

**T.C. HARRAN ÜNİVERSİTESİ**  
**ŞANLIURFA SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU**  
**PAZARLAMA PROGRAMI DERS İÇERİKLERİ**

**1. YARIYIL**

<b>DERSİN ADI</b>	<b>KODU</b>	<b>YARIYILI</b>	<b>T+U</b>	<b>KREDİSİ</b>	<b>AKTS</b>
Pazarlama İlkeleri		1	3+1	3.5	5

Öğrenci temel pazarlama terim ve anlayışlarını tarif edebilir, pazarlama bilimindeki tarihsel dönüşümü ve buna sebep olan etmenleri açıklayabilir, pazarlama sisteminin bileşenlerini ve sistemi etkileyen çevre faktörlerini açıklayabilir, tüketici ve örgüt pazarlarının farklarını ve özelliklerini ana hatlarıyla belirtebilir, pazarlama karması elemanlarını öğrenir ve pazardaki uygulamaları tartışabilir.

<b>DERSİN ADI</b>	<b>KODU</b>	<b>YARIYILI</b>	<b>T+U</b>	<b>KREDİSİ</b>	<b>AKTS</b>
Genel İşletme		1	3+0	3	3

Temel işletmecilik kavramlarını öğrenir, işletmelerin ekonomik ve sosyal hayatta hangi fonksiyonu icra ettiğini kavrar, işletmenin bulunduğu çevre koşullarını analiz edebilme becerisi kazanır, işletmelerinin nasıl kurulduğunu öğrenir ve işletmeleri farklı ölçütlere göre sınıflandırır, girişimcilik kavramını etraflıca öğrenir, iş kurma ve yenilikçilik becerileri kazanır, işletmelerin hangi birimlerden oluştuğunu öğrenir, bu birimlerin işlevleri ve karşılıklı ilişkileri hakkında yeterli bilgi edinir.

<b>DERSİN ADI</b>	<b>KODU</b>	<b>YARIYILI</b>	<b>T+U</b>	<b>KREDİSİ</b>	<b>AKTS</b>
Genel Ekonomi		1	3+0	3	3

Ekonomi kavramı, fırsat maliyetleri ve ekonomik faaliyetleri analiz eder, ekonomik hedef, talep, arz ve piyasa dengesini izler, piyasa ekonomilerinde karşılaşılan mikro iktisadi sorunları tanımlamak ve değerlendirme yeteneğine sahip olarak iktisat biliminin araçlarını bu sorunların kavrar.

<b>DERSİN ADI</b>	<b>KODU</b>	<b>YARIYILI</b>	<b>T+U</b>	<b>KREDİSİ</b>	<b>AKTS</b>
Temel İletişim		1	3+0	3	3

İletişim kavramlarını ve yöntemlerini bilir, iletişim kurduğu kişilerde, ikna, tutum ve davranış değişimini sağlar, ikna etmede önüne çıkacak engelleri yenebilme becerisini gösterir, sağlıklı bir iletişim kurmanın yollarını öğrenir.

<b>DERSİN ADI</b>	<b>KODU</b>	<b>YARIYILI</b>	<b>T+U</b>	<b>KREDİSİ</b>	<b>AKTS</b>
Halkla İlişkiler		1	4+0	4	4

Halkla ilişkiler kavramını ve halkla ilişkilerin tarihsel gelişimini bilir, bir halkla ilişkiler uzmanında bulunması gereken nitelikleri bilir, halkla ilişkilerin ilkelerini bilir, halkla ilişkiler ve medya ilişkisini bilir, halkla ilişkilere yakın kavramların halkla ilişkiler ile farkını kavrar, disiplinlerarası çalışma yapar.

