



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME PROGRAMI
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
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 Çözülmesi |
| | 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 |
| | Teorik | E-ticaret Uygulamalarıyla İlgili Örnek Olay Analizleri ve Çözümleri |
| 13 | Ön Hazırlık | "Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi |
| | Teorik | E-ticaret Uygulamalarıyla İlgili Örnek Olay Analizleri ve Çözümleri |
| 14 | Ön Hazırlık | "Türkiye'deki Pazarlama Vak'aları: Zorluklar ve Fırsatlar", Donald N. Thompson, Gazi Kitabevi |
| | Teorik | E-ticaret Uygulamalarıyla İlgili Örnek Olay Analizleri ve Çözümleri |
| 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 karması alanında 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 kullanabilme; 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 öngörülemeyen 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 karması, 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 |

