



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Pazarlama Yönetimi	MJF225	3	3 + 0	3,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Muhasebe ve Finans Yönetimi - 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. Dr. Sevdnur KAPUSUZ				
Ders Kaynakları	Pazarlama İlkeleri, Prof.Dr. İsmet MUCUK , Pazarlama, Doç.Dr.İrfan ÇAĞLAR, Arş. Gör. Sabiha KILIÇ, Nobel Yayınları, Erdoğan, Z. (2014). Pazarlama - İlkeler ve Yönetim, Ekin Yayınevi., Keller, K. L. ve Kotler, P. (2018). Pazarlama Yönetimi (Çev. Ed. İ. Kırcova), Beta Yayınları.				

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
10	Tutundurma Çabaları
11	Dağıtım Kararları
12	Stratejik Pazarlama Planlaması
13	Pazarlamada Kontrol ve Sosyal Sorumluluk
14	Pazarlamada Etik

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

Program Çıktıları	
1	Muhasebe ve finans alanında güncel kuramsal ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
2	Muhasebe bilgilerini stratejik, taktik ve operasyonel boyutlarda kullanabilir ve bu bilgileri örgütsel düzeyde analiz edebilir ve tasarlayabilir.
3	Kamu ve özel sektör iş yaşamının gerektirdiği, hem teorik hem de uygulama bazındaki muhasebe ve finans konularıyla iş yaşamına kolayca adaptasyon sağlar.
4	Bilişim teknolojileri başta olmak üzere, muhasebe ve finans alanındaki çağdaş yöntem ve teknolojilerdeki güncel gelişmeleri izler, bunları etkili bir şekilde kullanabilir ve kendini sürekli yenileme becerisi kazanır
5	Kamu ve özel sektör kuruluşlarındaki alanı ile ilgili süreçleri yerinde inceleyerek uygulama becerisi kazanır
6	Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye, yenilikçiliğe her şart altında önem verir ve verileri ilgili doğrultuda toplayabilir.
7	Bireysel ve ekip üyesi olarak sorumluluk alır, açık fikirli, eleştiriye açık, yapıcı ve özgüven sahibi olur, etkin ve verimli çalışır.
8	İş etiğinin değerlerine uymanın gereğini özümser, muhasebe ve finans alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında her şart altında toplumsal, bilimsel ve etik değerlere sahip olur ve uygular.
9	Liderlik vasıflarını kazanmak ve başarı ile uygulamak
10	Bir yabancı dili kullanarak muhasebe ve finans alanı ile ilgili bilgileri izler ve meslektaşları ile iletişim kurar
11	Yerel, ulusal, uluslararası ve küresel boyutlarda muhasebe ve finans alanındaki hem teorik hem de pratik değişim ve gelişimi izleme becerisi kazanır.
12	Takım çalışmasına uyumlu, inisiyatif sahibi, analitik düşünebilen, yenilik ve değişime açık, girişimci, yaşam boyu öğrenme davranışı kazanır.
13	Alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı bağımsız olarak yürütebilir.
14	Toplumsal Sosyal sorumluluk bilinci ile yaşadığı sosyal çevre için projeler ve etkinlikler düzenleyebilir.

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
Pazarlamada uygulanabilecek stratejiler ve kontrol yöntemlerinin kavranması	4	4	4	-	-	-	-	-	-	4	-	4	-	-
Pazarlama bilgi sistemi, pazarlama araştırması, tüketici ve endüstriyel pazarların özelliklerinin kavranması	4	4	-	4	-	-	-	-	-	4	4	-	-	-
Pazarlamada yönetim prensiplerinin ve pazarlama planı oluşturma sürecinin kavranması	4	5	4	4	-	-	-	-	-	4	-	-	-	4
Pazarlamada Hızlı ve Doğru Karar Verme Stratejilerini Kavrar	-	4	4	4	-	-	-	4	-	4	4	-	-	-
Pazarlama karması elemanlarının (ürün, fiyat, dağıtım, ve tutundurma çabaları) kavranması	4	4	4	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/332302>