

Dersin Amacı

Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlama biliminin temel kavramlarını, stratejik pazarlama süreçlerini ve pazarlama karması bileşenlerini öğretmektir. Ayrıca dijital pazarlama trendleri ve veri odaklı pazarlama analitiği konuları da bilişim sistemleri perspektifiyle ele alınır.

Dersin İçeriği

Pazarlama kavramı ve tarihsel gelişimi

Stratejik pazarlama planlama

Pazarlama araştırmaları ve veri analitiği

Tüketici davranışları ve pazar bölümlendirme

Pazarlama karması (ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma)

Dijital pazarlama ve sosyal medya stratejileri

Marka yönetimi ve müşteri ilişkileri yönetimi (CRM)

Pazarlamada etik ve sürdürülebilirlik

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing Management. Pearson.

Tek, Ö. B. (2021). Pazarlama İlkeleri. Beta Yayınları.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Teorik ders anlatımı

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Pazarlama yönetimi dersinde vaka ve gerçek firma örnekleri yoğun şekilde kullanılacaktır.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Bulunmamaktadır

Dersin Verilişi

Haftada 3 saat teorik anlatım

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Doç. Dr. Özer Yılmaz

Program Çıktısı

1. Pazarlama biliminin temel kavramlarını ve stratejik planlama sürecini açıklar.
2. Pazarlama araştırması yapar ve veri analitiği yöntemlerini uygular.
3. Pazarlama karması bileşenlerini (ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma) değerlendirir.
4. Dijital pazarlama ve sosyal medya stratejileri geliştirir.
5. Pazarlamada etik ve sürdürülebilirlik kavramlarını tartışır.

Haftalık İçerikler

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1			Düz Anlatım	Pazarlama kavramı ve tarihsel gelişim	
2			Düz Anlatım	Pazarlama ortamı ve stratejik planlama	
3			Düz Anlatım	Pazarlama araştırmaları ve veri analitiği	
4			Düz Anlatım	Tüketici davranışları ve pazar bölümlendirme	
5			Düz Anlatım	Hedef pazar seçimi ve konumlandırma	
6			Düz Anlatım	Pazarlama karması – ürün stratejileri	
7			Düz Anlatım	Pazarlama karması – fiyat, dağıtım ve tutundurma stratejileri	
8			Düz Anlatım	Ara Sınav Haftası	
9			Düz Anlatım	Marka yönetimi ve müşteri ilişkileri yönetimi (CRM)	
10			Düz Anlatım	Dijital pazarlama ve sosyal medya pazarlaması	
11			Düz Anlatım	Veri odaklı pazarlama ve performans ölçümü	
12			Düz Anlatım	Pazarlama iletişimi ve kampanya yönetimi	
13			Düz Anlatım	Pazarlamada etik, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk	
14			Düz Anlatım	Proje sunumları ve dönem değerlendirmesi	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	3,00
Derse Katılım	14	3,00
Ödev	2	5,00
Final Sınavı Hazırlık	1	6,00
Ara Sınav Hazırlık	1	6,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Vize	40,00
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	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14
Ö.Ç. 1														
Ö.Ç. 2														
Ö.Ç. 3														
Ö.Ç. 4														
Ö.Ç. 5														

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Öğrenciler temel bilgisayar bilimi kavramlarını anlar, bilgisayar donanımı ve yazılımı hakkında bilgi sahibi olur ve temel ağ teknolojileri ile iletişim protokollerini kavrayarak bu alanlarda yetkinlik kazanır.
- P.Ç. 2 :** Bilgi güvenliği tehditlerini tanıma ve risk değerlendirme becerisi kazandırılan öğrenciler, güvenlik politikaları ve standartlarına uygun önlemler almayı öğrenir ve kritik altyapıların korunması ile sızma testi tekniklerini uygular.
- P.Ç. 3 :** Veritabanı tasarlama, uygulama ve yönetim becerileri geliştiren öğrenciler, ilişkisel veritabanı yönetim sistemlerini etkin bir şekilde kullanmayı öğrenir ve veri modelleme tekniklerini anlama ve uygulama yetkinliği kazanır.
- P.Ç. 4 :** Programlama dillerini ve teknolojilerini kullanarak yazılım geliştirme becerisi kazanan öğrenciler, yazılım yaşam döngüsü süreçlerini anlamayı ve uygulamayı öğrenir ve yazılım kalitesi ile test süreçlerini kavrar.
- P.Ç. 5 :** İngilizce iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanan öğrenciler, yönetim, bilişim ve organizasyon alanlarında profesyonel düzeyde iletişim kurar.
- P.Ç. 6 :** Veri analitiği ve veri madenciliği tekniklerini öğrenen öğrenciler, veri teknolojilerini kullanarak analiz ve keşif yapar, iş zekası araçlarını etkin bir şekilde kullanarak veri odaklı kararlar alır ve uzman sistemleri kavrayarak tasarlayabilir.
- P.Ç. 7 :** Öğrenciler bilgi ve sonuçları yazılı ve sözlü olarak etkili bir şekilde sunmayı öğrenir, bilgi teknolojileri çözümlerini teknik ve teknik olmayan kitlelere iletme becerisi geliştirir ve karar alıcılarla etkili bir iletişim kurar.
- P.Ç. 8 :** Proje yönetimi prensiplerini anlama ve uygulama becerisi kazanan öğrenciler, iş süreçlerini analiz ederek iyileştirme tekniklerini uygular ve proje ekiplerini yöneterek iletişim becerilerini geliştirir.
- P.Ç. 9 :** Liderlik ve yönetim becerileri kazanan öğrenciler, işletme fonksiyonları ile ilgili bilgi sahibi olur, ekip içi iletişim ve işbirliği yeteneklerini geliştirir ve karar verme süreçlerini etkili bir şekilde yönetir.
- P.Ç. 10 :** Girişimcilik ve inovasyon konularında bilgi sahibi olan öğrenciler, yeni iş fikirleri geliştirerek bilgi teknolojileri alanında yenilikçi projeler ortaya koyar ve girişimcilik ekosistemine katkıda bulunur.
- P.Ç. 11 :** Bilgi teknolojilerinin etik kullanımına yönelik farkındalık kazanan öğrenciler, sosyal sorumluluk bilinciyle hareket eder ve bilişim sistemlerinde etik karar alma süreçlerine katkı sağlar.
- P.Ç. 12 :** Sürekli öğrenme yaklaşımını benimseyen öğrenciler, bilişim ve yönetim alanındaki yeni trendleri ve teknolojileri takip eder ve bu yenilikleri uygulamaya geçirir.
- P.Ç. 13 :** Küresel ve yerel iş dinamiklerini analiz eden öğrenciler, rekabetçi ve yenilikçi stratejiler geliştirerek bulunduğu organizasyonda fark yaratır.
- P.Ç. 14 :** E-ticaret platformlarının tasarımı, geliştirilmesi ve yönetimi konularında bilgi sahibi olan öğrenciler, dijital iş modellerini etkin bir şekilde uygular.
- Ö.Ç. 1 :** Pazarlama biliminin temel kavramlarını ve stratejik planlama sürecini açıklar.
- Ö.Ç. 2 :** Pazarlama araştırması yapar ve veri analitiği yöntemlerini uygular.
- Ö.Ç. 3 :** Pazarlama karması bileşenlerini (ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma) değerlendirir.
- Ö.Ç. 4 :** Dijital pazarlama ve sosyal medya stratejileri geliştirir.
- Ö.Ç. 5 :** Pazarlamada etik ve sürdürülebilirlik kavramlarını tartışır.