

Pazarlamada Kullanılan Farklı Yaklaşımlar, Teoriler ve Analiz Teknikleri

Umut AI

umutal@hacettepe.edu.tr

Pazarlama Teorileri



Rasyonel Seçim Teorisi

- ❑ Fayda fonksiyonu
- ❑ Fayda maksimizasyonu
- ❑ Faydanın sayısal olarak ölçümü
- ❑ Farklı disiplinlerin (ekonomi, psikoloji gibi) etkisi



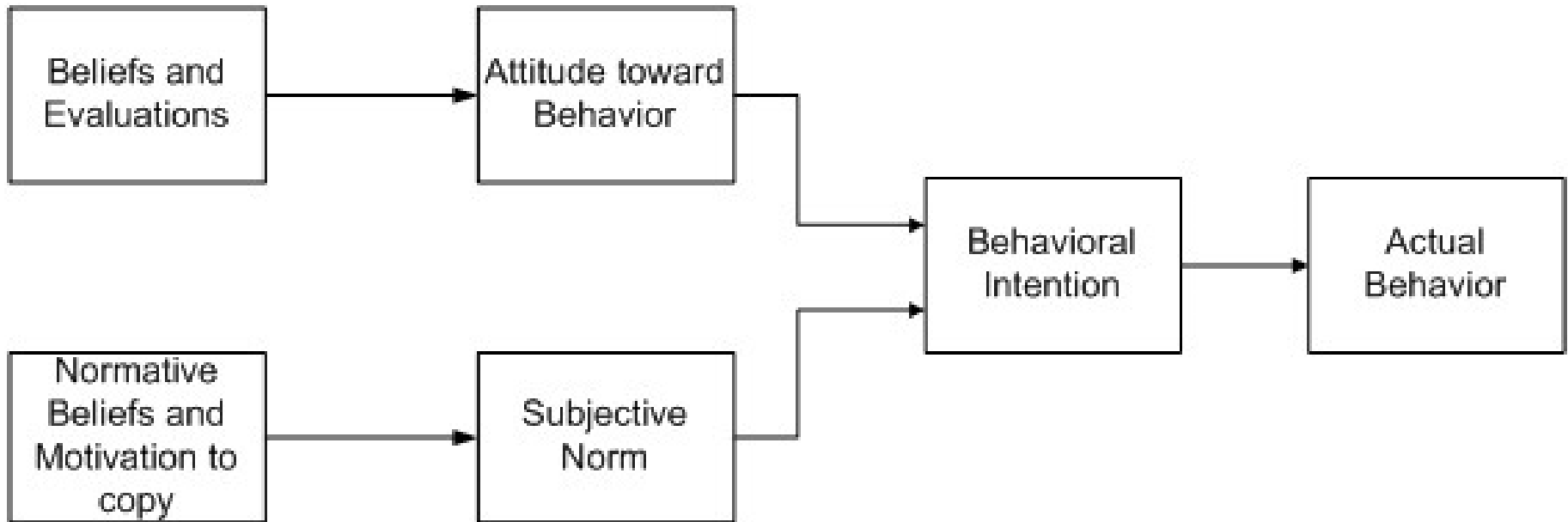
Yeniliklerin Yayılması Teorisi

- ❑ Yeni?
- ❑ Yeniliklerin benimsenmesi
- ❑ Benimsenme hızı
- ❑ Benimsenme hızını etkileyen faktörler
 - ❑ Göreli avantaj
 - ❑ Uyumluluk
 - ❑ Karmaşıklık
 - ❑ Denenebilirlik
 - ❑ Gözlemlenebilirlik

