

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Pazarlama Yönetimi	1005320	3	3+0	3	4
Ön Koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Verenler					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu ders, pazarlama yönetimi konusundaki temel yaklaşımları, kavramları ve teknikleri öğretmeyi amaçlamaktadır. Ders öğrencinin gerçek iş yaşamında karşılaşılabileceği pazarlama problemlerini tanıyabilmesini, bunlara uygun çözüm önerileri geliştirebilmesini ve bunları uygulayabilmesini sağlamayı hedeflemektedir.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenci; <ol style="list-style-type: none">1. Güncel pazarlama yaklaşımlarını ve uygulamalarını değerlendirir.2. İşletmelerin pazar ve tüketici odaklı etkinliklerini yönlendirir.3. İşletmeleri toplumsal sorumluluk anlayışına uygun olarak yönlendirir.4. Pazarlamanın yönetsel süreçlerle ilişkisini değerlendirir.5. Farklı tüketici gruplarının satın alma ve tüketim davranışlarını değerlendirir.6. Yeni iletişim teknolojilerinin pazarlama yaklaşım ve uygulamalarındaki katkısını değerlendirir.				
Dersin İçeriği	Pazarlamada Karar Verme ve Pazarlama Yönetim Süreci Aşamaları, Mamul, Mamul Hayat Eğrisi, Yeni Mamul Geliştirme, Ambalaj, Marka, Fiyat ve Fiyatlandırma Yöntemleri, Tutundurma ve Pazarlama İletişimi, Reklam ve Halkla İlişkiler, Doğrudan Pazarlama ve Doğrudan Pazarlama Araçları, Dağıtım Kanalları ve Fiziksel Dağıtım, Pazarlama Bölümünün Organizasyonu, Pazarlama Denetimi.				
Haftalar	Konular				
1	Pazarlamada Karar Verme ve Pazarlama Yönetim Süreci Aşamaları				
2	Mamul, Mamul Hayat Eğrisi, Yeni Mamul Geliştirme, Ambalaj, Marka				
3	Fiyat ve Fiyatlandırma Yöntemleri				
4	Fiyatlandırma Stratejileri ve Fiyatlandırmada Esneklikler				
5	Tutundurma ve Pazarlama İletişimi				
6	Kişisel Satış ve Satış Yönetimi Süreci				
7	Kişisel Satışta Beden Dili				
8	Satış Süreci ve Satış Geliştirme				
9	Reklam ve Halkla İlişkiler				
10	Doğrudan Pazarlama ve Doğrudan Pazarlama Araçları				
11	E-ticaret ve İnternette Pazarlama				
12	Dağıtım Kanalları ve Fiziksel Dağıtım				
13	Pazarlama Bölümünün Organizasyonu				
14	Pazarlama Denetimi				
Genel Yeterlilikler					
Temel pazarlama kavramlarını mamul, fiyat, tutundurma ve dağıtım kanalı ile ilgili karar alma süreçlerinde kullanabilir.					
Kaynaklar					
Mucuk, İ. (2015) <i>Pazarlama ilkeleri</i> . İstanbul: Türkmen Yayıncılık. Tokol, T. (1995). <i>Pazarlama Yönetimi</i> . Bursa: U.Ü. İİBF İşletme İkt. Ve Muh. Arşt.ve Uygulama Merkezi.					
Değerlendirme Sistemi					
Eğitim-öğretim dönemi başında ders izlenceleri formunda açıklanacaktır.					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PÇ 1	PÇ 2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
ÖK1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4
ÖK2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4
ÖK3	2	3	3	3	3	3	2	5	3	1	1	1	3	4	3
ÖK4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	1	1	1	4	4	4
ÖK5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4
ÖK6	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	1	1	4	4	4
ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları															
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük		2 Düşük		3 Orta		4 Yüksek		5 Çok Yüksek						

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Dersin Adı	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	PÇ 15
Pazarlama Yönetimi	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4