<b>DERSİN ADI</b>	<b>KODU</b>	<b>YARIYILI</b>	<b>T+U</b>	<b>KREDİSİ</b>	<b>AKTS</b>
Ofis Programları ve Klavye Uygulamaları		1	2+0	2	3

**T.C. HARRAN ÜNİVERSİTESİ**  
**ŞANLIURFA SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU**  
**PAZARLAMA PROGRAMI DERS İÇERİKLERİ**

Bilgisayarı genel olarak tanıtır ve çalışma prensibini açıklar, Windows işletim sistemi ile bilgisayarın temel düzeyde kullanır, Microsoft Word ve Excel paket programlarını öğrenir, temel düzenlemeleri ve işlemleri yapar, Microsoft PowerPoint paket programını öğrenir ve bu programı kullanarak herhangi bir konuda sunum hazırlayabilir, internet tarayıcıları üzerinden internet hizmetlerini ve teknolojilerini kullanarak bilgiye ulaşabilir ve iletişim kurabilir.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Tedarik Zinciri Yönetimi		1	2+0	2	3

Tedarik zinciri yönetimi ile ilişkili kavramları öğrenir, lojistik eyleminin ve tedarik zincirlerinin nasıl başarı ile yönetileceğini öğrenir, stok (envanter) tutma ve yönetme bilgisine sahip olur, sipariş yönetme yeterliliği kazanır, satış ve operasyon planlama becerisi kazanır.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Mesleki Yabancı Dil		1	2+0	2	3

Pazarlama alanında kullanılan mesleki terim ve ifadeleri bilir; en çok kullanılan İngilizce kalıpları kavrar, mesleki İngilizceyi doğru kelime ve ifadeleri kullanarak doğru telaffuz ile konuşur, mesleğiyle ilgili konularda İngilizce olarak e. mail, onay, iptal, teşekkür notları ve mektupları yazar, mesleğiyle ilgili İngilizce metinleri ve standart prosedürleri anlar.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Yabancı Dil I		I.Yarıyıl	2+0	2	2

Kendini tanıtmaya ifadeleri, başka bir kişiden kendini tanıtmasını isterken kullanılacak sorular, alfabe ve harflerin okunuşları, 100 arası sayıma sayıları, kişi zamirleri, 'be' fiilinin çekimleri, cümle yapısı ve çeşitleri, iyelik sıfatları, aile bireyleri, wh- soru kelimeleri ile soru oluşturma, iyelik eki 's, ülkeler ve uyruklar, yer-yön tarifi, 'there is' – 'there are' kalıpları, çoğul yapma kuralları, şehir içindeki mekanlar, 'have got' – 'has got' kalıpları, edatlar, 'some' – 'any' – 'no' miktar belirleyicileri, sayılabilen ve sayılamayan isimler, saat sorma ve söyleme, tarih sorma ve söyleme, sıra sayıları, aylar, simple present tense, zaman zarfı, 'go' – 'play' – 'do' kullanımları, sporla ilgili kelime bilgisi, günler, renkler, 'would like' kalıbı, alışverişte kullanılacak kalıplar ve kelimeler, karşılaştırma sıfatları, üstünlük sıfatları, hava durumuyla ilgili kalıplar ve kelimeler, genel tekrar.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I		I.Yarıyıl	2+0	2	2

Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi dersinin üniversite müfredatında yer alması ve amaçları, ders ile ilgili temel kavramların tanıtılması, Sanayi İnkılabı ve Fransız İhtilali, Türk İnkılabını hazırlayan iç-yakın dış/uzak nedenler, Osmanlı Devletinin durumu ve Avrupa'daki gelişmeler, Osmanlı Devleti'ni

**T.C. HARRAN ÜNİVERSİTESİ**  
**ŞANLIURFA SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU**  
**PAZARLAMA PROGRAMI DERS İÇERİKLERİ**

kurtarmaya yönelik çalışmalar ve sonuçları,20.y.y. Osmanlı Devletinin durumu ve çöküşün hazırlanması I. Dünya Savaşı ve sonuçları, Mustafa Kemal Paşa'nın samsuna çıkışı, M. Kemal Paşa'nın ulusu ve orduyu Milli Mücadele'ye hazırlaması tanım, kongreler Anadolu ile İstanbul arasındaki ilişki, Amasya Görüşmeleri, Misak-I Milli TBMM'nin açılışı ve tepkiler, Milli Mücadele'nin maddi kaynakları, Türk Kurtuluş Savaşının stratejisi, Türk Kurtuluş Savaşının safhaları, Kuvayı Milliye dönemi iç isyanlarla mücadele ve doğu cephesi düzenli ordu dönemi batı cephesindeki gelişmeler ve sonuçları.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Türk Dili I		I.Yarıyıl	2+0	2	2