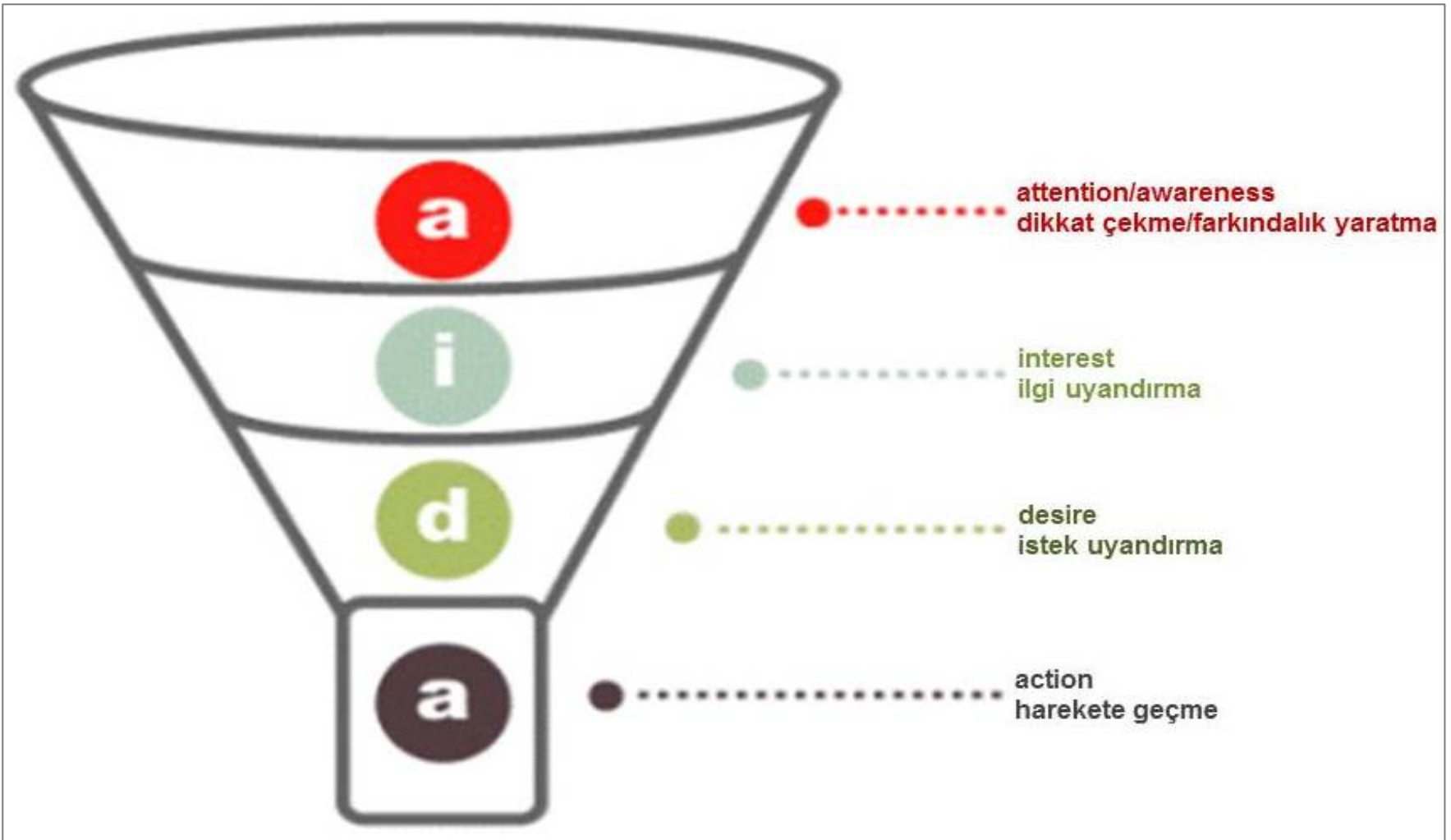
Teknoloji Kabul Modeli

- ❑ Enformasyon sistemlerinin kullanımı
- ❑ Çeşitli revize çalışmaları
- ❑ Farklı değişkenler
 - ❑ Niyet
 - ❑ Algılanan yarar
 - ❑ Algılanan kullanım kolaylığı
 - ❑ Sosyal norm
 - ❑ Görev-teknoloji uyumu
 - ❑ ...
- ❑ Teknoloji Kabul Modeli Ölçeği

