



BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ

İŞLETME

(2024 - 2025) Ders Bilgi Formu



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Pazarlama Yönetimi	İSL206	4	3 + 0	5,0	Zorunlu
Birim Bölüm	İşletme - Lisans (Anlatım Tartışma, Bireysel Çalışma ve Proje Sunumları)				
Amaç	Pazarlama stratejileri, planlama ve uygulama süreçleri konularında kavramlar, amaçlar, araçlar ve bağlamlar düzeyinde teorik altyapı ve güncel uygulamaları dikkate alarak öğrencilerin bilgi donanımlarını geliştirmektir.				
Ders İçeriği	Pazarlama stratejileri, planlama ve uygulama süreçleri bağlamında ders anlatımları, sınıf içi tartışmalar ve proje sunumları.				
Ders Kaynakları	Bagozi, R.P., Coronel, F.F. ve Rosa, J.A., Marketing Management, Birinci Baskı, Prentice Hall, 1998., Torlak, Ö. ve Altunışık, R., Pazarlama Stratejileri, Beta Yayınları, 2009., Tek, Ö.B., Pazarlama İlkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları, Beta Yayınları, 1999., İslamoğlu, A.H., Pazarlama Yönetimi, Beşinci Baskı, Beta Yayınları, 2011., Kotler, P. ve Keller, K., Marketing Management, 14. Baskı, Prentice-Hall, 2011.				

Hafta	Konu
1	Pazarlama Yönetimi: Kavramlar, Temeller, Fonksiyonlar ve Amaçlar
2	Pazarlama Yönetimi: Stratejik Planlama Süreci
3	Tüketiciler Pazarı ve Tüketici Davranışları
4	Endüstriyel Pazar ve Endüstriyel Alıcı Davranışları
5	Rekabet Analizi, Pazarın Ölçümü, Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Tayini
6	Büyüme Stratejileri
7	Ara Sınav
8	Rekabet Stratejileri
9	Pazarlama Bileşenleri Kararları – Mal ve Hizmet Politikası
10	Fiyatlandırma Kararları
11	Dağıtım Kanalı ve Fiziksel Dağıtım Kararları
12	Pazarlama İletişimi (Tutundurma) Kararları
13	Pazarlama Örgütü ve Pazarlama Bilgi Sistemi
14	Final Sınavı

Ders İş Yüğü	Çalışma Türü / Öğretim Metotları	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	1	13
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim, eleştirel düşünme, soru geliştirme, yönetsel beceriler, takım çalışması	Grup Çalışması	1	7
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme, takım çalışması	Beyin Fırtınası	1	7
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim, Dinleme ve anlamlandırma, yönetsel beceriler	Seminer	1	7
Önceden planlanmış özel beceriler	Vaka Çalışması	1	13
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Küçük Grup Tartışması	1	13
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	1	13
Önceden planlanmış özel beceriler	Problem Çözme	1	7
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	1	13
Ara Sınav 1		6	1
Ödev 1		10	1
Final		6	1
Ödev (Sunum)		10	1
Ders İş Yüğü:		125	
AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5):		4,90	

Program Çıktıları	
1	Alan ile ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olma.
2	Girişimcilik ve liderliğin önemini bilme.
3	Alan ile ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olma...
4	Alan ile ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açık olma.
5	Bireysel bilgi ve becerileri ile alanla ilgili kişi ve kurumlara düşünceleri yazılı ve sözlü olarak aktarabilme, onlara çözüm önerisi sunabilme.
6	Alan ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme.
7	Alan ile ilgili edinilen bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme.
8	Alan ile ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutabilme ve etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapabilme
9	Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verme.
10	İşletmenin iç ve dış çevresinde tüm paydaşlarını gözetecek şekilde ilişkilerini düzenleyebilme ve yönetebilme.
11	Bir yabancı dili işletmecilik alanıyla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilme.
12	Alanın gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilme.

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
Pazarlama araştırmalarını planlar, bilgi toplama yöntemlerini kullanır ve bulguları yorumlar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazar veya kaynak tabanlı strateji alternatiflerini sınıflandırır ve statejiler çerçevesinde pazarlama uygulamalarını sorgular.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Büyüme veya rekabet stratejileri doğrultusunda pazarlama planları geliştirir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazar bölümlendirme ve hedef pazar tayini yapar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama çabalarını etkileyen çevresel faktörleri tanımlar ve pazarlama fonksiyonuna etkilerini ifade eder.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/384927>