



BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ
UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ
FİNANS VE BANKACILIK
(2019 - 2020) Ders Bilgi Formu



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Pazarlama Yönetimi	BAF301	5	3 + 0	5,0	Zorunlu
Birim Bölüm	Finans ve Bankacılık - Lisans (Öğün)				
Amaç	Bu dersin amacı, pazarlama kavramının ne olduğunu, pazarlama faaliyetlerinin yürütülmesine ilişkin temel ilkelerin neler olduğu, pazarlama karması, pazarlama yönetimi ve pazarlama performansının incelenmesi ve pazarlama etiği konularının öğrencilere anlatılmasıdır.				
Ders İçeriği	Bu derste pazarlama kavramının tanımı ile pazarlama faaliyetlerinin etkilendiği çevresel şartların incelenmesi ve pazarlama sürecinin elemanları olan pazarlama karmasının anlatılması ve pazarlama yönetimi fonksiyonunun uygulanmasındaki ilkelere değinilecektir.				
Ders Veren	Doç. Dr. Nurdan SEVİM				
Ders Kaynakları	Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi, Remzi Altunışık, Şuayip Özdemir, Ömer Tortak, Beta Yayınları 2017.				

Hafta	Konu
1	Pazarlama yönetimi dersinin amacı ve dersle ilgili temel kaynaklar.
2	Pazarlamaya giriş, pazarlama kavramının tanımı, pazarlama anlayışının (yaklaşımlarının) gelişimi.
3	Pazarlama yönetimi kavramı. Pazarlama yönetimi ve çevre ile ilişkisi.
4	Pazarlama kararlarıyla ilgili makro ve mikro çevre faktörleri.
5	Tüketici davranışları
6	Pazar bölümlendirme ve konumlandırma
7	Ara sınav
8	Pazarlama bilgi sistemi ve pazarlama araştırmaları
9	Ürün
10	Fiyat
11	Dağıtım
12	Tutundurma ve pazarlama iletişimi
13	Pazarlama yönetimi ve stratejik pazarlama planlaması
14	Dönem değerlendirme

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotları	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Küçük Grup Tartışması	2	7
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	1	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme, takım çalışması	Beyin Fırtınası	2	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	2	14
Ara Sınav 1		6	2
Dönem Sonu Uygulaması		10	3
Ders İş Yükü:		126	
AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):		4,94	

Program Çıktıları	
1	Finans alanıyla ilgili temel kavramlara, güncel ve teorik bilgilere sahip olur.
2	Alanla ilgili edindiği bilgi ve becerileri finansal süreçleri çözmede kullanır, analitik ve stratejik düşünerek uygulamaya geçirebilir.
3	Alanla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde finansal piyasaları ve finansal kurumları değerlendirebilir.
4	Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olur.
5	Alanla ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açık olur.
6	Finansal olaylar arasında neden-sonuç ilişkisi kurar ve yorumlar.
7	Finansal konularla ilgili bilgi ve becerileri yazılı ve sözlü olarak aktarır ve iletişim kurar.
8	Finansal konularda gelişmeleri takip edebilecek ve iletişim kurabilecek düzeyde bir yabancı dili anlayabilir ve kullanabilir.
9	Alanın gerektirdiği düzeyde bilgi, iletişim teknolojileri ve paket programları kullanabilir.
10	Alanla ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutar ve etik değerlere uygun değerlendirerek yorum yapar.
11	Finansal piyasa ve kurumların iç ve dış çevresinde tüm paydaşlarını gözetecek şekilde ilişkilerini izleyebilir.
12	Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verir, verileri ilgili doğrultuda toplar.
13	Finans ve bankacılık konularında edindiği bilgi ve becerileri sürekli geliştirerek ömür boyu öğrenmeye açıktır.
14	Alanıyla ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirebilir.
15	Genelde finans, özelde ise bankacılık konuları ile ilgili bilgi birikimine sahip olur ve ekonomide yaşanan süreçleri izleyebilir.

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15
Tüketici davranışlarının özelliklerini tanımlar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama kavram ve olgularını tanımlar ve örnekler verirler	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama yönetimindeki gelişmeleri tanımlar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazar çevresi kavramını açıklar, pazar çevresini oluşturan unsurları analiz eder ve pazarlama yönetimi açısından çıkarımlarını belirler	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama karması elemanlarını tanımlarlar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/198633>