

**İTÜ**  
**LİSANSÜSTÜ DERS KATALOG FORMU**  
**(GRADUATE COURSE CATALOGUE FORM)**

Dersin Adı		Course Name		
Teknoloji ve Pazarlama		Technology and Marketing		
Kodu (Code)	Dönem (Semester)	Kredisi (Local Credits)	AKTS Kredisi (ECTS Credits)	Ders Seviyesi (Course Level)
ITY 524	2	4	7,5	Yüksek Lisans / M.Sc.
Enstitü / Program (Institute/Program)	Sosyal Bilimler Enstitüsü / İşletme ve Teknoloji Yönetimi Graduate School of Arts and Social Sciences / Business Administration and Technology Management			
Dersin Türü (Course Type)	Zorunlu (Compulsory)	Dersin Dili (Course Language)	Türkçe (Turkish)	
Dersin İçeriği (Course Description)	<p>Pazarlama Kavramları, Çağdaş Pazarlamanın Gelişimi, Stratejik Plânlama ve Pazarlama Plânlamasının Rolü, Pazarlama ve Teknolojik Çevre Etkileşimi, Teknolojik Çevrede Pazar Fırsatlarının Analizi ve Pazarlama Araştırmasının Rolü, Pazar Yapısı ve Alıcı Davranış Süreci, Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazarlama ve Konumlandırma, Ürün Geliştirme ve Yönetim Süreci, Ar-Ge ile Pazarlamanın Etkileşimi, Teknolojik Ürünlerin Benimsenmesi ve Yayılması, Fiyatlandırma Yaklaşımları ve Yöntemleri, Pazarlama Kanalları ve Arz Zinciri Yönetimi, Pazarlama İletişimi.</p> <p>Marketing Concepts, Evolution of Contemporary Marketing, Strategic Planning and the Role of Marketing Planning, Interaction of Marketing and Technological Environment, Market Opportunity Analysis in Technological Environment and the Role of Marketing Research, Market Structure and Process of Buyer Behavior, Market Segmentation, Target Marketing, and Positioning, Product Development and Management Process, R/D-Marketing Interaction, Adoption and Diffusion of Technological Products, Pricing Approaches and Methods, Marketing Channels and Supply Chain Management, Marketing Communications.</p>			
Dersin Amacı (Course Objectives)	<p>1. Teknolojik ürünler için gerekli olan pazarlama strateji ve taktiklerini ayrıntılı incelemek. 2. Pazarlama ile ilgili kararları doğrudan etkileyen teknolojik gelişmelerin pazarlama örgütlenme biçimine ve uygulanma sürecine olan etkilerini incelemek. 3. Tüketici davranışlarının teknolojik temelli ürünlerde ve diğer ürünlerde nasıl farklılıklar gösterdiğini anlatmak. 4. Teknolojik ürünlere özgü pazarlama strateji ve taktiklerinin araştırılmasını sağlamak.</p> <p>1. To make the students investigate the necessary marketing strategies and tactics for technological products. 2. To make the students investigate the effects of technological advancements that are influential on the marketing organization and implementation of processes. 3. To explain how consumer behavior changes for technological and other products. 4. To make the students investigate the marketing strategies and tactics for technological products.</p>			
Dersin Öğrenme Çıktıları (Course Learning Outcomes)	<p>Bu dersi başarıyla tamamlayan öğrenciler aşağıdaki konularda bilgi, beceri ve yetkinlik kazanırlar:</p> <p>I. Pazarlama kavramının gelişimini anlama ve pazarlamanın kavramsal ve yönetsel boyutlarının mevcut durumu hakkında bilgi sahibi olma becerisi. II. Teknolojinin pazarlama yönetim süreci üzerindeki etkisi konusunda uzmanlaşmak için gerekli bilgi sahibi olma becerisi. III. Teknolojinin pazarlar üzerindeki etkisi konusunda uzmanlaşmak için gerekli bilgi sahibi olma becerisi. IV. Tüketicilerin teknolojik ürünleri değerlendirme mekanizmalarını anlama becerisi. V. Pazarlama ve teknoloji alanında başka araştırmacıların araştırma ve düşüncelerini eleştirel bir gözle okuma ve değerlendirme becerisi.</p> <p>Students who successfully pass this course gain knowledge, skills and proficiency in the following subjects:</p> <p>I. Ability to understand the development of marketing concept and to become familiar with current status of conceptual and managerial dimensions of marketing. II. Ability to develop the knowledge base necessary to master on the impact of technology on Marketing management process. III. Ability to develop the knowledge base necessary to master on the impact of technology on markets. IV. Ability to understand the mechanisms consumers go through for technological products. V. Ability to critically read and evaluate the research and ideas of others.</p>			

