



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Pazarlama Yönetim Teknikleri Ve Analiz							
Ders Kodu		İŞLE506		Ders Düzeyi		Yüksek Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	127 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Bu ders, Öğrencilere farklı alanlarda karşılaşabilecekleri muhtemel pazarlama problemleri ile bunlara getirilecek çözümler konusunda yaklaşım yöntemlerini öğretmek; sistematik düşünme alışkanlığı kazandırmak; olay analizi yöntemi ile teorik pazarlama bilgilerini (gerçek) pazarlama problemlerine uyarlama becerileri kazandırmak; pazarlama yöneticisi sorumluluğu geliştirmelerine katkı yapmak							
Özet İçeriği		Pazarlama stratejileri, olay analizi yöntemi, pazarlama karması alanlarındaki farklı pazarlama problemleri, karar alma							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir)							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Dr. Öğr. Üyesi Mustafa DOĞANER						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi
---	--

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Stratejik Pazarlama Yönetimi
	Ön Hazırlık	"Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi
2	Teorik	İşletmelerde İç ve Dış Çevre Analizi: Pazarlama Yönetimi Perspektifi
	Ön Hazırlık	"Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi
3	Teorik	Olaylarla Analiz Yöntemi
	Ön Hazırlık	"Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi
4	Teorik	Pazarlama Stratejileri, Pazarlama Planları ve Hedefler
	Ön Hazırlık	"Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi
5	Teorik	Pazarlama Problemlerinin Niteliği, Analizi ve Çözümlemesi
	Ön Hazırlık	"Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi
6	Teorik	Mal ve Hizmet Stratejileriyle İlgili Örnek Olay Analizleri ve Çözümleri
	Ön Hazırlık	"Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi
7	Teorik	Fiyatlandırma Stratejileriyle İlgili Örnek Olay Analizleri ve Çözümleri
	Ön Hazırlık	"Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınavlar
9	Teorik	Tutundurma Stratejileriyle İlgili Örnek Olay Analizleri ve Çözümleri
	Ön Hazırlık	"Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi
10	Teorik	Satış Stratejileriyle İlgili Örnek Olay Analizleri ve Çözümleri
	Ön Hazırlık	"Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi
11	Teorik	Tedarik Zinciriyle İlgili Örnek Olay Analizleri ve Çözümleri
	Ön Hazırlık	"Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi
12	Ön Hazırlık	"Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi
13	Teorik	E-ticaret Uygulamalarıyla İlgili Örnek Olay Analizleri ve Çözümleri
	Ön Hazırlık	"Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi
14	Teorik	E-ticaret Uygulamalarıyla İlgili Örnek Olay Analizleri ve Çözümleri
	Ön Hazırlık	"Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi
15	Ön Hazırlık	"Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final Sınavı



17	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final Sınavı
----	------------------------------	--------------

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	14	2	3	70
Ara Sınav	1	25	1	26
Dönem Sonu Sınavı	1	30	1	31
Toplam İş Yükü (Saat)				127
Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5

*25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Pazarlama alanında karşılaşılabilecek problemleri tanıma ve tespit edebilme becerisi
2	Pazarlama karmaşı alanlarında karşılaşılan problemler hakkında detaylı ve sistematik düşünebilme ve analiz edebilme
3	Pazarlama problemleri hakkında somut çözümler geliştirebilme becerisi
4	Güncel pazar ve tüketici araştırmalarının sonuçlarını iletişim alanı içerisinde yorumlar.
5	Pazarlama iletişiminin stratejik süreçlerini değerlendirir.

Program Çıktıları (İşletme Yüksek Lisans Programı)

1	Çeşitli Lisans derecesi almış bireylerin, İşletme temel alanlarında (Üretim Yönetimi, Pazarlama, Muhasebe-Finans, Yönetim-Organizasyon, Sayısal Yöntemler) edindiği kuramsal ve uygulamalı bilgileri kullanabilmek ve alana ilişkin orijinal fikirler geliştire
2	Makro ve mikro düzeyde finansal analizlerin yapılabilmesi; Birincil ve ikincil piyasaların analizi; işletmelerin mali yapılarının değerlendirilmesi; muhasebe kayıtlarının ve mali tabloların yorumlanabilmesi becerilerini kazandırmak.
3	Matematik, istatistik ve ekonometri modellerinin işletmecilik alanlarında kullanabilmek; sayısal verilerin yorumlanabilmesi; çıktıların karar verme sürecinde kullanılabilmesi; istatistiksel tahmin metotlarını kullanabilme yeteneğinin kazandırılmak.
4	Yönetim teknikleri hakkında bilgi sahibi olmak; İşletme yönetiminde karşılaşılan ve öngörülemez karmaşık sorunları çözmek için bireysel ve grup üyesi olarak sorumluluk alabilmek; liderlik özelliklerine ve yöneticilerle iletişim kurabilme yeteneklerinin
5	Pazarlama temel kavramları, Pazar araştırması, Pazar payı tahmini; Pazar dilimlemesi, Pazar konumlaması, Pazar hedeflemesi konuları; pazarlama karmaşı, Pazarlama bölümünün işletme örgütü içindeki yeri gibi konuların ve uluslararası pazarlama kavramların
6	Üretim teknikleri, üretimde güncel yaklaşımlar, üretim yönetiminin temelleri, üretim sistemleri, Üretimin yapılabilmesi için gerekli koşulları anlayabilme: istatistiksel kalite kontrol ve tedarik zinciri ile lojistik kavramlarını anlayabilme ve üretim yön
7	Öğrencilerin benzer konularda problemleri analiz ederek karar verme becerilerini, nitel ve nicel teknikler vasıtasıyla modelleyebilme, çözebilme, yorumlayabilme becerilerini kazanmalarını sağlamak.
8	İşletme temel alanlarında (Üretim Yönetimi, Pazarlama, Muhasebe-Finans, Yönetim-Organizasyon, Sayısal Yöntemler) politikalarına temel oluşturan diğer disiplinlerden yararlanabilmek ve bu disiplinlere ilişkin ileri düzeyde bilgilere sahip olmasını sağlamak
9	Alanında akademik çalışma yapabilecek bilgi ve beceriye sahip olmasını sağlamak.
10	Alanında edindiği ileri düzeydeki bilgi ve becerileri eleştirel bir yaklaşımla değerlendirebilmek, bilgiden bilgi üretebilmek, öğrenme gereksinimlerini belirleyebilmek ve öğrenme sürecini yönlendirebilmek.

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	5	4	4	5	3
PÇ2	3	3	4	3	4
PÇ3	4	4	4	2	5
PÇ4	4	3	4	4	3
PÇ5	4	3	5	3	2
PÇ6	4	4	4	5	3
PÇ7	4	5	4	2	3
PÇ8	3	4	4	4	5
PÇ9	3	5	3	4	3
PÇ10	3	5	5	3	3

