

ABDULLAH GÜL ÜNİVERSİTESİ
YÖNETİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ
İŞLETME BÖLÜMÜ
İŞLETME LİSANS PROGRAMI
DERS TANIM VE UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U Saat	Kredisi	AKTS
Pazarlama Yönetimi	BA-203	GÜZ	3 + 0	3	5

Ön Koşul Dersleri	
-------------------	--

Dersin Türü	Zorunlu
Dersin Dili	İngilizce
Dersin Koordinatörü	-
Dersi Verenler	-
Dersin Yardımcıları	-
Dersin Amacı	Pazarlama aslında müşteriye artı değer katmayı hedefleyen ve pazar yerinde katılımcıların faydalanmasını sağlıyor. Bu nedenle, pazarlama, bir kuruluşun temel işlevlerinden biridir. Bu derste öğrenciler, fikirlerin, malların ve hizmetlerin kavranması, fiyatlandırılması, tanıtımı ve dağıtımını planlamak ve yürütmek hakkında bilgi edinecektir. Buna ek olarak, tüketicilerin ihtiyaçlarını belirleme ve ölçmeye odaklanacağız ve rekabet ortamını değerlendiriyoruz. Son olarak pazar segmentasyonu, hedefleme ve konumlandırma gibi konularda ve tüketici alım davranışını etkileyen faktörler ele alınacaktır.
Dersin Öğrenme Çıktıları	• Pazarları ve pazar bölümlerini tanımlama • Bir pazarlama stratejisinin bileşenlerini keşfetmek • Pazarlama araştırmasının rolünü gözden geçirme • Ürün yaşam döngüsü kavramının piyasa planlamasına uygulanması • Fiyat ayarında seçenekleri inceleme • Aracıların rolü ve tedarik zinciri yönetiminin anlaşılması • Promosyon rolünü incelemek (reklamcılık, satış ve ticaret promosyonu, satış / DM)
Dersin İçeriği	• Pazarlama: Müşteri Değer Yaratma ve Yakalama • Şirket ve Pazarlama Stratejisi: Müşteri İlişkileri Oluşturma Ortaklığı • Pazarlama Ortamının Analizi ve Müşteri Bilgilerini Kazanacak Pazarlama Bilgilerini Yönetme • Tüketici ve Üretici Alıcı Davranışını Anlama • Müşteri Odaklı Pazarlama Stratejisi: Hedef Müşteriler İçin Değer Yaratmak • Ürünler, Hizmetler ve Markalar: Müşteri Değeri Oluşturma

	• Yeni Ürün Geliştirme ve Ürün Yaşam Döngüsü Yönetimi • Fiyatlandırma: Müşteri Fiyatını Anlama ve Yakalama • Pazarlama Kanalları: Müşteri Değerini Sağlama • Perakendecilik ve Toptancılık • Müşteri Değerini Artırmak: Reklamcılık ve Halkla İlişkiler • Perakendecilik ve Toptancılık • Müşteri Değerini Artırmak: Reklamcılık ve Halkla İlişkiler • Kişisel Satış ve Satış Promosyonu • Doğrudan ve Online Pazarlama: Doğrudan Müşteri İlişkileri Oluşturma • Küresel Pazarlar
--	--

HAFTALIK KONULAR VE İLGİLİ ÖN HAZIRLIK SAYFALARI

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Konulara giriş	İzlenice
2	Pazarlama: Müşteri Değer Yaratma ve Yakalama Şirket ve Pazarlama Stratejisi: Müşteri İlişkileri Oluşturma Ortaklığı	Dersin Kitabı
3	Pazarlama Ortamının Analizi ve Müşteri Bilgilerini Kazanacak Pazarlama Bilgilerini Yönetme	Dersin Kitabı
4	Tüketici ve Üretici Alıcı Davranışını Anlama	Dersin Kitabı
5	Müşteri Odaklı Pazarlama Stratejisi: Hedef Müşteriler İçin Değer Yaratmak	Dersin Kitabı
6	Ürünler, Hizmetler ve Markalar: Müşteri Değeri Oluşturma	Dersin Kitabı
7	Yeni Ürün Geliştirme ve Ürün Yaşam Döngüsü Yönetimi	Dersin Kitabı
8	Ara Sınav	
9	Fiyatlandırma: Müşteri Fiyatını Anlama ve Yakalama	Dersin Kitabı
10	Pazarlama Kanalları: Müşteri Değerini Sağlama	Dersin Kitabı
11	Aktiviteler	Dersin Kitabı
12	Perakendecilik ve Toptancılık Müşteri Değerini Artırmak: Reklamcılık ve Halkla İlişkiler	Dersin Kitabı
13	Aktiviteler	Dersin Kitabı
14	Kişisel Satış ve Satış Promosyonu Doğrudan ve Online Pazarlama: Doğrudan Müşteri İlişkileri Oluşturma	Dersin Kitabı
15	Küresel Pazarlar	Dersin Kitabı
16	Final	

