

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Pazarlama yönetimi dersi, pazarlama yönetimi konusundaki temel kavramlar ve tekniklerini açıklayan bir derstir. Bu dersin amacı, güncel pazarlama yaklaşımlarını değerlendirmek ve farklı tüketici gruplarının satın alma ve tüketim davranışlarını açıklayabilmektir. Bu dersin sonucunda öğrenci, iş yaşamında karşılaşılabileceği pazarlama problemlerini tanıyabilir ve bunlara uygun çözüm önerileri geliştirebilir.

Dersin İçeriği

Bu derste pazarlama kavramının tanımı ile pazarlama faaliyetlerinin etkilendiği çevresel şartların incelenmesi ve pazarlama sürecinin elemanları olan pazarlama karmasının anlatılması ve pazarlama yönetimi fonksiyonunun uygulanmasındaki ilkelere değinilecektir

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Gazanfer Erbaşlar, Pazarlama Yönetimi, Nobel Yayıncılık. 2014 Cemal Yükselen, Pazarlama: İlkeler - Yönetim, Detay Yayıncılık. 2017 Sezer Korkmaz, Zeliha Eser, Sevgi Ayşe Öztürk, Pazarlama: Kavramlar - İlkeler ve Kararlar, Siyasal Kitabevi. 2022 İsmet Mucuk, Pazarlama İlkeleri, Türkmen Yayıncılık. 2010

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretim Yöntemleri

Bulunmamaktadır.

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Dersin Verilişi

Yüz yüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Prof. Dr. Hatice Aydın Dr. Öğr. Üyesi Füsün Esenkal Doç. Dr. Müjde Aksoy Arş. Gör. İrem Helvacıoğlu

Program Çıktısı

1. Pazarlamanın temel kavramlarını ve işletmeler için önemini açıklar.
2. Pazar türlerini ve tüketici davranışlarını analiz eder.
3. Ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma stratejilerini değerlendirir.
4. Pazarlama araştırma sürecini ve bilgi sistemlerinin rolünü açıklar.
5. Pazarlamada güncel yaklaşımları ve trendleri analiz eder.

Haftalık İçerikler

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1			Anlatım	Pazarlama Kavramı	
2			Anlatım	Pazarlama Çevresi	
3			Anlatım	Pazarlama Araştırması	
4			Anlatım	Endüstriyel Pazarlar	
5			Anlatım	Tüketici Pazarları	
6			Anlatım	Pazarlama Stratejisi	
7			Anlatım	Pazarlama Yönetim Süreci	
8			Anlatım	Pazarlama Planları ve Kontrol	
9			Anlatım	Bölümlendirme, Hedef Pazar, Konumlandırma	
10			Anlatım	Ürün Karması	
11			Anlatım	Marka Stratejileri	
12			Anlatım	Fiyat Karması	
13			Anlatım	Dağıtım Karması	
14			Anlatım	Tutundurma Karması	

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Uygulama / Pratik	0	0,00
Laboratuvar	0	0,00
Proje	0	0,00
Derse Katılım	14	3,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	3,00
Ara Sınav Hazırlık	1	15,00
Final Sınavı Hazırlık	1	15,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Vize	40,00
Kısa Sınav	0,00
Ödev	0,00
Derse Katılım	0,00
Uygulama / Pratik	0,00
Araştırma Sunumu	0,00
Final	60,00

	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
Ö.Ç. 1										
Ö.Ç. 2										
Ö.Ç. 3										
Ö.Ç. 4										
Ö.Ç. 5										

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Uluslararası ticaretin ekonomik, hukuki ve sosyal dinamiklerini kapsayan kuramsal altyapıyı; ithalat, ihracat, ticaret politikaları, uluslararası anlaşmalar ve finansal süreçler çerçevesinde bütüncül bir yaklaşımla kavrar.
- P.Ç. 2 :** Lojistik süreçler ve tedarik zinciri yönetiminin temel ilkelerini, işleyiş mekanizmalarını ve operasyonel modellerini bütüncül bir yaklaşımla anlar; malzeme akışı, bilgi yönetimi ve değer zinciri süreçlerine ilişkin kuramsal bilgilere hakim olur.
- P.Ç. 3 :** Uluslararası ticaret ve lojistik süreçlerinde geçerli olan yasal düzenlemeleri, iş etiği kurallarını ve sürdürülebilirlik ilkelerini anlar, bu bilgiyi sorumlu bir şekilde uygulayabilmek için gerekli altyapıyı edinir.
- P.Ç. 4 :** Uluslararası ticaret ve lojistikte karşılaşılan karmaşık sorunları tanımlayarak, sebep-sonuç ilişkilerini analiz eder; süreçleri planlayarak yenilikçi ve etkili çözüm yolları geliştirir.
- P.Ç. 5 :** Alana ilişkin bilgileri ve güncel gelişmeleri çalışanlar ve ekip arkadaşlarıyla paylaşır; iş süreçlerinde bu bilgileri kullanarak stratejik planlar oluşturur ve uygulanabilir çözümler geliştirir.
- P.Ç. 6 :** Uluslararası ticaret ve lojistik süreçlerinde bilgi sistemlerini ve yazılımları etkin bir şekilde kullanır; analiz ettiği verilerle operasyonel ve stratejik kararlar alarak iş süreçlerini en iyi hale getirir.
- P.Ç. 7 :** İş etiği ilkelerine uygun kararlar alır, toplumsal değerlere duyarlılık gösterir ve sosyal sorumluluk projelerinde yer alarak çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği gibi konularda farkındalık geliştirir.
- P.Ç. 8 :** Bir yabancı dili en az Avrupa Dil Portföyü B1 Genel Düzeyinde kullanır, alanındaki bilgileri izler ve meslektaşları ile iletişim kurarak çok kültürlü ekiplerle işbirliği yapar, farklı kültürlerle etkili iletişim kurar ve uluslararası ticaret ile lojistik süreçlerinde paydaş ilişkilerini analiz ederek bu ilişkileri etkin bir şekilde yönetir.
- P.Ç. 9 :** Uluslararası ticaret ve lojistik projelerinde görev alır, sürdürülebilir yaklaşımlar benimser, kaynakları etkin kullanır, çevresel ve operasyonel riskleri analiz eder, yönetir ve çözüm önerileri sunar.
- P.Ç. 10 :** Kurum hedeflerine uygun şekilde eleştirel düşünme, sürekli öğrenme ve yeniliklere açık olma yaklaşımını benimser; ekip çalışmasına uyum sağlar, gerektiğinde liderlik yapar ve etkin iletişim becerileriyle iş süreçlerini geliştirir.
- Ö.Ç. 1 :** Pazarlamanın temel kavramlarını ve işletmeler için önemini açıklar.
- Ö.Ç. 2 :** Pazar türlerini ve tüketici davranışlarını analiz eder.
- Ö.Ç. 3 :** Ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma stratejilerini değerlendirir.
- Ö.Ç. 4 :** Pazarlama araştırma sürecini ve bilgi sistemlerinin rolünü açıklar.
- Ö.Ç. 5 :** Pazarlamada güncel yaklaşımları ve trendleri analiz eder.