Dil nedir? dillerin doğuşu, Türklerin kullandığı alfabeler, Cumhuriyet döneminde dilimiz, ses bilgisi (Türkçede sesler ve sınıflandırılması), ses bilgisi-2 (Türkçenin ses özellikleri ve ses olayları), yapı bilgisi ve ekler, soru çözümleri, imlâ (yazım) kuralları-1 (büyük harflerin kullanıldığı yerler), imlâ (yazım) kuralları-2 (bazı kelime ve eklerin yazımı), noktalama işaretleri-1, noktalama işaretleri-2, yazım ve noktalama uygulaması (uzaktan eğitim), soru çözümleri.

## 2. YARIYIL

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Pazarlama Yönetimi		2	3+1	3.5	5

Pazarlama ile ilgili temel kavramları ve kendine has özellikleri tanımlar, tüketici pazarını ve endüstriyel pazarı analiz eder, pazarlama faaliyetlerini etkileyen makro-mikro çevresel faktörleri ve bunlarla pazarlama arasındaki ilişkileri açıklar, öğrenciler pazar bölümlenme, konumlandırma ve hedef pazarın seçimini açıklar, marka yönetimi ve marka stratejileri hakkında bilgi verir.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Satış Yönetimi		2	2+1	2.5	3

Potansiyel müşteri için hazırlık yapar, ürünü satışa hazırlar ve satar, satış sonrası hizmetleri yönetir, ürün özelliğine uygun satış yöntemlerini uygular, satış ekibi oluşturur ve yönetir.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Müşteri İlişkileri Yönetimi		2	3+0	3	3

Müşteri tiplerini tanımlar, müşteri randevu ve kabul programı yapar, müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırma gibi yeterlilikler kazanır, müşteri şikâyetlerini dinleme, analiz etme ve çözüme kavuşturma becerisi kazanır.

**T.C. HARRAN ÜNİVERSİTESİ**  
**ŞANLIURFA SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU**  
**PAZARLAMA PROGRAMI DERS İÇERİKLERİ**

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Etkili İletişim ve İkna		2	3+0	3	3

İletişim kavramını ve iletişim biçimlerini tanımlar, etkili iletişim ile ilgili konuları açıklar, iletişimde algının rolünü anlar, ikna kavramını ve iknanın psikolojik ve toplumsal boyutlarını öğrenir, ikna edici iletişim sürecini anlar ve ikna yöntemlerini kullanabilir, sözlü ve sözsüz iletişimi ve iletişim kampanyalarını ikna perspektifinden açıklayabilir.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Tüketici Davranışları		2	3+0	3	4

İşletmelerin hedef kitlesi olan tüketicilerin/örgütsel alıcıların nasıl davrandığını analiz eder, tüketici davranış modellerini ve tüketici satın alma karar sürecini etkileyen faktörleri tanımlar, tüketici davranışlarını analiz ederek elde ettiği bilgiyi sunduğu/sunacağı mal ve hizmetler için hedef pazarı seçmek, pazarı bölümlendirmek ve pazarda konumlandırmak için kullanır, tüketicilerin algı, hafıza, öğrenme, motivasyon, kişilik, yaşam biçimi, değer ve tutumlarının gelişme ve işleme süreçlerini yorumlar.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Reklamcılık ve Reklam Uygulamaları		2	2+0	2	3

Reklam ve reklamcılıkla ilgili genel tanımları bilir, hedef kitle kavramını tanır, onlara özel mecra seçimi yapar, kampanya sürecini yönetir, yaratıcı çalışmalar ve stratejileri uygular, reklam etkinliğini ölçme becerisi elde eder, reklamlarla ilgili kurum, kuruluş ve yönetmeliklere hakim olur.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Endüstri 4.0 ve Dijital Dönüşüm		2	2+0	2	3