<b>Kaynaklar</b> (Other References) <u>Maddeler halinde en çok 5 adet</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Torlak, Ö., Altunışık, R. ve Özdemir, Ş. (2017), <i>Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi</i>, 3.Baskı, Beta Yayınevi, İstanbul</li> <li>Kotler, P. ve Keller, K. (2016), <i>Marketing Management</i>, 15. Baskı, Prentice-Hall</li> <li>Mohr, J.J., Sengupta, S. ve Slater, S. (2010), <i>Marketing of High-Technology Products and Innovations</i>, 3. Baskı, Prentice-Hall</li> <li>Oluç, M. (2006), <i>Temel Pazarlama Kavramları</i>, Beta Yayınevi, İstanbul</li> </ul>		
<b>Ödevler ve Projeler</b> (Homework & Projects)	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Makale Raporu ve Sunum:</b> Öğrenciler, sınıf mevcuduna göre konulara göre ayrılmış makale listesinden bir adet seçecek, bir değerlendirme raporu yazarak sınıfta sunacaklardır. Sunuş yapabilmek için metin hazırlarken verilen makale listesindeki ilgili makalelerin okunmuş olması, bunlara ek olarak en az 3 makalenin öğrenciler tarafından bulunarak değerlendirme raporunun hazırlanmış olması gerekmektedir.</li> <li><b>Örnek Olay Tartışmaları:</b> Öğrenci grupları sınıf içi tartışma yaratacak firma analizleri sunacaktır.</li> <li><b>Article Report and Presentation:</b> Students will choose one article from the list and based on the main topic of the article, they will submit an evaluation report and present it in the class. During the preparation for the presentation, they are expected to additionally find out at least 3 articles and submit a report based on the analysis of the articles.</li> <li><b>Case Discussions:</b> Student teams will present company analyses to generate in-class discussion.</li> </ul>		
<b>Laboratuvar Uygulamaları</b> (Laboratory Work)	-		
<b>Bilgisayar Kullanımı</b> (Computer Use)	-		
<b>Diğer Uygulamalar</b> (Other Activities)	-		
<b>Başarı Değerlendirme Sistemi</b> (Assessment Criteria)	<b>Faaliyetler (Activities)</b>	<b>Adedi* (Quantity)</b>	<b>Değerlendirmedeki Katkısı, % (Effects on Grading, %)</b>
	Yıl İçi Sınavları (Midterm Exams)	1	20
	Kısa Sınavlar (Quizzes)		
	Ödevler (Homework)	1	20
	Projeler (Projects)		
	Dönem Ödevi/Projesi (Term Paper/Project)	1	30
	Laboratuvar Uygulaması (Laboratory Work)		
	Diğer Uygulamalar (Other Activities)		
	Final Sınavı (Final Exam)	1	30

\*Yukarıda Belirtilen Sayılar En Az Değerler Olup, Yerine Getirilmesi Zorunludur.

## DERS PLANI

Hafta	Konular	Dersin Çıktıları
1	Pazarlama ve İlgili Kavramlar, Çağdaş Pazarlamanın Gelişimi	I, V
2	Pazarlama Plânlaması ve Stratejik Plânlama, Pazarlama ve Teknolojik Çevre Etkileşimi	I, V
3	Pazar Fırsatlarının Analizi ve Pazarlama Araştırmasının Rolü	II, III, V
4	Pazar Yapısı ve Alıcı Davranış Süreci	I, V
5	Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazarlama	I, V
6	Konumlandırma ve Marka Yönetimi	I, V
7	Ürün Geliştirme ve Yönetim Süreci, Ar-Ge ile Pazarlamanın Etkileşimi	III, V
8	Teknolojik Ürünlerin Benimsenmesi ve Yayılması	V
9	Fiyatlandırma Yaklaşımları ve Yöntemleri	II, V
10	Dağıtım Kanalları ve Arz Zinciri Yönetimi	IV
11	Pazarlama İletişim Kurma Yöntemleri	IV, V

## COURSE PLAN

Weeks	Topics	Course Outcomes
1	Marketing and Related Concepts, Contemporary Marketing Development	I, V
2	Marketing Planning and Strategic Planning, Marketing, and Technological Environment Interaction	I, V
3	Market Opportunities Analysis and the Role of Marketing Research	II, III, V
4	Market Structure and Process of Buyer Behaviour	I, V
5	Market Segmentation and Target Marketing	I, V
6	Positioning and Brand Management	I, V
7	Product Development and Management Process, R&D –Marketing Interaction	III, V
8	Adoption and Diffusion of Technological Products	V
9	Pricing Approaches and Methods	II, V
10	Distribution Channels and Supply Chain Management	IV
11	Marketing Communications Methods	IV, V

