

<b>Dersin Adı</b>	<b>Kodu</b>	<b>Yarıyılı</b>	<b>T+U</b>	<b>Kredisi</b>	<b>AKTS</b>
Pazarlama Yönetimi	1005420	4	3+0	3	4
<b>Ön Koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Bu ders, pazarlama yönetimi konusundaki temel yaklaşımları, kavramları ve teknikleri öğretmeyi amaçlamaktadır. Ders öğrencinin gerçek iş yaşamında karşılaşılabileceği pazarlama problemlerini tanıyabilmesini, bunlara uygun çözüm önerileri geliştirebilmesini ve bunları uygulayabilmesini sağlamayı hedeflemektedir.				
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları</b>	<b>Bu dersin sonunda öğrenci;</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Güncel pazarlama yaklaşımlarını ve uygulamalarını değerlendirir.</li> <li>2. İşletmelerin pazar ve tüketici odaklı etkinliklerini yönlendirir.</li> <li>3. İşletmeleri toplumsal sorumluluk anlayışına uygun olarak yönlendirir.</li> <li>4. Pazarlamanın yönetsel süreçlerle ilişkisini değerlendirir.</li> <li>5. Farklı tüketici gruplarının satın alma ve tüketim davranışlarını değerlendirir.</li> <li>6. Yeni iletişim teknolojilerinin pazarlama yaklaşım ve uygulamalarındaki katkısını değerlendirir.</li> </ol>				
<b>Dersin İçeriği</b>	Pazarlamada Karar Verme ve Pazarlama Yönetim Süreci Aşamaları, Mamul, Mamul Hayat Eğrisi, Yeni Mamul Geliştirme, Ambalaj, Marka, Fiyat ve Fiyatlandırma Yöntemleri, Tutundurma ve Pazarlama İletişimi, Reklam ve Halkla İlişkiler, Doğrudan Pazarlama ve Doğrudan Pazarlama Araçları, Dağıtım Kanalları ve Fiziksel Dağıtım, Pazarlama Bölümünün Organizasyonu, Pazarlama Denetimi.				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Pazarlamada Karar Verme ve Pazarlama Yönetim Süreci Aşamaları				
2	Mamul, Mamul Hayat Eğrisi, Yeni Mamul Geliştirme, Ambalaj, Marka				
3	Fiyat ve Fiyatlandırma Yöntemleri				
4	Fiyatlandırma Stratejileri ve Fiyatlandırmada Esneklikler				
5	Tutundurma ve Pazarlama İletişimi				
6	Kişisel Satış ve Satış Yönetimi Süreci				
7	Kişisel Satışta Beden Dili, Kişisel Satış Süreci ve Satış Geliştirme				
8	<b>Ara Sınav</b>				
9	Reklam ve Halkla İlişkiler				
10	Doğrudan Pazarlama ve Doğrudan Pazarlama Araçları				
11	E-ticaret ve İnternette Pazarlama				
12	Dağıtım Kanalları ve Fiziksel Dağıtım				
13	Pazarlama Bölümünün Organizasyonu				
14	Pazarlama Denetimi				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
Öğrenciye "Pazarlama İlkeleri" dersinde analiz edilen temel pazarlama kavramlarının mamul, fiyat, tutundurma ve dağıtım kanalı ile ilgili karar alma sürecinde kullanma yeteneği.					
<b>Kaynaklar</b>					
Mucuk, İ. (2015) <i>Pazarlama ilkeleri</i> . İstanbul: Türkmen Yayıncılık.					
Tokol, T. (1995). <i>Pazarlama Yönetimi</i> . Bursa: U.Ü. İİBF İşletme İkt. Ve Muh. Arşt.ve Uygulama Merkezi.					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
<b>Ara sınav: %40 Final: %60</b>					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PÇ 1	PÇ 2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
ÖK1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4
ÖK2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4
ÖK3	2	3	3	3	3	3	2	5	3	1	1	1	3	4	3
ÖK4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	1	1	1	4	4	4
ÖK5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4
ÖK6	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	1	4	4	4
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>															
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1 Çok Düşük</b>		<b>2 Düşük</b>			<b>3 Orta</b>			<b>4 Yüksek</b>			<b>5 Çok Yüksek</b>			

**Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi**

Dersin Adı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15
Pazarlama Yönetimi	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4