Endüstri 4,0'ın uygulamaları olan Nesnelerin İnterneti, Yapay Zekâ, Eklemeli Üretim, Makine Öğrenmesi ve Artırılmış Gerçeklik gibi yeni teknolojileri öğrenir, dijital dönüşümün yapısını kavrar; dijital dönüşümü etkileyen faktörleri ve dijital dönüşümün önündeki engelleri tespit eder, dijital dönüşümün inovasyonla ilişkisini ve kurumsal performansı nasıl etkilediğini öğrenir, iş hayatının geleceğinin nasıl şekilleneceğini anlar ve yorumlar.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Hizmet Pazarlaması		2	2+0	2	3

Hizmetlerin tanımı, sınıflandırılması, gelişimi ve stratejileri hakkında bilgi elde eder, hizmet pazarlamasının işsizliğin önlenmesi ve geleceğın iyileştirilmesinde temel faktör olduğunu kavrar, hizmet sektöründe pazarlama karması elemanlarına yönelik uygulamaları öğrenir.

**T.C. HARRAN ÜNİVERSİTESİ**  
**ŞANLIURFA SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU**  
**PAZARLAMA PROGRAMI DERS İÇERİKLERİ**

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II		2	2+0	2	2

Atatürk Dönemi Türk Dış Politikası (1920-23 Dönemi Türk Dış Politikası), Türk/Atatürk İnkılaplarının Özellikleri ve Önemi, Siyasal,Sosyal Alanda Yapılan İnkılaplar, Eğitim-Kültür, Hukuk İktisat vb. Alanında Yapılan İnkılaplar, Cumhuriyetçilik: Genel Olarak Devlet ve Hükümet Birimleri, Atatürk-Ulusal Egemenlik ve Cumhuriyet, Milliyetçilik: Atatürk'ün Millet ve Milliyetçilik İle İlgili Görüşleri, Atatürk Milliyetçiliğinin Nitelikleri, Laiklik: Dünyada ve Türkiye'de Laiklik Süreci, Laikliğin Anlam ve Nitelikleri, Atatürkçü Düşüncede Laikliğin Önemi, Halkçılık: Halkçılık İlkesinin Anlam ve Nitelikleri, Devletçilik: Devletçilik İlkesinin Anlamı ve Ülkemizdeki Uygulamalar, İnkılapçılık: İnkılapçılık İlkesinin Anlamı ve Önemi, Atatürkçülük: Atatürkçü Düşünce Sistemi Atatürkçülük Nasıl Bir Düşünce Sistemidir? Atatürkçülük İle İlgili Görüşler Yorumlar Atatürk'ün Manevi Mirası.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Yabancı Dil II		2	1	2+0	2

Telefon görüşmelerinde kullanılan kalıplar ve kelimeler 'can' kip belirteci ve yeterlilik Zarflar, Present Continuous Tense, Present Simple Tense ve Present Continuous Tense arasındaki farklar, -ed ve -ing ekleriyle biten sıfatlar, Seyahat ile ilgili kalıplar ve kelimeler Future Simple Tense, 'When' bağlacıyla yapılan zaman cümlecikleri,'be going to' ile gelecek zaman 'should' kip belirteci ve tavsiye verme, Yemek pişirme ile kalıplar ve kelimeler, Past Simple Tense, Yemek siparişi verirken kullanılan kalıplar ve kelimeler, Kıyafetlerle ilgili kalıplar ve kelimeler, Plan yaparken kullanılan kalıplar ve kelimeler, Present Perfect Tense ever – never just – yet – already been to – gone to ever – never just – yet – already been to – gone to.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Türk Dili II		2	1	2+0	2

Kompozisyon bilgisi, Anlatım Biçimleri (Açıklayıcı, tartışmacı, tasvirici, hikayeci anlatım), Yazılı kompozisyon türleri (Makale, deneme, fıkra vs.), Dilekçe ve Özgeçmiş (CV) yazımı, Rapor, Tutanak ve Karar yazımı, Sözlü anlatım türleri (Konferans, Seminer, Hitabet /Nutuk), Sözlü anlatım türleri (Sempozyum, Panel, Forum, Açık Oturum, Münazara), Bilimsel araştırma teknikleri, Sözlü anlatımda başarılı olmanın yolları, Cümle Bilgisi-I (Cümlenin ögeleri), Cümle Bilgisi-II (Cümle türleri), Anlatım Bozuklukları, Şiir, roman, hikâye, tiyatro.

