



BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME
(2025 - 2026) 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	Bagozzi, R.P., Coroneel, F.F. ve Rosa, J.A., Marketing Management, Birinci Baskı, Prentice Hall, 1998., Torlak, Ö. ve Altunışık, R., Pazarlama Stratejileri, Beta Yayınları, 2009., Kotler, P. ve Keller, K., Marketing Management, 14. Baskı, Prentice-Hall, 2011. , İslamoğlu, A.H., Pazarlama Yönetimi, Beşinci Baskı, Beta Yayınları, 2011., Tek, Ö.B., Pazarlama İlkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları, Beta Yayınları, 1999.				

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 Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotları	Süresi (Saat)	Sayısı
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
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
Ara Sınav 1		6	1
Ödev 1		10	1
Final		6	1
Ödev (Sunum)		10	1
Ders İş Yükü:		125	
AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):		4,90	

Program Çıktıları

- Alan ile ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olur.
- Alan ile ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir.
- Alan ile ilgili konularda bireysel ve ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olur.
- Alanın gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanır..
- Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verir.
- Alanındaki gelişmeleri takip edebilecek düzeyde Türkçe ve bir yabancı dil bilgisine sahip olur ve yazılı-sözlü iletişim kurma yetkinliği kazanır.
- Alan ile ilgili edinilen bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirir ve sorunları kavrar.
- Farklı disiplinlerden edinilen bilgileri analitik ve eleştirel bir şekilde değerlendirerek, işletme uygulamalarına katkı sağlayacak yenilikçi çözümler üretir.
- Ulusal ve uluslararası bir işletme kurabilme, yönetme ve sürekliliğini sağlayabilme becerisi kazanır.
- Nitel ve nicel verilerden faydalanarak ekonomik ve sosyal konularda istatistiksel çözümlemeler ile daha etkin kararlar alır.
- Küresel olarak değişen müşteri istek ve ihtiyaçlarını belirleyerek, güncel talepleri karşılayabilecek ürün ve hizmetler üretir ve sunar.
- Finansal tabloları ve verileri anlayarak işletmenin mali durumunu değerlendirir, finansal kararlar alır.
- İşletmelerin hukuki süreçleri, sürdürülebilirlik ve etik konusundaki sorumlulukları hakkında bilgi sahibi olur ve bu konular bağlamında kararlar alırlar.

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
Pazarlama araştırmalarını planlar, bilgi toplama yöntemlerini kullanır ve bulguları yorumlar.	5	5	3	2	4	4	2	2	3	5	5	0	0
Pazar veya kaynak tabanlı strateji alternatiflerini sınıflandırır ve statejiler çerçevesinde pazarlama uygulamalarını sorgular.	5	5	5	2	4	3	3	4	2	1	5	0	0
Büyüme veya rekabet stratejileri doğrultusunda pazarlama planları geliştirir.	5	4	5	3	4	3	5	2	3	2	5	0	0
Pazar bölümlendirme ve hedef pazar tayini yapar.	5	5	3	3	5	3	2	5	2	2	5	0	0
Pazarlama çabalarını etkileyen çevresel faktörleri tanımlar ve pazarlama fonksiyonuna etkilerini ifade eder.	5	5	2	3	5	4	5	4	2	1	5	0	0
Ortalama Değer	5	4,8	3,6	2,6	4,4	3,4	3,4	3,4	2,4	2,2	5	0	0

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/397496>