

Dersin Adı-Kodu: PAZARLAMA YÖNETİMİ- (LJK-208) (PSM-104)					Programın Adı:					
Yarıyıl	Eğitim ve Öğretim Yöntemleri							Krediler		
	Teori	Uyg.	Lab.	Proje/Alan Çalışması	Ödev		Diğer	Toplam	Kredi	AKTS Kredisi
V	14	14			14		33	75	3	3
Ders Dili	Türkçe									
Zorunlu / Seçmeli	Zorunlu									
Ön şartlar	Yok									
Dersin İçeriği	Pazarlama kavramı, pazarlama anlayış ve uygulamalarındaki gelişmeler, modern pazarlama anlayışı unsurları, pazarlama yönetimi kavramı, pazarlama yönetimi, stratejik planlama ve pazarlama planlaması, pazarlama kararlarını etkileyen çevresel faktörlerin analizi, pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması, pazar türleri, tüketiciler ve örgütsel pazarlarının özellikleri, Pazar bölümlendirme ve hedef Pazar seçimi, pazarlama karması unsurları; mal, fiyat, dağıtım ve tutundurma(promosyon) bileşenlerine yönelik kararlar, pazarlamada örgütlenme ve denetim, gerçek yaşamdaki pazarlama sorunlarının analizi ve pazarlamada vaka çalışmaları, Hizmet pazarlaması, uluslararası pazarlama, internet ortamında pazarlama.									
Dersin Amacı										
Öğrenme Çıktıları ve Yeterlilikler	1.Pazarlama faaliyetlerinin hangi bakış açısı ile ele alınması ve yürütülmesi gerektiğini anlayabilme 2.Pazarlama alanındaki problemlerin nasıl ele alınacaklarını kavrayabilme ve Pazarın ve Pazar çevresinin işletmeye sunduğu fırsat ve tehditlerin analiz ve anlaşılmasını yapabileme.									
Ders Kitabı ve/veya Kaynaklar										
Değerlendirme Ölçütleri								Varsa (X) olarak işaretleyiniz	Yüzde (%)	
	Ara Sınavlar							X	19,5	
	Kısa Sınavlar									
	Ödevler								5,4	
	Projeler									
	Dönem Ödevi									
	Laboratuvar									
	Diğer								5,1	
Dönem Sonu Sınavı							X	70		
Ders Sorumluları										
Hafta	Konular									
1	Pazarlama kavramı									
2	Pazarlama yönetimi kavramı									
3	Pazarlama anlayış ve uygulamalarındaki gelişmeler, modern pazarlama anlayışı unsurları,									
4	Pazarlama yönetimi, stratejik planlama ve pazarlama planlaması,									
5	Pazarlama kararlarını etkileyen çevresel faktörlerin analizi,									
6	Pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması, pazar türleri, tüketiciler ve örgütsel pazarlarının özellikleri									
7	Pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçimi,									
8	Ara Sınav									
9	Pazarlama karması unsurları; mal, fiyat, dağıtım ve tutundurma(promosyon) bileşenlerine yönelik kararlar,									

10	Pazarlama karması unsurları; mal, fiyat, dağıtım ve tutundurma(promosyon) bileşenlerine yönelik kararlar,			
11	Pazarlamada örgütlenme ve denetim			
12	Gerçek yaşamdaki pazarlama sorunlarının analizi ve pazarlamada vaka çalışmaları			
13	Hizmet pazarlaması			
14	Uluslararası pazarlama, internet ortamında pazarlama			
15	Dönem Sonu Sınavları			
Öğrenci İş Yüğü Dağılımı ve AKTS Hesabı		Sayısı	Süresi (Saat)	Toplam
	Haftalık Ders Saati (Teorik)	14	1	15
	İçerik Okuma	14	1	14
	İnternette tarama, kütüphane	2	3	6
	Ödev Hazırlama	1	5	5
	Ara sınav ve ara sınava hazırlık	1	10	10
	Final sınavı ve final sınavına	1	25	25
	Toplam İş Yüğü			75
Dersin AKTS Kredisi			3	