**T.C. HARRAN ÜNİVERSİTESİ**  
**ŞANLIURFA SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU**  
**PAZARLAMA PROGRAMI DERS İÇERİKLERİ**

---

**3.YARIYIL**

<b>DERSİN ADI</b>	<b>KODU</b>	<b>YARIYILI</b>	<b>T+U</b>	<b>KREDİSİ</b>	<b>AKTS</b>
Pazarlama İletişimi		3	3+1	3.5	5

Öğrenci, pazarlama iletişimi faaliyetlerinin pazarlama karması içerisindeki önemini kavrar, kişisel satış, reklam, doğrudan pazarlama, satış geliştirme, halkla ilişkiler ve dijital pazarlama faaliyetlerinin işlevlerini anlar, pazarlama iletişimine konu olan çevreleri ve medyaları analiz eder, pazarlama iletişimi karmasını kullanarak bir işletmenin pazarlarıyla nasıl iletişime geçtiğini anlar.

<b>DERSİN ADI</b>	<b>KODU</b>	<b>YARIYILI</b>	<b>T+U</b>	<b>KREDİSİ</b>	<b>AKTS</b>
Pazarlama Araştırmaları		3	2+0	2	3

Pazarlama araştırmaları bağlamında yer alan temel kavramları açıklar, araştırma problemini formüle eder, hipotezleri kurar ve gerekli analiz yöntemlerini belirler, pazarlama araştırması için gerekli olan veri ve bilgilerin neler olduğuna karar verir ve uygun ölçekleri geliştirir, anket tasarımı yapar, veri toplama sürecinde örnekleme işlemlerini belirler ve saha çalışmasının yürütülmesini organize eder, temel istatistiksel analiz yöntemlerini bilir, sonuçları değerlendirir ve bulgulara ilişkin çıkarımlar yapar, pazarlama araştırması raporunu hazırlar.

<b>DERSİN ADI</b>	<b>KODU</b>	<b>YARIYILI</b>	<b>T+U</b>	<b>KREDİSİ</b>	<b>AKTS</b>
Perakende Yönetimi		3	3+0	3	3

Perakendecilik ve mağaza yönetimiyle ilgili bilgi edinir, perakendeci türlerini sınıflandırır, perakende mağaza yeri seçimiyle ilgili karşılaştırma ve araştırma yapar, perakendeci ürün çeşitlendirmesi yapabilir, perakendeci işletmenin satın alma ve fiyatlandırma sistemini öğrenir, perakende iletişim karmasını oluşturur.

<b>DERSİN ADI</b>	<b>KODU</b>	<b>YARIYILI</b>	<b>T+U</b>	<b>KREDİSİ</b>	<b>AKTS</b>
Marka Yönetimi		3	3+0	3	4

Marka kavramını ve bu kavramın içerdiği unsurları öğrenir, marka sadakati ve marka değeri gibi kavramları anlar ve çalışacağı kuruluşlarda marka kimliğini yaratmaya ve marka imajını güçlendirmeye yardımcı olma gibi yeterlikler kazanır, marka Stratejilerini etraflıca öğrenir, stratejik pazarlama yönetim sürecini anlar, bu sürecin markayla olan ilişkisini kavrar.

<b>DERSİN ADI</b>	<b>KODU</b>	<b>YARIYILI</b>	<b>T+U</b>	<b>KREDİSİ</b>	<b>AKTS</b>
Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar		3	3+0	3	4

**T.C. HARRAN ÜNİVERSİTESİ**  
**ŞANLIURFA SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU**  
**PAZARLAMA PROGRAMI DERS İÇERİKLERİ**

Pazarlamanın yeni uygulama ve yaklaşımlarını öğrenir, yeni pazarlama anlayışları ile tüketici beklentilerinin ilişkisini kavrar, pazarlamanın dijitalleşen dönüşümünü ve bu dijitalleşmenin hangi alanlarda uygulandığını görür, yeni Pazarlamanın insan beyni ve fizyolojisi, ekolojik çevre, işletme çalışanları, çok küçük müşteri dilimleri, siyaset, sanat ve felsefe gibi muhtelif alanlarda da uygulanabildiğini öğrenir.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Tüketici Hukuku		3	2+0	2	2