Gerekçeli Eylem Teorisi



AIDA



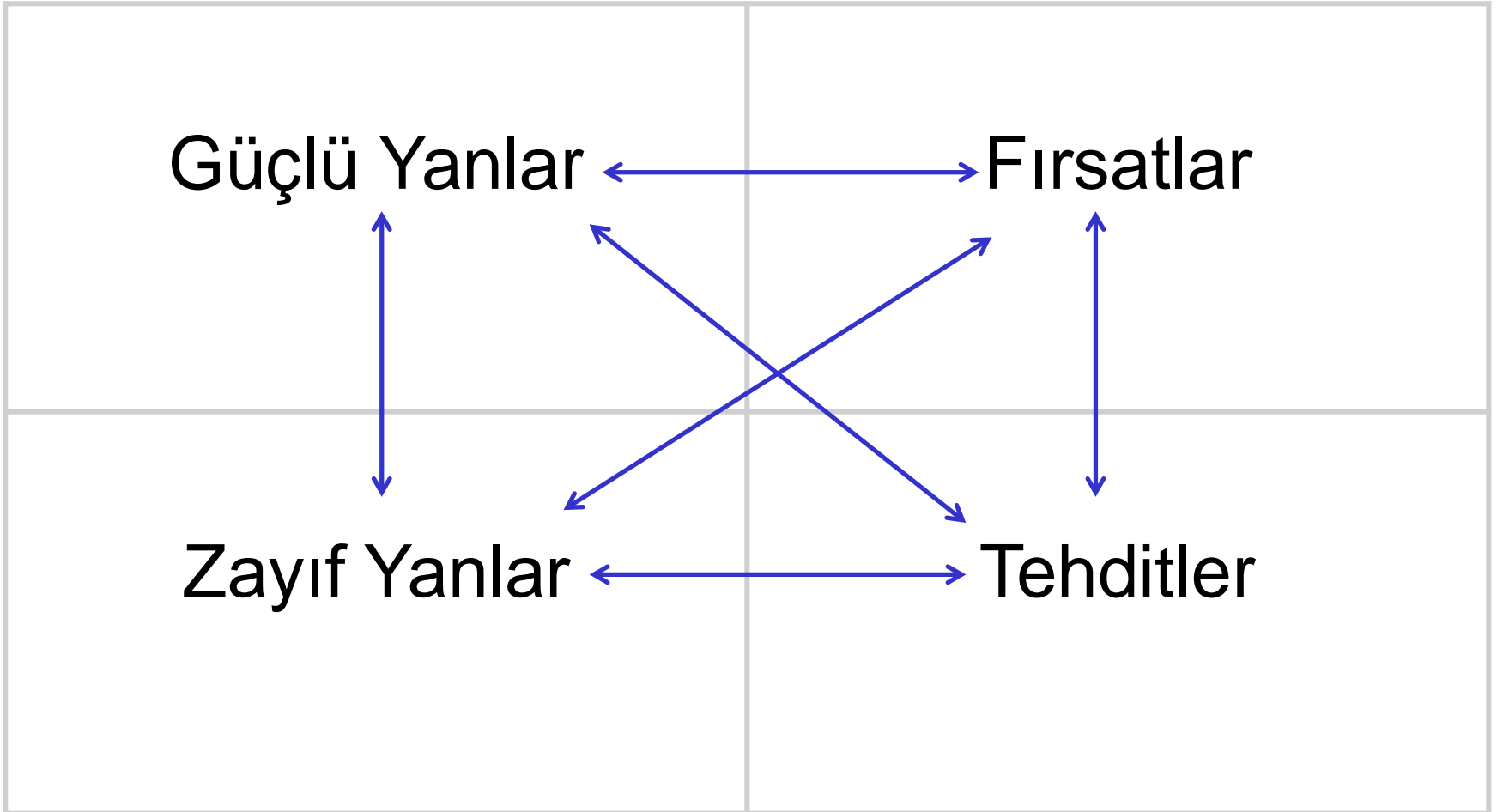
ProvenModels, 2011'den uyarlandı

SWOT Analizi

SWOT

- ❑ Strengths
- ❑ Weaknesses
- ❑ Opportunities
- ❑ Threats
- ❑ İşletmenin güçlü ve zayıf yanları ile fırsat ve tehditlerin tespit edilmesi, stratejinin bu unsurlar arasında sağlanacak etkileşim üzerine kurulması

