



| Ders Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S |
|--------------------|--|---------|----------|------|---------|
| Pazarlama Yönetimi | PZL101 | 2 | 3 + 0 | 3,0 | Zorunlu |
| Birim Bölüm | Bankacılık ve Sigortacılık - Ön Lisans (Yüzyüze) | | | | |
| Amaç | Dersin amacı, pazarlama ile ilgili temel kavramların ve temel bilgilerin öğretilmesidir. Bu öğretiler ışığında, öğrencilere pazarlamadaki güncel uygulamaları analiz edebilme yeteneğinin kazandırılmasıdır. | | | | |
| Ders İçeriği | Pazarlamanın temel kavramları, pazarlamayı etkileyen çevre faktörleri, pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi, ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma stratejileri, stratejik pazarlama planı. | | | | |
| Ders Veren | Öğr. Gör. Bayram DİRİK | | | | |
| Ders Kaynakları | Pazarlama İlkeleri, Prof.Dr. İsmet MUCUK, Pazarlama, Doç.Dr.İrfan ÇAĞLAR, Arş.Gör. Sabiha KILIÇ, Nobel Yayınları, Modern Pazarlama, Remzi Altunışık, Şuayip Özdemir ve Ömer Torlak, Değişim Yayınları, Pazarlama - İlkeler ve Yönetim-, Prof. Dr. Zafer ERDOĞAN, Ekin Yayınevi | | | | |

| Hafta | Konu |
|-------|--|
| 1 | Pazarlamada Temel Kavramlar |
| 2 | Pazarlama Çevresi Faktörleri |
| 3 | Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırması |
| 4 | Tüketici Davranışları |
| 5 | Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazar Seçimi, Konumlandırma |
| 6 | Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazar Seçimi, Konumlandırma |
| 7 | Ürün kararları |
| 8 | Fiyat Kararları / Arasınava |
| 10 | Tutundurma Çabaları |
| 11 | Dağıtım Kararları |
| 12 | Stratejik Pazarlama Planlaması |
| 13 | Pazarlamada Kontrol ve Sosyal Sorumluluk |
| 14 | Final sınavı konu tekrarı |

| Ders İş Yükü | Çalışma Türü / Öğretim Metotlar | Süresi (Saat) | Sayısı |
|---|------------------------------------|---------------|--------|
| Dinleme ve anlamlandırma | Ders | 3 | 14 |
| Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim | Sınıf Dışı Çalışma | 1 | 14 |
| Ara Sınav 1 | | 5 | 1 |
| Dönem Sonu Uygulaması | | 10 | 1 |
| | Ders İş Yükü: | 71 | |
| | AKTS (Ders İş Yükü / 25.5): | 2,78 | |

Program Çıktıları

- Ortaöğretim düzeyinde kazanılan yeterliliklere dayalı olarak alanındaki güncel bilgileri içeren ders kitapları, uygulama araç-gereçleri ve diğer kaynaklarla desteklenir
- Alanında edindiği temel düzeydeki bilgi ve becerileri kullanarak, verileri yorumlayabilme ve değerlendirebilme, sorunları tanımlayabilme, analiz edebilme, kanıtlara dayalı çözüm önerileri geliştirebilme.
- Alanında edindiği temel düzeydeki kuramsal ve uygulamalı bilgileri aynı alanda bir ileri eğitim düzeyinde veya aynı düzeydeki bir alanda kullanabilme becerileri kazanma.
- Alanı ile ilgili temel düzeydeki bir çalışmayı bağımsız olarak yürütebilme.
- Kendisine verilen görev ve sorumlulukları yerine getirir. (Akademik - 5. Düzey Önlisans)
- Öğrenimini aynı alanda bir ileri eğitim düzeyine veya aynı düzeydeki bir mesleğe yönlendirebilme.
- Alanı ile ilgili konularda sahip olduğu temel bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yoluyla aktarabilme.
- Alanı ile ilgili konularda sahip olduğu temel bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yoluyla aktarabilme.
- Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahip olma.
- Alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımları ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilme.

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

| Ders Öğrenme Çıktısı | PÇ1 | PÇ2 | PÇ3 | PÇ4 | PÇ5 | PÇ6 | PÇ7 | PÇ8 | PÇ9 | PÇ10 |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| Pazarlamada uygulanabilecek stratejiler ve kontrol yöntemlerinin kavranması | 2 | 1 | 4 | 1 | 1 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 |
| Pazarlama bilgi sistemi, pazarlama araştırması, tüketici ve endüstriyel pazarların özelliklerinin kavranması | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Pazarlamada yönetim prensiplerinin ve pazarlama planı oluşturma sürecinin kavranması | 5 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 |
| Pazarlamada Hızlı ve Doğru Karar Verme Stratejilerini Kavrar | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 1 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| Pazarlama karması elemanlarının (ürün, fiyat, dağıtım, ve tutundurma çabaları) kavranması | 1 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 5 | 4 | 5 |