KAYNAKLAR

Ders Notu	Marketing: An Introduction, 12e Global Edition :Gary Armstrong & Philip Kotler, Prentice-Hall, Inc., Upper Saddle River, NJ
Diğer Kaynaklar	

MATERYAL PAYLAŞIMI	
Dökümanlar	Bu derse ait ders notları, slaytlar
Ödevler	Her öğrenci bir ders kitabı hazırlar veya ders kitabımızın bir bölümünü paylaşır. PPT sunumu hazırlaması gerekir.
Sınavlar	1 Arasınav ve 1 Final

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ		
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI	SAYISI	KATKI PAYI
Ara Sınav	1	20
Sunum	1	10
Aktiviteler	2	40
Derse Devam	16	10
TOPLAM		80
Yılıçının Başarıya Oranı		80
Finalin Başarıya Oranı	1	20
TOPLAM		100

Ders Kategorisi	
Temel Bilimler ve Matematik	%0
Mühendislik Bilimleri	%0
İşletme	%100

DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARININ PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLE İLİŞKİSİ						
No	Program Yeterlilikleri	Katkı Düzeyi				
		1	2	3	4	5
1	Pazarlama, insan kaynakları yönetimi, üretim yönetimi, muhasebe ve finans gibi işletmenin alt alanlarında bilgi toplamak ve bu bilgiyi firmanın bütün misyon ve vizyonuna entegre etmek ve uygulamak.					X
2	Bilgi teknolojisi ve araştırma yöntemlerini kullanarak; veriyi edinme, yorumlama, sentezleme ve sonuçları karar vermede kullanarak, kritik ve stratejik düşünciyi iş problemlerini çözme ve analiz etmede uygulamak.				X	
3	Küreselleşmenin şirketler, insanlar ve ulusal ekonomiler üzerindeki etkisini farklı hukuki, siyasi ve ekonomik sistemleri göz önünde bulundurarak anlamak.					X
4	Daha iyi ürün, hizmet ve süreç yaratmada inovasyonun rolünü anlamak.					X
5	Yazılı profesyonel iletişimde ve resmi sözlü sunumlarda yeterlilik gösterme yeteneği.					X
6	Liderlik yeteneklerine sahip olma ve grup görevlerini yerine				X	

	getirmede takım oluşturma ve işbirlikçilik yeteneklerini kullanma.					
7	İş yerlerindeki hukuki ve etik sorunları tanımak, bu sorunların potansiyel sonuçlarının farkında olmak ve bunlara alternatif çözümler üretmek.				X	
8	Örgütsel kapsamda, kararlarda ve iş uygulamalarında sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarını anlamak.					X
9	Devamlı olarak profesyonel, saygılı, dürüst, adil ve mantıklı bir biçimde davranmak ve etik prensipleri ve mantıksal akıl yürütmeyi iş kararlarını almak ve doğrulamak için kullanmak.				X	

*1'den 5'e kadar artarak gitmektedir.

AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU			
Etkinlikler	Etkinlikler	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü
Ders Süresi (Sınav haftası dahildir: 16x toplam ders saati)	16	3	48
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	16	3	48
İnternette tarama, kütüphane çalışması	16	2	32
Sunum	1	2	2
Aktivite	2	5	10
Arasınavlara	1	5	5
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	5	5
Toplam İş Yüğü			150
Toplam İş Yüğü / 30			150/30
Dersin AKTS Kredisi			5