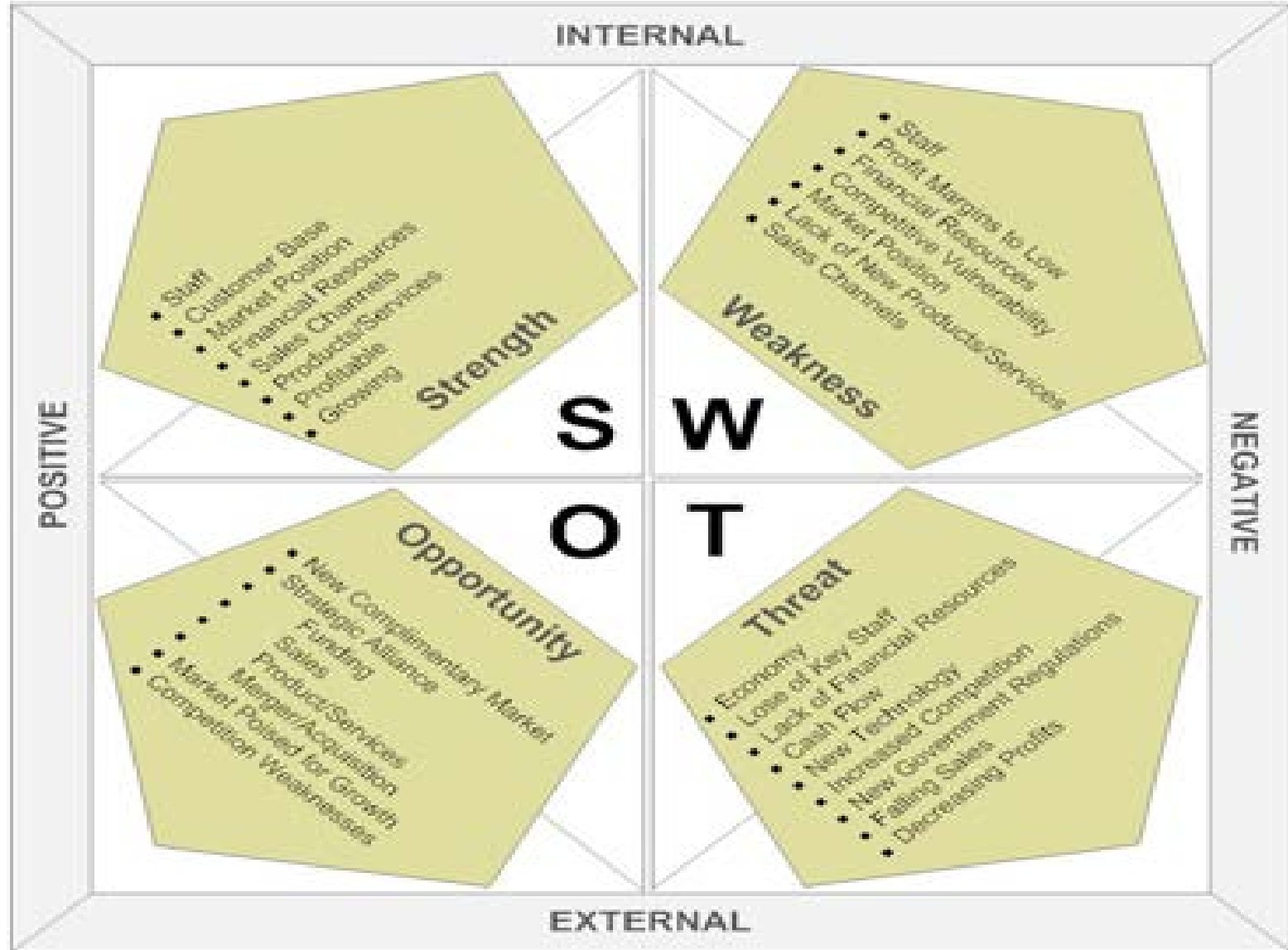
SWOT Matrisi



SWOT Matrisi

	Pozitif	Negatif
İçsel	Güçlü Yanlar	Zayıf Yanlar
Dışsal	Fırsatlar	Tehditler

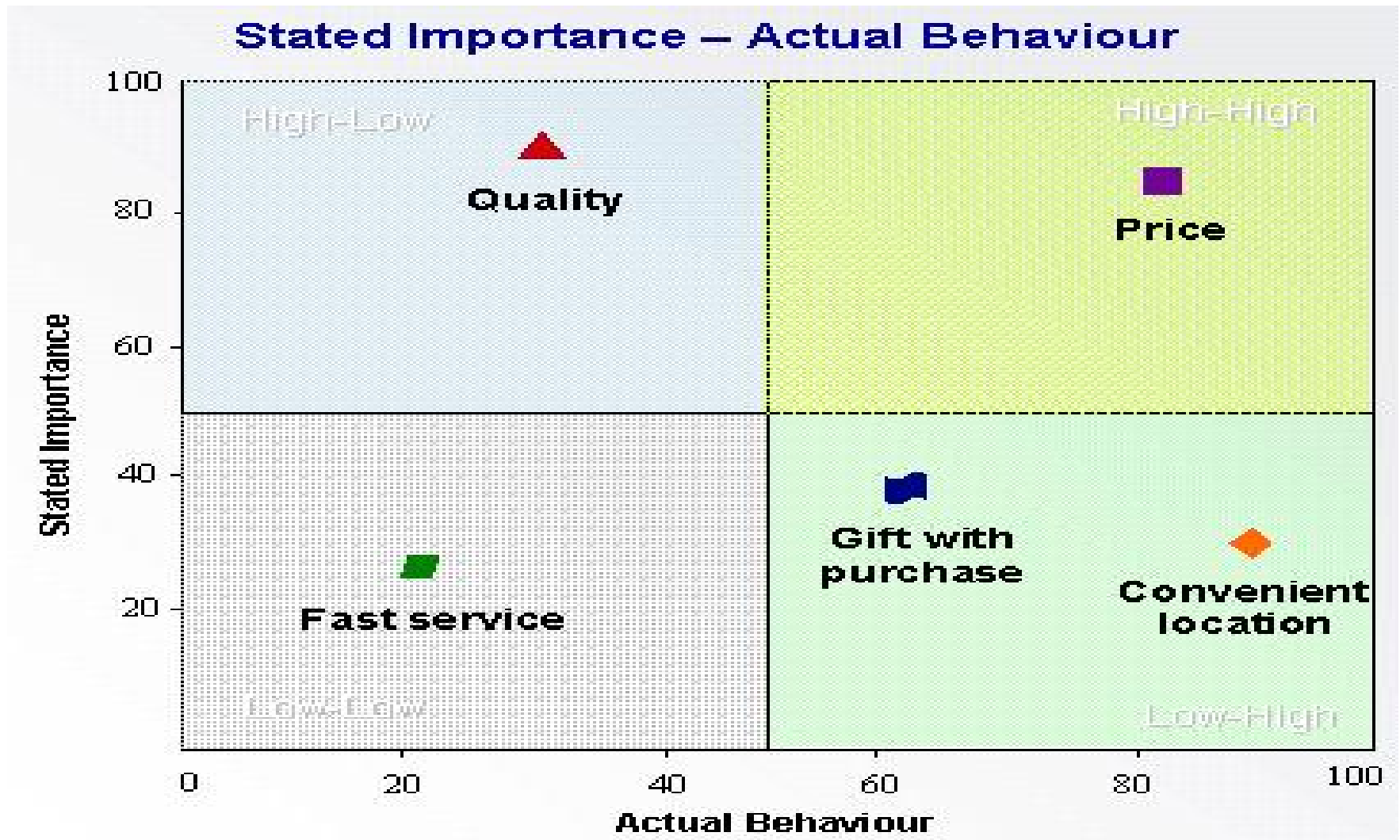
SWOT



Quadrant



Quadrant



SWOT Analizinin Sınırlamaları I

- ❑ Analizde oluşturulan listelerde yer alan unsurlar çok genel ve yetersiz ifade edilmekte
- ❑ Söz konusu unsurların ne derece önemli olduğu ve kendi aralarında nasıl bir öncelik taşıdığı ortaya konmamakta
- ❑ Nesnel olmayan, gerçeklerden çok fikirlere ve varsayımlara dayanan tespitler yapılmakta

SWOT Analizinin Sınırlamaları II

- ❑ Açık bir ayırım ve tanımlama yapılmaksızın, aynı unsur birden fazla listede yer almakta
- ❑ İşletmenin iç çevresinden kaynaklananlarla dış çevresinden kaynaklananlar birbirleriyle karıştırılmakta
- ❑ SWOT analizinden elde edilen bulgular ileri bir aşamada ele alınarak, strateji formülasyonunda kullanılmamakta

SWOT Analizinin Stratejik Planlama Süreci İçindeki Yeri

