PAZARLAMA VE GİRİŞİMCİLİK

Editör

Prof. Dr. Kahraman ÇATI

Vizetek
Yayıncılık

PAZARLAMA VE GİRİŞİMCİLİK

Editör

Prof. Dr. Kahraman ÇATI

Yazarlar

Didem KAYALIDEREDEN - Dilşad KIRSELİOĞLU - Doğu KAYIŞKAN - Ebru OSKALOĞLU
Evrim DERİNÖZLÜ - Gülşah AYAZ - Kahraman ÇATI - Kübra ARSLAN
Muhammed Talha NARCI - Serap YÜCEL

ISBN: 978-625-382-530-0
E-ISBN: 978-625-382-529-4
DOI: 10.54637/vizetek.9786253825294

Copyright © Vizetek
Bu kitabın basım, yayım ve satış hakları Vizetek Yayıncılık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketine aittir. Vizetek Yayıncılık'ın izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri, kapak tasarımı, elektronik, mekanik, fotokopi, manyetik, kayıt ya da başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz.
Bu kitap, basılı ve elektronik (e-kitap) formatlarında yayımlanmaktadır.
Kitap içeriğinin tüm sorumluluğu yazar(lar)ına aittir.

Yayın Tasarımcısı / Koordinatörü: Ferit RESULOĞULLARI
Kapak Tasarımı ve Mizanpaj: Ahmet TUNÇDEMİR
Baskı: Ankara | Ekim, 2026

Vizetek Yayıncılık

Seyranbağları Mah. İncesu Cad. 10/2 Çankaya/ANKARA
Tel.: (0312) 482 00 11
Web: www.vizetek.com.tr
E-mail: vizetekyayincilik@gmail.com
Yayıncı Sertifika No: 41575
Baskı: Vadi Grafik Tasarım ve Reklamcılık | 47479

ÖN SÖZ

Günümüz iş dünyasında yaşanan teknolojik, ekonomik ve toplumsal dönüşümler, işletmelerin yalnızca mevcut koşullara uyum sağlamalarını değil, aynı zamanda değişimi öngören, fırsatları değerlendiren ve yenilikçi yaklaşımlar geliştiren bir yapıya sahip olmalarını gerekli kılmaktadır. Bu süreçte girişimcilik ve pazarlama, işletmelerin rekabet güçlerini artırmalarında, yeni değer önerileri oluşturmalarında ve değişen tüketici beklentilerine cevap vermelerinde önemli iki alan olarak öne çıkmaktadır. Özellikle dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve yapay zekâ gibi gelişmeler, girişimcilik ve pazarlama arasındaki ilişkinin daha kapsamlı ve çok boyutlu bir biçimde ele alınmasını gerekli hale getirmiştir.

Bu kitap, girişimcilik ve pazarlama alanlarını farklı perspektiflerden ele alarak, iki disiplin arasındaki etkileşimi güncel yaklaşımlar doğrultusunda değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Kitapta; girişimcilik, pazarlama ve inovasyon arasındaki ilişki, kurumsal girişimcilik ve pazar odaklılık, girişimlerde dijital pazarlama, içsel pazarlama ile kurumsal girişimcilik arasındaki etkileşim, girişimcilik ve pazarlama perspektifinden fırsat kavramı, dijital pazarlama ekosisteminde e-ticaret girişimlerinin başarı faktörleri, sürdürülebilirlik bağlamında tüketici tercihlerinin psikososyal dinamikleri ve üretken yapay zekâ çağında girişimsel pazarlamaya ilişkin güncel yaklaşımlar ele alınmaktadır.

Kitabın temel amacı, girişimcilik ve pazarlama literatüründe önemli bir yere sahip olan temel kavramları, güncel gelişmelerle birlikte bütüncül bir çerçevede değerlendirmek ve bu alanlarda çalışan araştırmacılara, akademisyenlere, öğrencilere ve uygulayıcılara katkı sağlayacak bir kaynak ortaya koymaktır. Farklı temalar etrafında şekillenen bölümler, girişimcilik ve pazarlamanın yalnızca birbirini tamamlayan iki alan olmadığını; aynı zamanda inovasyonun, rekabet avantajının, örgütsel gelişimin ve sürdürülebilir büyümenin önemli belirleyicileri arasında yer aldığını ortaya koymaktadır.

Bu eserin hazırlanmasında katkı sunan tüm bölüm yazarlarına, akademik birikimlerini ve değerlendirmelerini paylaşarak kitabın oluşmasına destek verdikleri için teşekkür ederim. Kitabın yayıma hazırlanması ve okuyucuyla buluşturulması sürecinde katkı ve destek sunan yayınevi yetkililerine de teşekkür ederim. Eserin, girişimcilik ve pazarlama alanlarında yürütülecek

akademik çalışmalara katkı sağlamasını, yeni araştırmalara ışık tutmasını ve konuya ilgi duyan tüm okuyucular için yararlı bir kaynak olmasını temenni ederim.

Prof. Dr. Kahraman ÇATI

İÇİNDEKİLER

1. BÖLÜM

Girişimcilik, Pazarlama ve İnovasyon İlişkisi 1

Ebru OSKALOĞLU

2. BÖLÜM

KURUMSAL GİRİŞİMCİLİK VE PAZAR ODAKLILIK 30

Gülşah AYAZ

3. BÖLÜM

Girişimlerde Dijital Pazarlama Stratejileri..... 46

Dilşad KIRSELİOĞLU

4. BÖLÜM

İÇSEL PAZARLAMA İLE KURUMSAL GİRİŞİMCİLİK İLİŞKİSİ 75

Kübra ARSLAN

Kahraman ÇATI

5. BÖLÜM

Görülmeyeni Görmek:
Girişimcilik ve Pazarlama Perspektifinden Fırsat Kavramı 101

Ebru OSKALOĞLU

6. BÖLÜM

Dijital Pazarlama Ekosisteminde
E-Ticaret Girişimlerinin Kritik Başarı Faktörleri 129

Serap YÜCEL

7. BÖLÜM

Sürdürülebilirlik İkileminde Tüketici Tercihlerinin
Psikososyal Dinamikleri: Pazarlama Perspektifi 143

Muhammed Talha NARCI

8. BÖLÜM

Üretken Yapay Zeka Çağında Girişimsel
Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar: Platform Etkisi Ve Ödeme Acısı 160

Didem KAYALIDEREDEN

9. BÖLÜM

Yeni Ürün Satın Almanın Karşı Konulmazlığı: Nextopia 182

Doğu KAYIŞKAN

Evrim DERİNÖZLÜ