## Dersin İşletme ve Teknoloji Yönetimi 2. Öğretim Yüksek Lisans Programıyla İlişkisi

	Programın mezuna kazandıracığı bilgi, beceri ve yetkinlikler (programa ait çıktılar)	Katkı Düzeyi		
		1	2	3
i.	Lisans düzeyinde edinilen bilgilerin ilgili olduğu sosyal ve teknik alanlarda disiplinler arası etkileşimi kavrayabilme, İşletme ve Teknoloji Yönetimi alanında bilgilerini uzmanlık düzeyinde geliştirebilme ve derinleştirebilme ( <i>Bilgi</i> ).			X
ii.	İşletme ve Teknoloji Yönetimi çalışma alanlarında edindiği uzmanlık düzeyindeki kuramsal ve uygulamalı bilgileri kullanabilme, farklı disiplin alanlarından gelen bilgilerle bütünleştirip yorumlayarak yeni bilgiler oluşturabilme ve karşılaşılan sorunları, araştırma yöntemlerini kullanarak çözümlenebilir ( <i>Beceri</i> ).		X	
iii.	İşletme ve Teknoloji Yönetimi çalışma alanları ile ilgili uzmanlık gerektiren bir çalışmayı, bilgi ve becerilerini eleştirel bir yaklaşımla değerlendirip, öğrenme sürecini yönlendirerek, bağımsız olarak yürütme, karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunların çözümü için yeni stratejik yaklaşımlar geliştirerek sorumluluk alıp, liderlik yaparak çözüm üretebilme ( <i>Bağımsız Çalışabilme, Sorumluluk Alabilme ve Öğrenme Yetkinliği</i> ).		X	
iv.	Teknoloji Yönetimi ve İşletme çalışma alanlarındaki güncel gelişmeleri ve kendi çalışmalarını, nicel-nitel veriler ile destekleyerek, gerekli düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanarak, sosyal ilişkileri eleştirel bir bakış açısı ile inceleyerek geliştirip, gerektiğinde değiştirerek, alanındaki ve alan dışındaki gruplara, yazılı, sözlü ve görsel olarak sistemli biçimde aktarabilme ( <i>İletişim ve Sosyal Yetkinlik</i> ).			X
v.	İşletme ve Teknoloji Yönetimi çalışma alanları ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, uygulanması ve duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerleri gözeterek denetleyebilme, bu değerleri öğretebilme, ilgili konularda strateji, politika ve uygulama planları geliştirebilme ve elde edilen sonuçları, kalite süreçleri çerçevesinde değerlendirebilme, özümlediği bilgiyi, problem çözme ve/veya uygulama becerilerini, disiplinlerarası çalışmalarda kullanabilme ( <i>Alana Özgü Yetkinlik</i> ).		X	

1: Az, 2: Kısmî, 3: Tam

### Relationship Between the Course and Business and Technology Management 2<sup>nd</sup> Education Graduate Program Curriculum

	Program Outcomes	Level of Contribution		
		1	2	3
i.	Grasping interdisciplinary interaction related to social and technical fields in undergraduate level and developing and intensifying the current knowledge in that area of Business and Technology Management ( <i>Knowledge</i> ).			X
ii.	By means of ability to use theoretical and practical information related to the area of Business and Technology Management to combine and interpret them with information from different disciplines producing new information and solving the faced problems by related searching methods ( <i>Skill</i> ).		X	
iii.	By means of the ability to critically analyze knowledge, skills and also a study related to the area of Business and Technology Management that requires expertise on that area, directing and continuing independently, developing new strategies for the problems that are not foreseen and taking the responsibilities together with fulfilling the leader role, the ability to produce solutions for that problems ( <i>Competence to Work Independently, Competence to Take Responsibility, Competence to Learning</i> ).		X	
iv.	By means of the ability to promote current development and studies by supporting with qualitative and quantitative data in the area of Business and Technology Management and to use computer software together with information and communication technologies with a required level, critical analyzing, developing and altering, if required, social relationships and the norms directing these relationships, establishing written oral and visual communication with groups within one's or different fields ( <i>Communication and Social Competency</i> ).			X
v.	By means of the ability to inspect the steps like gathering, interpreting, implementing and announcing related data with the area of Business and Technology Management by overseeing scientific, cultural and ethical norms, teaching these norms, developing strategy, policy and action plans in related subjects and evaluating the obtained results by making the use of quality processes, using the gathered information and solving problems and/or implementation skills in the interdisciplinary strategies ( <i>Area Specific Competency</i> ).		X	

1: Little, 2: Partial, 3: Full