AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Pazarlama Yönetimi								
Ders Kodu	İŞLT202		Ders Düzeyi	Lisans					
AKTS Kredi	5	İş Yükü	125 *(Saat)*	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Pazarlama faaliyetlerinin amaca yönelik olarak uygulanması sürecinde yönetimde temel ilkeler olan pazarlama planlaması, organizasyonu, koordinasyonu, yürütme ve denetim fonksiyonlarını teorik ve uygulamalı olarak öğretebilmek, yeni ekonomi sürecinde pazarlama alanında yaşanan değişim ve gelişmeleri açıklayarak yeni pazarlama terimlerini uygulama açısından değerlendirmek amaçlanmıştır.								
Özet İçeriği	Pazarlama sistemi; pazarlama çevresi; pazarlama sisteminin örgüt içindeki yeri ve öneminin belirlenmesi. Tüketici davranışları; üretici satıcı ve hükümet pazarları; pazar bölümlemesi; pazar tahminlemesi; büyüme ve rekabet stratejisi; pazarlama örgütlenmesi; pazar planlaması; ürün politika, yeni ürün, fiyat, dağıtım kanalı, satış artırma ve satış gücü kararları; pazarlama denetimi; pazarlamada toplumsal, yasal ve etiksel sorunlar.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Tartışma, Bireysel Çalışma								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları		
Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar	
1	Remzi ALTUNIŞIK, Şuayıp ÖZDEMİR ve Ömer TORLAK (2006), Modern Pazarlama.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Temel Pazarlama ve Pazarlama Yönetimi Kavramları.
2	Teorik	Temel Pazarlama Görevleri
3	Teorik	Bütünsel Pazarlama Anlayışı
4	Teorik	Postmodern Pazarlama Anlayışı.
5	Teorik	Yeni Ekonomi Sürecinde Pazarlama.
6	Teorik	Pazarlamanın Değişen Rolünde Yeni Pazarlama Kavramları.
7	Teorik	Stratejik Pazarlama Planlaması
8	Teorik	Pazarlama Yönetim Stratejileri
9	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
10	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
11	Teorik	Pazar Analizi ve Müşteri Gereksinimleri
12	Teorik	Endüstriyel Pazarlama Yönetimi ve Pazar Analizi.
13	Teorik	Pazarlama Karması Analizi ve Yönetimi: Ürün ve Fiyat.
14	Teorik	Pazarlama Karması Analizi ve Yönetimi: Dağıtım ve Tutundurma.
15	Teorik	İnovasyon ve Yeni Ürün Geliştirme.

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)				
Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	13	0	3	39
Bireysel Çalışma	13	0	2	26
Ara Sınav	1	27	1	28
Dönem Sonu Sınavı	1	31	1	32
			Toplam İş Yükü (Saat)	125
			Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = **AKTS Kredisi**	5
**25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.*				

Dersin Öğrenme Çıktıları	
1	Pazarlama yönetimi stratejilerini öğrenir.
2	Yeni ekonomide pazarlama yönetimini öğrenir.
3	Pazarlama ve rekabet stratejilerini öğrenir.
4	Kıt kaynakların etkin yönetimini öğrenir.
5	Müşteri sadakati ve tatmini oluşturma sürecini öğrenir.
6	Pazarlama uzmanlığı bilgisi edinir.
7	Bilimsel pazarlama uygulama becerisi kazanır.

Program Çıktıları *(Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Programı)*	
1	Ulusal ve Uluslararası piyasalarda yetkin olarak görev yapabilecek orta ve üst düzey yönetici adayı yetiştirmektir.
2	Öğrencilerimiz teorik derslerin yanı sıra uygulamaya yönelik, proje bazlı dersler alabilmektedir.
3	Öğrencilerimiz öğrenimleri sırasında sektörle ilişkiler kurmakta ve iş olanakları elde etmektedir.
4	Bölümümüzün akademik programında yer alan Avrupa ve Asya Ekonomileri, Küresel Ticaret ve Yatırım Uygulamaları, Avrupa Birliği İşletme Politikaları, Farklı Kültürlerle Ticaret Koşulları, İhracat-İthalat, Gümrük Mevzuatları, Dış Ticaret Finansmanı, Emlak Değerleme Mevzuatı gibi önemi giderek artan konularla ilgili dersler verilmekte ve buna paralel olarak ders programları sürekli olarak güncellenmektedir.
5	Bölümümüzün mezunları dış ticaret firmaları, çokuluslu şirketler, banka ve sigorta şirketleri, perakende sektörü, reklam ajansları ve lojistik firmalarında orta ve üst düzey yönetici olarak iş yaşamına katılabilmektedir.
6	Uluslararası Ticaret alanında teorik ve uygulamalı düzeyde ileri derecede bilgi sahibi olmak, bu bilgileri kullanabilmek.
7	Uluslararası Ticaret ve Ekonomi ile ilgili temel kavram, fikir ve verileri bilimsel yöntemlerle inceleyebilmek, eleştirel ve analitik bakış açısı ile yorumlayabilmek ve ekonomik olay ve gelişmelerle ilişkilendirerek değerlendirebilmek.
8	Uluslararası Ticaret ile ilgili konularda düşünce, yorum ve değerlendirmelerini yazılı ve sözlü olarak aktarabilmek.
9	Uluslararası Ticaret kavramı ile bağlantılı kamu kurumları ve özel sektör kuruluşlarının, nasıl işlediğini anlamak ve bu alandaki süreklilikleri ve değişiklikleri tespit edebilmek.
10	Uluslararası Ticaret ile ortak çalışma içerisinde olan disiplinlere (örneğin; iktisat, hukuk, finans, uluslararası işletme vb) ilişkin temel bilgilere sahip olmak ve bu bilgileri kullanabilmek.
11	Uluslararası Ticaret, Küreselleşme ve Finansman sistemleri ile ilgili İngilizce yayın ve araştırmaları izleyebilmek ve meslektaşları ile uluslararası alanda iletişim kurabilmek.
12	Veri toplanması, yorumlanması ve duyurulması aşamalarında bilimsel ve etik değerlere sahip olmak.
13	Yerel, bölgesel (örneğin Avrupa Birliği ve Orta Doğu) ve küresel gelişmeleri politik ekonomik açıdan tanımlayabilmek, takip edebilmek ve bu gelişmeler arasında ilişki kurabilmek.
14	Uluslararası Ticaret alanında teorik ve uygulamalı düzeyde ileri derecede bilgi sahibi olmak, bu bilgileri kullanabilmek.
15	İkinci bir dili orta düzeyde kullanabilmek.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi *1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek*

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5	ÖÇ6	ÖÇ7
PÇ1	3	3	3	3	3	3	3
PÇ2	3	3	3	3	3	3	3
PÇ4	3	3	3	3	3	3	3
PÇ5	3	3	3	3	3	3	3
PÇ6	3	3	5	3	4	3	4
PÇ7	4	4	4	4	4	4	4
PÇ8	4	3	4	4	3	3	3
PÇ9	3	4	3	3	3	4	4
PÇ10	3	3	3	3	3	3	3
PÇ11	3	4	3	3	3	4	4
PÇ12	4	3	3	3	3	3	4