Çev.), Ankara: Nobel.

Ek Kaynaklar: Aktepe, C., Baş, M., & Tolon, M. (2009). Müşteri ilişkileri yönetimi. Detay Yayıncılık.

Diğer Materyaller: Google Dijital Atölye. (2023, Ocak 25). Online kurslar.
<https://learndigital.withgoogle.com/dijitalatolye/courses>

Değerlendirme Sistemi		
Çalışmalar	Sayı	Katkı Payı (%)
Devam		
Laboratuvar		
Uygulama		
Alan Çalışması		
Derse Özgü Staj (Varsa)		
Küçük Sınavlar / Stüdyo /Kritik		
Odev		
Sunum		
Proje		
Rapor		
Seminer		
Ara Sınavlar /Ara Jüriler	1	40
Yarıyıl Sonu Sınavı /Genel Jüri	1	60
Toplam		100
Yarıyıl İçi Çalışmalarının Başarı Notuna Katkısı		40
Yarıyıl Sonu Çalışmalarının Başarı Notuna Katkısı		60
Toplam		100

AKTS / İş Yüğü Tablosu			
Faaliyetler	Adedi	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü
Ders Saati (Sınav Haftaları Dahil): 16 x toplam ders saati)	16	3	48
Laboratuvar			
Uygulama			
Derse Özgü Staj			
Alan Araştırması/Çalışması	8	5	40
Ders Dışı Aktiviteler			
Sunum/Seminer Sunumu	1	10	10
Projeler			
Raporlar			
Odevler			

Küçük Sınavlar/Stüdyon Kritiği			
Ara sınavlara/Ara Jüriye Hazırlanma Süresi	1	35	35
Yarıyıl Sonu Sınavına /Genel Jüriye Hazırlanma Süresi	1	50	50
Toplam İş Yükü		(183/25 = 7,5)	183

Dersin Öğrenme Kazanımları Katkı Düzeyi						
No	Öğrenme Kazanımları	Katkı Düzeyi				
		1	2	3	4	5
ÖK1	Girişimcilik ve pazarlama konusunda literatürdeki temel kavramlara hâkim olacak,					X
ÖK2	Başarılı pazarlama uygulamalarının özellikleri keşfedecek ve yaptıkları hataları bilecek,					X
ÖK3	Ürünün sunumu konusunda görsel iletişim materyalleri geliştirebilecek,					X

Ders Öğrenme Kazanımları ile Program Yetkinlikleri Arasındaki İlişki					
Girişimcilik (Tezsiz) Yüksek Lisans Programı					
Nu	Program Yeterlikleri	Öğrenme Kazanımları			Toplam Etki (1-5)
		ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	
1	Bir iş fikrini ticarileştirip girişime dönüştürebilir ve başarılı bir şekilde yönetebilir.	X	X	X	5
2	Alanı ile ilgili teknogirişim, sosyal girişimcilik, iş modeli kanvası, sürdürülebilirlik, tohum sermaye, melek yatırım, bootstrap gibi temel kavramları açıklayabilir.			X	2
3	Yenilikçi ve yaratıcı düşünme becerisiyle girişimcilik fırsatlarını saptayabilir ve kendisi doğru zamanda ve doğru yerde fırsat yaratabilir.	X			2
4	Girişimci liderlik, pazarlama, hukuk ve etik kavramlarını bilir ve yönetim süreçlerinde bu bilgileri kullanabilir.	X			1
5	Alanı ile ilgili güncel bilgileri takip edebilir, yenilikleri özümseyip uygulama alanına aktarabilir.	X	X	X	5
6	Stratejik ve finansal planlama yetenekleri ile bir iş planı geliştirebilir.	X	X		4
7	Girişimlerde, şirketlerde ve kurum/kuruluşlarda etkin bir şekilde kullanabileceği temel teknoloji yetkinliklerine sahiptir.		X	X	5
8	Yeni ürün ve hizmet geliştirebilecek tasarım ve yenilik becerilerine sahiptir.	X	X	X	5
9	Bilimsel nitelikli araştırma yapabilir, analiz edebilir ve raporlayabilir.	X			3
10	İş fikrinin uluslararası pazarlarda operasyonel süreçlerini yürütebilir.	X		X	4
11	Yöneticiler, çalışanlar, acenteler gibi bir girişimin iç paydaşları ile etkili şekilde iletişim kurabilir.			X	5
12	Müşteriler, yatırımcılar, tedarikçiler, borç verenler ve düzenleyici kurumlar gibi bir girişimin dış paydaşları ile etkili şekilde iletişim kurabilir.			X	5
13	Bir girişim faaliyeti içerisinde sürdürülebilir nitelikte etik kültür geliştirebilir.		X	X	3
14	Bir ekip içerisinde ekip üyesi olarak sorumluluk alabilir ve ekibin diğer üyeleri ile koordinasyon içerisinde etkin bir şekilde çalışabilme becerisi gösterebilir.	X			2
Toplam Etki					51

Politika ve Prosedürler

Web sayfası: : <https://www.ostimteknik.edu.tr/girisimcilik-tezsiz-yuksek-lisans-programi-1449>

Sınavlar: Sınavlar, öğrenmenin çeşitli boyutlarını değerlendirmeyi amaçlamaktadır: kavram ve teori bilgisi ve bu bilgiyi durumu analiz ederek, problemleri ayırt ederek ve çözümler önererek gerçek dünyadaki fenomenlere uygulama yeteneği. Yazılı sınavlar iki tür olabilir, yani. açık uçlu sorular, aynı zamanda problemler veya çoktan seçmeli sorular şeklinde de olabilir. Dava, ek disiplin cezası için Dekanlığa da taşınabilir.

Ödevler: Kısa Sınavlar ve Ev Ödevleri (Ödevler) uygulanabilir. Ödev hazırlanırken Bilimsel Araştırma Etik Kuralları çok önemlidir. Öğrenciler dış kaynaklardan kullanılan herhangi bir materyale atıfta bulunma konusunda dikkatli olmalı ve bunları uygun şekilde referans almalıdır.

Kaçırılan sınavlar: Bir sınavı kaçıran herhangi bir öğrencinin, mazeret sınavına girebilmesi için resmi bir sağlık raporu getirmesi gerekir. Sağlık raporu bir devlet hastanesinden alınmalıdır.

Projeler: Projeler (ders gerekliliklerinin bir parçasıysa) intihal yapmadan bireysel olarak veya gruplar halinde gerçekleştirilebilir.

Devam: Devam koşulları dönem başında ilan edilir. Öğrencilerin genellikle her dönem derslerin en az %70'ine katılmaları beklenir.

İtirazlar: Öğrenci notunda maddi bir hata tespit ederse, Fakülteye veya Bölüme itiraz etme hakkına sahiptir. İddia incelenir ve öğrenci sonucu hakkında bilgilendirilir.