



**AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**  
**SÖKE İŞLETME FAKÜLTESİ**  
**İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ BÖLÜMÜ**  
**İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ PROGRAMI**  
**DERS BİLGİ FORMU**

Dersin Adı	Pazarlama Yönetimi								
Ders Kodu	İŞLT202			Ders Düzeyi			Lisans		
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	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 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 etik sorunlar.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Tartışma, Bireysel Çalışma								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)	Dr. Öğr. Üyesi Funda ODUNCUOĞLU								

#### 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, Şuayip 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 Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
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 Yüğü (Saat)				125
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5

\*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 (İnsan Kaynakları Yönetimi Programı)**

1	İnsan Kaynakları Yönetimi ve diğer sosyal bilimler ile ilgili konularda akademik ve teorik bilgilere sahip olmak; Çalışma ve çalıştırma kavramları hakkında tarihsel, sosyolojik, hukuksal ve psikolojik konularda akademik bilgi sahibi olmak
2	Eleştirel ve analitik düşünce becerisine sahip olmak
3	İletişim ve bilgi teknolojileri hakkında bilgi sahibi olmak
4	Araştırma süreçleri hakkında kapsamlı bilgi sahibi olmak; ve uygulamalarını ödev, araştırma ve projelerde gerçekleştirmek
5	İnsan Kaynakları Yönetimi ve diğer sosyal bilimler alanlarındaki kuramsal ve uygulamalı bilgileri beraber kullanabilme yeteneğini edinmek
6	Temel iş kavramlarını İnsan Kaynakları Yönetimi bakış açısı ile yorumlayabilmek
7	İnsan kaynakları planlaması, çalışma ilişkileri, mesleki sağlık ve güvenlik uygulamalarının gerçekleştirilmesi, eğitim planlaması, performans ve ücret yönetimi, kariyer planlaması, işe alım ve mülakat teknikleri ve yasal konular gibi temel İnsan Kaynakları Yönetimi fonksiyonlarını işletmelerde uygulamalarını yapabilmek
8	Kurumsal gelişim, iç müşteri ve dış müşteri memnuniyetini göz önünde bulundurarak kalite süreci yaklaşımını insan kaynakları süreçlerinde uygulayabilmek; gereken durumlarda sorumluluk alarak problemlerin çözümüne ve sürekli gelişime katkıda bulunmak, problem tanımlama, hedef belirleme, reorganizasyon ve değişiklik yönetimi becerileri ile süreçlerin mükemmelliğini sağlamak
9	Kaynak ve varlıkları bütçe, finans ve yasal hükümleri göz önünde bulundurarak, proje ve operasyonları planlama, uygulama ve denetim yetkinlikleri ile yönetmek; Kendini ve diğer kişileri yönetebilme becerilerine sahip olmak
10	Sonuç odaklı çalışma yaklaşımını sürekli öğrenim anlayışı ile birleştirerek zenginleştirmek
11	Gelişmiş sözlü ve yazılı iletişim, fikir ve bilgileri etkili sunma becerisine sahip olmak
12	Bir yabancı dili en az Avrupa Dil Portföyü B1 Genel Düzeyinde kullanarak alanındaki bilgileri izler ve meslektaşları ile iletişim kurar
13	Takım çalışması, empati kurma ve dinleme becerilerine değer vererek farklı kültür ve eğitim geçmişine sahip kişiler ile çalışabilmek
14	Sosyal, akademik ve mesleki etik değerlerin farkında olmak
15	Çalışanların ve toplumun gelişimini sağlamak için İnsan Kaynakları Yönetiminin 'nasıl', 'niçin' ve 'nerede' katkı ve destek sağlaması gerektirdiğine dair eleştirel teorik bakış açısına sahip olmak ; bu edinimler kapsamında uygulama ve bitirme projelerini gerçekleştirmek, bu edinimleri çalışma hayatına aktarmak

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

	ÖÇ5
PÇ14	3