- ❑ Stratejik analiz ve planlamanın önemli bir parçası, ama kendisi değil!
- ❑ İlk adım değil
- ❑ Diğer karar destek sistemlerinin katkısı
- ❑ Çözüm reçeteleri üretmez
- ❑ Stratejileri test etmez

BBY SWOT Analizi

(Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Stratejik Planlama Çalışması 2005)

Güçlü Yanlar

- ❑ Alanlarında uzman, dinamik ve girişimci akademik kadro
- ❑ Öğretim elemanları arasındaki dayanışma
- ❑ Paydaşlarla ilişkiler
- ❑ Teknolojik alt yapıya ilişkin teknik desteğin Bölüm içinden karşılanması
- ❑ Gelir sağlayıcı projeler üretebilme becerisi
- ❑ Öğrenci kullanımına açık bilgisayar laboratuvarı
- ❑ İngilizce hazırlık programının olması

Zayıf Yanlar

- ❑ Kapasitemizin çok üstünde öğrenci sayısı
- ❑ Öğretim elemanlarının sayısı
- ❑ Ders kitapları üretimi
- ❑ Ortak yayın üretimi
- ❑ Öğrenci bilgisayar laboratuvarının kapasitesi
- ❑ Teknolojik alt yapının yenilenmesi
- ❑ Uygulama dersleri için uygun ortamlar ve gereken gereçlerin sağlanması
- ❑ Öğrencilerin yabancı dil becerileri
- ❑ Mezunlarla ilişkiler

Fırsatlar

- ❑ Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler (mezunlarımıza yeni iş ortamları)
- ❑ Bilginin stratejik bir kaynak haline gelmesi (özel sektörün bilgi yönetimine ilgisi)
- ❑ Bilgi okur-yazarlığının öneminin artması
- ❑ Farklı disiplinlerden lisansüstü programlarımıza talebin artması
- ❑ Kullanıcı beklentilerinin bilgiye odaklanması (konu uzmanlığı)
- ❑ Bilgi hizmetlerinin bilgi merkezleri dışında da verilebilmesi

Tehditler

- ❑ Öğrenci girdisinin düşürülememesi
- ❑ Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler (piyasanın beklentileri)
- ❑ Teknolojik alt yapının gerektiğince hızlı yenilenememesi
- ❑ Kamu üniversitelerinde çalışmanın mali açıdan çekiciliğini yitirmesi
- ❑ Çeşitli bilim dallarının bilgi yönetimine ilgilerinin artması (istihdam)
- ❑ Kamu kurumlarının bilgi hizmetlerine duyarsızlığı (talep yaratma)