Tüketici hakları ve tüketicinin korunması gibi konularda temel bilgileri öğrenir, işletmelerin pazarlama uygulamalarını ve başarısını etkileyecek müşteriyle ilgili ve hukuki temel konuları öğrenir, müşteri şikayetleri ve önerilerini değerlendirip bunlara nasıl çözümler bulunacağına dair temel bilgileri öğrenir, pazarlama faaliyetlerinin daha doğru yürütülmesi için gerekli pazarlama mevzuatını öğrenir.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Dijital Pazarlama		3	3+0	3	3

Elektronik ticaret hakkında bilgi sahibi olur, dijital pazarlamaya ilişkin kavramları tanımlar, dijital ortamda tüketici davranışlarının yapısını öğrenir, dijital ortamdaki pazarlama karması stratejilerini ana hatlarıyla belirtir, dijital pazarlama türlerini detaylı şekilde açıklar.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Küresel Pazarlama		3	2+0	2	3

Küreselleşme ve küresel pazarlama kavramlarını açıklar, işletmelerin küresel ölçekteki faaliyetlerini etkileyen ekonomik, sosyal ve demografik etkenleri öğrenir, işletmeleri küreselleşmeye yönelten sebepleri açıklar, küresel ölçekte pazarlama karması unsurlarıyla ilgili kararların nasıl verildiğini kavrar, uluslararası Pazarlara Giriş Stratejilerinin nasıl uygulandığını öğrenir.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Yeni Medya		3	2+0	2	3

İnternetin ne olduğunu, özellikleri ve kullanım amaçlarını bilir, Yeni Medya kavramı ve yeni medyanın özelliklerini öğrenir, Yeni Medyanın teknolojik temellerini, telekomünikasyon altyapısını ve sayısal yayıncılığı bilir, Yeni Medya'da ortaya çıkan etik sorunları bilir.

DERSİN ADI	KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Satıl Saha Uygulamaları		3	2+0	2	3

Satış sahası kavramını öğrenir, satış sahasının hacmini ve içinde yer alan paydaşları bilir, satış ekibi oluşturmayı ve koordine etmeyi öğrenir, satış sahası ile ilgili bütçe ve rapor hazırlamayı öğrenir.

#### 4. YARIYIL

**T.C. HARRAN ÜNİVERSİTESİ**  
**ŞANLIURFA SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU**  
**PAZARLAMA PROGRAMI DERS İÇERİKLERİ**

---

<b>DERSİN ADI</b>	<b>KODU</b>	<b>YARIYILI</b>	<b>T+U</b>	<b>KREDİSİ</b>	<b>AKTS</b>
İş Yeri Eğitimi ve Uygulaması		4	5+35	22,5	24

Meslek bilgisini artırır, bağımsız çalışma yapabilme ve kendi kendine öğrenme becerisi kazanır, takım ruhunu ve ekip olarak çalışmayı öğrenir, kariyer planlama ve yönetimi kavramlarını öğrenir, çalışma ortamında ihtiyaç duyabileceği yazılım ve bilgisayar programları gibi araçları kullanma becerisi kazanır, bir raporda veya çalışmada gerekli olabilecek bilgisayar, yazılım, internet ve anket (proje, deney) çalışması yapma becerisi kazanır, kamu veya özel kuruluşlardaki üretim ve hizmet süreçlerini işyerinde uygulayarak becerilerini geliştirir ve bilgilerini pekiştirir.

<b>DERSİN ADI</b>	<b>KODU</b>	<b>YARIYILI</b>	<b>T+U</b>	<b>KREDİSİ</b>	<b>AKTS</b>
Staj		4	0+2	1	6

Firmada çalıştığı bölümün diğer bölümlerle ilişkilerini tanımlar, firmanın yer aldığı endüstriyel çevre elemanları ile ilişkilerini anlatır, bulunduğu bölümün işleyişinin etkinleştirilmesi hakkında değerlendirmede bulunur, çalıştığı bölümün sorunlarını tanımlar, çalıştığı süre boyunca işletmeye katkısı olduğunu rapor eder, iş arkadaşları ile ilişkilerini, birlikte çalışma koşullarını değerlendirir, kariyer gelişimini ve kariyer yolunu tasarlar.

---