



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Pazarlama Yönetimi	PAZ5006		3 + 0	7,5	Seçmeli
Birim Bölüm	Üretim Yönetimi ve Pazarlama - YL - Lisansüstü (Yüzyüze Eğitim)				
Amaç	Dersin öğrenme çıktıları, pazarlama yönetimi konularında edinilen teorik bilgileri kullanma, problem çözme, analitik düşünme, etkili ve rasyonel karar alma konularında beceri kazandırması yönüyle, yukarıda maddeler halinde sıralanan program yeterliliklerine yüksek derecede katkıda bulunmaktadır.				
Ders İçeriği	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.				
Ders Kaynakları	Pazarlama Yönetimi, Ahmet Hamdi İSLAMOĞLU, Beta Yayınları, Pazarlama Stratejileri Yönetimsel Bir Yaklaşım, Ömer TORLAK, Remzi ALTUNİŞİK, Beta Yayınları				

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 ve endüstriyel alıcı/kullanıcı davranışları.
6	Pazar bölümleme ve konumlandırma.
7	Pazarlama bilgi sistemi ve pazarlama araştırması.
8	Pazarlamada ürün kararları.
9	Pazarlamada fiyat kararları.
10	Pazarlamada dağıtım kararları.
11	Tutundurma ve pazarlama iletişimi.
12	Pazarlama planlaması, uygulama ve kontrol.
13	Uluslararası pazarlama.Sürdürülebilir pazarlama
14	Final Sınavı

Program Çıktıları

- İşletmenin makro ve mikro pazarlama çevresi sorunlarını tanımlayıp çözümleyebilmek
- Pazarlama yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek
- Üretim yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek
- Güncel pazarlama sorunlarının çözümünde pazarlama teorisi ve teorik yaklaşımların rolünü belirleyebilmek
- Pazarlama teorilerinin farklı kültürel yapılarda nasıl uygulandığını belirleyebilmek
- Klasik ve güncel pazarlama teorileri arasındaki farklılık ve ilişkileri tanımlayarak değerlendirmek
- Pazarlama yönetiminde bilgi sistemlerinden faydalanarak pazarlama bilgisi toplamak ve analiz edebilmek
- Tedarik zinciri ve lojistik faaliyetlerinin yönetimi ve entegrasyonu becerisi
- Rekabet ortamında pazarlama fırsat ve tehditleri belirlemek ve bunlara uygun stratejiler geliştirebilmek
- Mikro ve makro pazarlama çevresi üyeleriyle iletişim, koordinasyon ve bilgi paylaşımını sağlayabilmek
- İşletme sorunlarını sayısal karar verme tekniklerini kullanarak belirlemek ve çözüm sunmak

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
Öğrenciler pazarlama ile ilgili temel kavramları ve kendine has özellikleri tanımlayabilmektedir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler tüketici ve endüstriyel pazarı analiz edebilmektedir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler makro-mikro çevresel faktörler ile pazarlama arasındaki ilişki ve farklılıkları açıklayabilmektedir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması uygulamalarını tanıyabilmektedir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler pazar bölümleme, konumlandırma ve hedef pazarın seçilmesini açıklar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-