



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Pazarlama Yönetimi							
Ders Kodu		ULT222		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	6	İş Yükü	151 (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 bölümlenmesi; 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)			Doç. Dr. Funda ODUNCUOĞLU, Dr. Öğr. Üyesi Güneş Açelya SİPAHİ						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	PAZARLAMA YÖNETİMİ- ANADOLU ÜNİVERSİTESİ (E-KİTAP)
2	PAZARLAMA YÖNETİMİ-ABDULLAH OKUMUŞ-İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ (E-KİTAP)
3	PAZARLAMA YÖNETİMİ – KELLER VE KOTLER –(ÇEV.İBRAHİM KIRÇOVA)BETA YAYINEVİ

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Pazarlama Yönetimi Kavramı
2	Teorik	Pazarlama Yönetimi Ve Çevre İlişkisi (Makro-Mikro Çevre Faktörleri)
3	Teorik	Tüketici Davranışları - Endüstriyel Alıcı Kullanıcı Davranışları
4	Teorik	Pazar Bölümlenme Ve Konumlandırma
5	Teorik	Pazarlama Bilgi Sistemi
6	Teorik	Pazarlama Araştırması
7	Teorik	Pazarlamada Ürün Kararları
8	Teorik	Pazarlamada Fiyat Kararları
9	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
10	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
11	Teorik	Pazarlamada Dağıtım Kararları
12	Teorik	Tutundurma Ve Pazarlama İletişimi
13	Teorik	Pazarlama Planlaması, Uygulama Ve Kontrol
14	Teorik	Dijital Çağda Pazarlama
15	Teorik	Sürdürülebilir Pazarlama
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Finaller

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	13	2	3	65
Bireysel Çalışma	13	0	3	39
Ara Sınav	1	20	1	21



Dönem Sonu Sınavı	1	25	1	26
Toplam İş Yüğü (Saat)				151
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				6
*25 saatlik iş yüğü 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	5	4	4	2	5	5	4
PÇ2	4	5	5	3	4	4	5
PÇ3	3	4	3	5	5	5	4
PÇ4	5	5	4	5	4	4	3
PÇ5	5	4	4	5	5	5	4
PÇ6	4	5	5	4	4	4	5
PÇ7	4	5	4	5	5	4	5
PÇ8	5	5	4	4	4	5	4
PÇ9	4	5	5	5	3	4	5
PÇ10	5	4	4	5	4	3	4
PÇ11	5	5	5	4	5	5	5
PÇ12	5	5	4	3	5	4	4
PÇ13	4	4	5	5	5	4	5
PÇ14	5	4	4	4	4	4	4
PÇ15	5	4	4	4	3	4	4

