Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**PZY501 - Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri**
Ders Türü	I.Yarıyıl
Teori + Uygulama	3+0
AKTS	**6.0**
Ders Dili	Türkçe
Ders Türü	Seçmeli Dersler
Öğretim Elemanları	DR. ÖĞR. ÜYESİ DİLŞAD KIRSELİOĞLU

Dersin Veriliş Biçimi	Uzaktan Eğitim
Önkoşullar	Bu dersin ön koşul ya da eş koşulu bulunmamaktadır
Önerilen Dersler	yok
Staj & Uygulama	yok

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
1. hafta		Pazarlama kavramı ve kapsamı	
2. hafta		Pazarlamada çevre faktörleri	
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	
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.

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
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.