



. YARIYIL

Kodu	Ders Adı	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z/S		
LEE5998	Akademik Türkçe		4 + 0	4,0	S		
Bilimsel etik ilkeleri; Üniversiteler, TÜBİTAK ve YÖK vb. kurumların etik kurullarının genel ilkeleri ve işleyiş şekilleri; Ar-Ge projeleri; bilimsel araştırma teknikleri; literatür tarama mantığı ve işlemleri; bilimsel makalelerin incelenmesi ve bilgiye hızlı ulaşma; bilimsel bilginin sunumu ve yayımlanması süreçleri.							
LEE5999	Bilim Etiği ve Araştırma Teknikleri		2 + 0	5,0	S		
Bilimsel etik ilkeleri; Üniversiteler, TÜBİTAK ve YÖK vb. kurumların etik kurullarının genel ilkeleri ve işleyiş şekilleri; Ar-Ge projeleri; bilimsel araştırma teknikleri; literatür tarama mantığı ve işlemleri; bilimsel makalelerin incelenmesi ve bilgiye hızlı ulaşma; bilimsel bilginin sunumu ve yayımlanması süreçleri.							
PAZ5000	Tez Çalışması		0 + 1	20,0	Z		
Teorik çalışma, Nicel ve Nitel araştırma yöntemleri.							
PAZ5001	Endüstriyel Pazarlama		3 + 0	7,5	S		
Bu derste endüstriyel pazarlamanın yapısı üzerinde durulmaktadır. Endüstriyel pazar türleri ve müşteri davranışları, endüstriyel pazarlarda alıcı-satıcı ilişkileri, endüstriyel Pazar karması, endüstriyel (örgütsel) pazarlarda bilgi sisteminin kurulması ve işleyişi, endüstriyel pazar bölümlenme, hedef pazar seçimi ve konumlama stratejileri incelenmektedir.							
PAZ5002	Hizmet Pazarlaması		3 + 0	7,5	S		
Hizmet Kavramı, Hizmetlerin Rolü ve Önemi, Hizmetlerin Özellikleri ve Hizmet Sektörü, Hizmet Karması ve Hizmetlerin Sınıflandırılması, Hizmet Pazarlaması ve Hizmet İşletmelerinin Pazarlama Yönetim Süreci, Hizmet Pazarlaması ve Stratejileri, Hizmetlerin Düzenlenmesi ve Hizmet Kalitesi, Hizmetler Bağlamında Tüketici, Hizmet Tasarımı ve Yeni Hizmetler, Hizmet Sunumunda Fiziksel Deliller ve Hizmet Ortamı, Hizmetlerde Dağıtım ve Sunum, Hizmetlerde Kapasite ve Talep Yönetimi, Hizmetlerin Fiyatlandırılması, Hizmetlerde İletişim ve Bilgilendirme, Hizmet Pazarlaması ve Yeni Yaklaşımlar.							
PAZ5003	İlişkisel Pazarlama		3 + 0	7,5	S		
İlişkisel pazarlama kavramı, kapsamı, yapısı, amaçları ve çeşitleri, ilişkisel pazarlama ile ilişkili öteki pazarlama kavramları, ilişkisel pazarlamanın önemi, ilişkisel pazarlamada strateji ve politika, ilişkisel pazarlamanın karakteristik boyutları, ilişkisel pazarlama uygulamaları.							
PAZ5004	Pazarlama Araştırma Yöntemleri ve Veri Analiz Teknikleri			3 + 0	7,5	S	
Pazarlama araştırmasında nitel ve nicel yöntemlerin öğretilmesi ve SPSS paket programının kullanılması ve veri girişi ve analizinin öğretilerek bir rapor halinde sunulması							
PAZ5005	Pazarlama Teorisi		3 + 0	7,5	S		
Pazarlama düşüncesinin evrimini anlamak ve eleştirel olarak değerlendirmek, Pazarlamadaki temel teoriler hakkında bilgi sahibi olmak, Pazarlama ile ekonomi, psikoloji, sosyoloji ve yönetim gibi diğer ilgili disiplinler arasındaki teorik ilişkileri tanımlamak, Pazarlamada teori geliştirme konusunda derin bir bakış açısına sahip olmak, Kavramsal bir model geliştirmek için belirli bir pazarlama konusuya ilgili literatür taraması yapabilmek, Pazarlamadaki akademik çalışmalar hakkında eleştirel düşünmeye başlamak.							
PAZ5006	Pazarlama Yönetimi		3 + 0	7,5	S		
Pazarlama yönetimi dersi kapsamında pazarlama sisteminin içinde bulunduğu çevre ile ilişkisi, pazarlama kavramının açıklanması, pazarlama birimleri ve işleyişleri, pazarlama stratejileri ve planlama, pazarlama araştırması ve pazarlama bilgi sistemleri, tüketici davranışı, ürün, dağıtım, tutundurma ve fiyatlandırma stratejileri konuları üzerine durulacaktır.							
PAZ5007	Tedarik Zinciri ve Lojistik Yönetimi		3 + 0	7,5	S		
Lojistik ve tedarik zinciri arasındaki ilişki, lojistik yönetiminin kapsamı, tedarik zinciri yönetiminin işletmelerdeki rolü, bilgi teknolojilerinin tedarik zincirlerinde kullanımı							
PAZ5008	Tüketici Davranışları		3 + 0	7,5	S		
Hedef Pazar belirlenmesi, tüketici pazar ve özellikleri, satın alma karar süreci, tüketici örgütleri, tüketici korunması, mevcut yasal ve yönetmeliklerin tanımlanması, satın almayı etkileyen faktörler.							
PAZ5009	Uluslararası Pazarlama		3 + 0	7,5	S		
Bu ders uluslararası pazarlamanın genel kavramlarını ve uluslararası pazarlamanın ilke ve uygulamalarını öğretmeye yöneliktir.							
PAZ5010	Üretim Yönetimi		3 + 0	7,5	S		
Üretim yönetiminin tarihsel gelişimi, fonksiyonları ve üretim kararlarının alınmasında kullanılabilecek başlıca yöntemler.							
PAZ5011	Dijital Pazarlama		3 + 0	7,5	S		
Öğrencinin, işletmenin ürün ve satış stratejilerine göre E-Ticaret müşterilerini belirleyebilmesini; müşteri özelliklerine göre internet üzerinden veri tabanı oluşturarak pazarlama/satış stratejilerinin oluşturulmasına yardımcı olabildiğini, işletmenin satış strateji ve politikaları ile müşteri özelliklerine göre, E-Satış yapabildiğini, işletme, pazar ve teknolojik gelişmelere göre web sayfasında satış bölümü ile ilgili güncellemeleri yapabildiğini sağlamaktır.							
PAZ5012	Marka Yönetimi		3 + 0	7,5	S		
Bu dersin içeriğini, marka kavramı, marka kişiliği ve kimliği, markanın konumlandırılması, markalama süreci, markalama stratejileri, marka denkliliği ve marka değeri gibi konular oluşturmaktadır.							

Kodu	Ders Adı	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z/S
PAZ5900	Seminer		3 + 0	7,5	S

Öğrencinin ilgi alanına uygun güncel bir konunun araştırma ödevi olarak verilip makale formatında, makale yazım kurallarına ve bilimsel araştırma kurallarına uygun bir şekilde hazırlanması ve sınıfta sunum yapılması.



Kodu	Ders Adı	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z/S
PAZ7000	Uzmanlık Alan		6 + 0	10,0	Z

Araştırma Tasarımı yapmak için literatür araştırması yaparak, araştırma süreçlerini araştırma taslağına yazabilecek çalışmalarını içermektedir.