Misyon ve Vizyon

Misyon

- ❑ Uzun dönemli bir amaç
- ❑ Hiçbir zaman ortadan kalkmaz
- ❑ Paylaşılan ortak değer ve inançlar
- ❑ Nicelikle ilgili değil nitelikle ilgili
- ❑ İşletmenin içine değil dışına yönelik
- ❑ Kuruma özgü

Misyon Cümlesi İçin Cevaplandırılması Gereken Sorular

- ❑ Kuruluşun var olma nedeni nedir?
- ❑ Kuruluş kimlere hizmet veriyor?
- ❑ Kuruluş hangi alanda çalışıyor?
- ❑ Kuruluş hangi gereksinimleri karşılıyor?
- ❑ Kuruluşun yerine getirmek zorunda olduğu yasal görevler neler?
- ❑ Kuruluşun amacı ilk kurulduğundan bu yana değişti mi? (DPT 2003)

Misyon Cümlesinde Nelere Dikkat Edilmeli?

- ❑ Kısa, açık ve çarpıcı şekilde ifade edilir
- ❑ Hizmetin yerine getirilme sürecini değil, hizmetin amacını tanımlar
- ❑ Yasal düzenlemelerle kuruluşa verilmiş olan görev ve yetkiler çerçevesinde belirlenir
- ❑ Kuruluşun hizmet verdiği kişi ve kuruluşlar
- ❑ Kuruluşun sunduğu hizmet ya da ürünler tanımlanır (DPT 2003)

“Örnek” Misyon Cümleleri

AKUT

- ❑ Dağ ve doğa koşullarında meydana gelen kaybolma ve kaza olaylarında, deprem, sel gibi doğal afetlerde ve büyük kazalarda, tamamen gönüllü olarak, amatör bir çalışma ve profesyonel bir yaklaşım ile, başı dertte olan kişilere en kısa sürede ulaşmak, yardım için gereken en uygun koşulları yaratmak, doğru arama ve kurtarma çalışması yaparak, kazazedelere temel ilkyardım desteğini sağladıktan sonra emniyetli ortam koşullarına nakillerini sağlamak, bu tür olaylarda can kaybını en aza indirgemek ve arama kurtarma konularında toplumu bilgilendirmek derneğimizin temel amacıdır

Akbank

- Türk ekonomisinin ve finansal sisteminin gelişimine, kapsamlı, yaratıcı, yenilikçi, kişi ve kurumlara özel, çeşitli piyasa segmentlerinin beklentilerini ve gereksinimlerini karşılayan yüksek derecede ihtisaslaşmış kaliteli ürün ve hizmetlerin sunumu ile katkı sağlamaktır

H.Ü. BBY Bölümü (Misyon 1)

- Yazılı, basılı ve elektronik ortamlarda varlık bulan bilgi birikiminden bireysel, örgütsel ve toplumsal bağlamda en üst düzeyde yararın sağlanması için uygun bilgi sistemlerini tasarlama, oluşturma ve işletme niteliklerini taşıyan, yaratıcı, kendine güvenen, lider bilgi profesyonelleri yetiştirmektir

(H.Ü. BBY Bölümü Stratejik Planlama Çalışması 2005)

H.Ü. BBY Bölümü (Misyon 2)

- Uzmanlık konularının ayrıntılarını çok iyi bilen, özgün araştırmalar yapabilen ve ürettiği bilgiyi insanlığın hizmetine sunan yeni kuşak araştırmacıları topluma kazandırmaktır

(H.Ü. BBY Bölümü Stratejik Planlama Çalışması 2005)

H.Ü. BBY Bölümü (Misyon 3)

- Ulusal ve uluslararası düzeyde bilgi sistemlerinin, bilgi hizmetlerinin ve bilgi teknolojilerinin geliştirilmesine katkıda bulunacak kuramsal ve uygulamalı araştırmalar yapmak ve yayınlamaktır

(H.Ü. BBY Bölümü Stratejik Planlama Çalışması 2005)



