



| Ders Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S |
|-----------------|--|---------|----------|------|---------|
| Pazarlama | MOS203 | 2 | 2 + 0 | 2,0 | Seçmeli |
| Birim Bölüm | Halkla İlişkiler ve Tanıtım - Ön Lisans (yüzyüze eğitim) | | | | |
| Amaç | Pazarlama ilkelerinin ve pazarlamada yönetsel uygulamaların kavranması | | | | |
| Ders İçeriği | Pazarlama ile ilgili Temel Kavramlar; Pazarlama Fonksiyonları; Pazarlamada Karar Verme; Pazarlama Planlaması; Pazarlama Yönetim Süreci; Pazarlamanın Çevre Koşulları; Satın Alma Davranışları; Hedef Pazar Kararları; Pazarlama karması Elemanlarına ilişkin Kararlar; Pazarlama planı; Pazarlama Faaliyetlerinin Denetimi | | | | |
| Ders Kaynakları | Pazarlama İlkeleri, İsmet Mucuk, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2017. | | | | |

| Hafta | Konu |
|-------|--|
| 1 | Pazarlamanın Tanımı, Kapsamı, Gelişimi, Pazarlama Kavramı ve Yeni Trendler |
| 2 | Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışları |
| 3 | Pazarlama Çevresi, Stratejik Planlama ve Pazarlamanın Rolü |
| 4 | Pazarlama Araştırması ve Bilgi Sistemi |
| 5 | Endüstriyel Pazarlar ve Uluslararası Pazarlar |
| 6 | Pazar Bölümlendirme, Hedefleme, Konumlandırma ve Satış Tahminleri |
| 7 | Ürün |
| 8 | Tutundurma (Pazarlama İletişimi) |
| 9 | Pazar Bölümlendirme |
| 10 | Kişisel Satış ve Satış Geliştirme |
| 11 | Reklam ve Halkla İlişkiler |
| 12 | İnternette Pazarlama ve Doğrudan Pazarlama |
| 13 | Hizmet Pazarlaması |
| 14 | Dağıtım: Dağıtım Kanalları, Tedarik Zinciri Yönetimi ve Lojistik |

| Ders İş Yüğü | Çalışma Türü / Öğretim Metotlar | Süresi (Saat) | Sayısı |
|-----------------------------|---------------------------------|---------------|--------|
| Dinleme ve anlamlandırma | Ders | 2 | 13 |
| Ara Sınav 1 | | 5 | 1 |
| Ödev 1 | | 10 | 1 |
| Final | | 5 | 1 |
| Ders İş Yüğü: | | 184 | |
| AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5): | | 7,22 | |

| Program Çıktıları | |
|-------------------|--|
| 1 | Halkla ilişkiler disiplininin ve ilişkili olduğu disiplinlerin temel kavramlarının önemini kavrayabilme ve disiplinler arasındaki ilişkileri kurabilir. |
| 2 | Düşüncelerini ve sorunlara ilişkin çözüm önerilerini yazılı ve sözlü olarak aktararak alanı ile ilgili konularda ilgili kişi ve kurumları bilgilendirir, ikna edici mesajlar oluşturabilir. |
| 3 | Tüketici davranışı ve etkili iletişim becerileri konusunda yeterli bilgi ve uygulama düzeyine sahip olarak iç-dış paydaşlarla ikna edici iletişim kurabilir. |
| 4 | Kurumun iç ve dış paydaşlarıyla ilgili iletişim sorunlarını, edindiği işletme yönetimi ve organizasyon alanındaki temel bilgilerle zorlu koşullarda dahi tespit edebilir, tanımlayabilir, analiz edip uygulayabilir. |
| 5 | Uluslararası platformdaki mesleki gelişmeleri ve yabancı literatürü takip edebilecek, uluslararası iş çalışmalarında kullanılacak orta düzeyde yabancı dil bilgi yeterliliğine sahiptir. |
| 6 | Temel hukuk bilgisi üzerinde iletişim hukukuyla ilgili yeterli bilinç düzeyine sahiptir. Üstlenilen iletişim çalışmalarında hukuki sorumlulukların bilinciyle hareket eder. |
| 7 | Kurum ya da ürün/hizmete yönelik imaj ve itibar oluşumuna katkı sağlayabilecek iletişim çalışmalarının yapılması süreçleri ile ilgili yeterli düzeyde kuramsal ve uygulama bilgisine sahiptir. |
| 8 | Değişime açık, toplumsal konulara duyarlı, eleştirel ve çözüm üretebilen bakış açlarına sahip olarak yaşam boyu öğrenmeye ilişkin olumlu tutum ve davranış geliştirir. |
| 9 | Edinilen disiplinler arası bilgiler sonucunda toplumsal, kültürel, siyasi ve sosyal konuları ya da değişimleri belirleme, analiz etme ve sonuçları mesleki çalışmalarda kullanabilme becerisine sahiptir. |
| 10 | Edinilen disiplinler arası bilgileri, yine disiplinler arası bilimsel ve mesleki çalışmaları destekleyecek biçimde kullanabilir. |
| 11 | Halkla ilişkiler ve tanıtım alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür, |
| 12 | Yapılacak iletişim çalışmalarında takım çalışmasına uygun olarak sorumlulukları üstlenebilir ve takım ruhu bilinci ile hareket edebilir. |
| 13 | Mesleki, ahlaki ve etik sorumluluk bilincine sahiptir. |
| 14 | Sponsorluk, sosyal sorumluluk, kamuoyu araştırmaları, imaj yönetimi, işletme yönetimi, hukuk, medya iletişimi, siyasal iletişim ve lobicilik, ekonomi, propaganda, gibi kavramları uygulayabilme becerisi kazanır. |

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 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Mesleki süreçleri planlama ve uygulama becerisi | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Disiplinlerarası da dahil takımlarda çalışma becerisi | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Mesleki uygulamada problemleri tanımlama ve çözme becerisi | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Gereksinimleri karşılayacak biçimde bir süreci yönetme becerisi | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Teorik alan bilgilerini uygulamada kullanabilme becerisi. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/380035>