



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 (Örgün)				
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 değerlendirmesi

Ders İş Yüğü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	3	14
Ara Sınav 1		35	1
Final		50	1
Ders İş Yüğü:		127	
AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5):		4,98	

Program Çıktıları	
1	Paranın zaman değeri, risk-getiri dengesi gibi finans alanıyla ilgili temel kavramlar, teoriler ve uygulamalar hakkında güncel ve teorik bilgilere sahip olur.
2	Bankacılık sektörüyle ilgili temel bilgi, ilke ve uygulamaları bilir ve edindiği bilgi ve becerileri finansal süreçleri çözmeye kullanır, analitik ve stratejik düşünerek bankacılıkla ilgili verileri analiz edebilir.
3	Alanla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde, banka, yatırım şirketi, borsa vb. finansal kurumları, finansal piyasaları öğrenir ve bu piyasalarda işlem gören hisse senetleri, tahviller vb. finansal ürünleri analiz ederek, değerlendirebilir.
4	Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olur.
5	Alanla ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açık olur.
6	Ulusal veya uluslararası finansal sistemlerin işleyişini anlayabilir, iflas, kriz vb. finansal olaylar arasında neden-sonuç ilişkisi kurar ve yorumlama becerisine sahip olur.
7	Finans ve bankacılık sektörüyle 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	Yatırım analizi ve portföy yönetimi başta olmak üzere finans ve bankacılık sektörünün 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	Bankacılık sektörünün iç ve dış çevresinde tüm paydaşlarını gözeterek şekilde ilişkileri izleyebilir, sorunları tanımlar ve çözüm önerileri geliştirme yetkinliğine sahip olur.
12	Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verir ve finansal verileri bu doğrultuda toplayıp değerlendirir.
13	Finans ve bankacılık konularında edindiği bilgi ve becerileri sürekli geliştirerek ömür boyu öğrenmeye açık ve bankacılık sektörüyle ilgili güncel gereksinimleri karşılama becerisine sahiptir.
14	Finans ve bankacılık sektörüyle ilgili bilgileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirebilir.
15	Finans ve bankacılık sektörü ile edindiği bilgi birikimi ile, küresel ekonomide ve uluslararası bankacılıkta 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	5	5	4	5	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	4
Pazarlama karması elemanlarını tanımlarlar.	2	4	4	4	4	5	3	2	2	4	4	4	4	4	5
Pazar çevresi kavramını açıklar, pazar çevresini oluşturan unsurları analiz eder ve pazarlama yönetimi açısından çıkarımlarını belirler	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5
Pazarlama yönetimindeki gelişmeleri tanımlar.	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4
Pazarlama kavram ve olgularını tanımlar ve örnekler verirler	3	4	3	4	4	5	3	2	5	3	5	4	5	4	3
Ortalama Değer	3,4	4,4	3,6	4	3,8	4,2	3,8	2,6	3,4	4	4	3,6	4,4	3,8	4,2

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/341153>