Select a location
Nokia Global

SITE INDEX

Search GO

- Home
- Operators
- Developers
- Investors
- About Nokia
- Company
- Financials
- Environment
- Community
- Research
- Venturing
- Press
- Careers
- Contacts

Mission: Connecting People

July 2004

- Company
- In Focus
- Vision and Strategy
 - Vision
 - Strategy
- Mission
- Business Environment
- Organization
- Corporate Governance
- Quality
- Cooperation
- History
- Corporate Responsibility
- FAQ
- Statements



By connecting people, we help fulfill a fundamental human need for social connections and contact. Nokia builds bridges between people – both when they are far apart and face-to-face – and also bridges the gap between people and the information they need.

Vizyon

- ❑ Kuruluşun geleceğini sembolize eder
- ❑ Kuruluşun uzun vadede neler yapmak istediğinin güçlü bir anlatımı
- ❑ Bir kuruluşun farklı birimleri arasında birleştirici bir unsur

Vizyon Cümlesi İçin Cevaplandırılması Gereken Sorular

- ❑ Kuruluşun ideal geleceği nedir?
- ❑ Kuruluş vatandaşlar, diğer kurumlar ve siyasi otorite tarafından nasıl algılanmak istiyor?
- ❑ Kuruluşun bir vizyon ifadesi var mı? Varsa yenilenmesi gerekiyor mu? (DPT 2003)

Güçlü Bir Vizyonun Özellikleri

- ❑ İdealist
- ❑ Özgün
- ❑ Ayırt edici
- ❑ Çekici
- ❑ Kısa ve akılda kalıcı
- ❑ İlham verici ve iddialı

“Örnek” Vizyon Cümleleri

Akbank

- Türkiye'nin her yönde uzmanlaşmış lider bankası olmaktadır

H.Ü. Elektrik ve Elektronik Müh. Bölümü

- Elektrik ve Elektronik Mühendisliğinde eğitim ve öğretim; bilim ve teknoloji üretimi; araştırma, geliştirme ve uygulama alanlarında en iyi olmak

(H.Ü. Elektrik ve Elektronik Müh. Bölümü Stratejik Yönetim Planı 2005)

H.Ü. BBY Bölümü

- Bilgi ve Belge Yönetimi alanında çalışmak isteyen öğrencilerin öncelikli tercihi olan, gerçekleştirdiği araştırmalarla ulusal ve evrensel boyutta katkı sağlayan, kaynaklarını kendisi yaratan ve toplumda imajı yüksek bir bölüm olmaktır

(H.Ü. BBY Bölümü Stratejik Planlama Çalışması 2005)



Select a location
Nokia Global

SITE INDEX

Search GO

- Home
- Operators
- Developers
- Investors
- About Nokia
- Company
- Financials
- Environment
- Community
- Research
- Venturing
- Press
- Careers
- Contacts

Our Vision: Life Goes Mobile!

July 2004



Ten years ago, we had a vision that seemed revolutionary for the times: Voice Goes Mobile! As history shows, this vision became reality in an incredibly short amount of time. With more than 1.6 billion mobile phone subscriptions globally – and more mobile phones than fixed-line phones in use – we see that mobility has transformed the way people live their lives.

Today, Nokia sees mobility expanding into new areas such as imaging, games, entertainment, media and enterprises. There are new mobile services already taking our industry forward and creating new opportunities. At the same time, major opportunities still exist in bringing mobile voice to completely new users.

If it can go mobile – it will!

- Company
- In Focus
- Vision and Strategy
- » Vision
- Strategy
- Mission
- Business Environment
- Organization
- Corporate Governance
- Quality
- Cooperation
- History
- Corporate Responsibility
- FAQ
- Statements

- Home
- Operators
- Developers
- Investors
- About Nokia
- Club Nokia
- Forum Nokia
- Careers

© Nokia 2006. [Site Terms](#) | [Privacy Policy](#)

Pazarlamada Kullanılan Farklı Yaklaşımlar, Teoriler ve Analiz Teknikleri

Umut AI

umutal@hacettepe.edu.tr