Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**PZL551 - Pazarlama Yönetimi**
Ders Türü	I.Yarıyıl
Teori + Uygulama	3+0
AKTS	**6.0**
Ders Dili	Türkçe
Ders Türü	Seçmeli Dersler
Öğretim Elemanları	PROF. DR. MİNE OYMAN

Dersin Veriliş Biçimi	Bu ders sadece uzaktan eğitim şeklinde yürütülmektedir.
Önkoşullar	Bu dersin önkoşulu ya da eş koşulu bulunmamaktadır.
Önerilen Dersler	Bu dersi alacak öğrencilerin İŞY 543 Müşteri İlişkileri Yönetimi dersini alması önerilir.
Önerilen Kaynaklar	Philip Kotler ve Gary Armstrorng (2018). Pazarlama İlkeleri, (Çev. Ed. A. Ercan Gegez), I. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları2) Philip Kotler ve Kevin Lane Keller (2018) Pazarlama Yönetimi , (Çev. Ed. İbrahim Kırcova), I. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları3) Zafer Erdoğan vd. Pazarlama Yönetimi (Ed. Zafer Erdoğan ve Elif Eroğlu. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, AÖF Yayınları, 20144) Ömer Baybars Tek ve Engin Özgül Pazarlama İlkeleri 20065) Remzi Altunışık, Şuayip Özdemir ve Ömer Torlak. Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi. (İstanbul: Beta Yayınları, 2014)6) Philip Kotler ve Gary Armstrong (2011). Principles of Marketing, New Jersey: Pearson Prentice Hall. /) Mucuk,İ. (2010) Pazarlama. İstanbul: Türkmen Kitabevi. • Tenekecioğlu,B. veErsoy, F.(2000) Pazarlama yönetimi . Genişl. yeni bs. Eskişehir : Birlik Ofset Yayıncılık. Sezer Korkmaz, Zeliha Eser vd. (2009). Pazarlama, Ankara: Siyasal Yayın ve DağıtımBlythe,J.(2001) Pazarlama İlkeleri. (Çev: Yavuz Odabaşı) Eskişehir: Bilim Teknik Yayınevi. Media Cat • Capital • Marketing Türkiye , Brand Age.
Staj & Uygulama	yok

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
1. hafta		Pazarlama kavramı ve kapsamı	
2. hafta		Pazarlama Yönetimi Yaklaşımları ve yeni eğilimler	
3. hafta		Pazarlama Fırsatlarının Analizi: Pazarlamada çevre faktörleri	
4. hafta		Pazarlama Fırsatlarının Analizi: Pazarlama bilgi sistemi ve pazarlama araştırması	
5. hafta		Stratejik Planlama ve Pazarlama Planlaması	
6. hafta		Pazar türleri ve Alıcı Davranışları	
7. hafta		Hedef Pazar Seçimi ve Konumlandırma Stratejileri	
8. hafta		Ürünler Ve Hizmetler	
9. hafta		Ürün stratejileri	
10. hafta		Hizmetler	
11. hafta		Dağıtım kanalları ve perakendecilik	

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
12. hafta		Fiyatlama	
13. hafta		Tutundurma	
14. hafta		Uluslararası Pazarlama	

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
1	Pazarlamanın kapsamını ve yaklaşımlarını ayırt edebilecektir. -Pazarlama kavramını ve kapsamını tanımlar. -Pazarlama ile ilgili kavramları ilişkilendirir. -Temel pazarlama yaklaşımlarını karşılaştırır. -Günümüzdeki pazarlama eğilimlerini örneklendirir.
2	Pazar fırsatlarının ve hedef pazarın nasıl belirlendiğini değerlendirebilecektir. -Pazarlamada çevre faktörlerini ayırt eder. -Pazarlama bilgi sistemini ve pazarlama araştırmasını açıklar. -Pazar türleri ve alıcı davranışlarını tanımlar -Pazar bölümlendirme ve hedef pazarın seçimi stratejilerini örneklendirir. -Konumlandırma stratejilerini örneklendirir. -Pazarlama planlaması sürecini tanımlar.
3	İşletmenin pazar sunusu olan pazarlama karmasını sınıflandırabilecektir. -Ürün ve hizmetleri ayırt eder. -Ürün stratejilerini örneklendirir. -Dağıtım kanalı ve perakendeci kurumları tanımlar. -Fiyatlama kavramını ve stratejilerini ayırt eder. -Tutundurma karmasını örneklendirir.
4	Uluslararası pazarlamayı betimler. -Uluslararasılaşma güdülerini örneklendirir. -Uluslararasılaşma teorilerini ayırt eder. -Uluslararası pazarlamada çevre faktörlerini tanımlar. -Uluslararası pazarlama stratejilerini tanımlar.

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

İçerik girilmemiştir.

Dersin Teması

İçerik girilmemiştir.

AKTS İş Yükü

Etkinlik	Süre (Saat)	Sayı	İş Yükü
Teorik Derse Katılım	0	0	0
Sınıf Dışı Çalışma (Ön Hazırlık & Pekiştirme Amaçlı)	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Proje - Rapor - Sunum Hazırlama	0	0	0
Ara Sınav Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Final Sınavı Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Uygulama (Laboratuvar, Müzik/Enstrüman Uygulaması, Atölye/Saha Çalışması vb.)	0	0	0
Staj Uygulaması	0	0	0
		Hesaplanan AKTS	**0**

Ölçme ve Değerlendirme

İçerik girilmemiştir.