

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
PAZARLAMA YÖNETİMİ	İŞYY1111139	Güz Dönemi	3+0	3	6
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Yüksek Lisans				
Dersin Türü	Programa Bağlı Seçmeli				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Burcu İNCİ				
Dersi Verenler	Dr.Öğr.Üye. Burcu İNCİ				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Dersin amacı temel pazarlama ilkeleri, pazarlama ile ilgili temel kavramlar, pazarlama çevresi ve pazarlama araçları ile ilgili konularda öğrencileri bilgilendirmektir				
Dersin İçeriği	Bu ders; Ders Hakkında Genel Bilgi ve Giriş, Pazarlama Tanımı ve Gelişimi, Pazarlama Çevresi, Stratejik Planlama, Pazarlama Araştırması, Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışı, Endüstriyel ve Uluslararası Pazarlar, Pazar Bölümlendirme, Hedefleme, Konumlandırma, Ürün, Fiyat ve Tutundurma, Kişisel Satış ve Satış Geliştirme, Reklam ve Halkla İlişkiler, İnternette Pazarlama ve Doğrudan Pazarlama, Dağıtım, Hizmet Pazarlaması, Uluslararası Pazarlama; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları			Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri	
1. Pazarlamaya ilişkin temel konuları kavrayabilecek ve yorumlar.			10, 12, 13, 16, 37, 4, 9	A	
2. Pazarlama kavramını açıklar.			10, 12, 13, 37, 4, 9	A, D, E, G	
3. Pazarlama bileşenlerini açıklar.			10, 12, 13, 37, 4, 9	A	
4. Pazar türlerini sınıflar.			10, 12, 13, 37, 4, 9	A, D, E, G	
5. Pazarlama yöneticilerinin karşılaşılabilecekleri sorunları çözecek genel bakış açısı kazanır.			10, 12, 13, 37, 4, 9	A	
6. Mikro ve Makro pazarları karşılaştırır			10, 12, 13, 37, 4, 9	A, D, E, G	
7. Örgütsel pazarda satınalma karar sürecini değerlendirir.			10, 12, 13, 37, 4, 9	A, D, E, G	
8. Tüketicilerin satınalma kararlarını değerlendirir.			10, 12, 13, 37, 4, 9	A, D, E, G	
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 12: Problem Çözme Yöntemi, 13: Örnek Olay Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği, 37: Bilgisayar Ve İnternet Destekli Öğretim, 4: Sorgulama Temelli Öğrenme Modeli, 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, D: Sözlü Sınav, E: Ödev, G: Kısa Sınav				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Ders Hakkında Genel Bilgi ve Giriş, Pazarlama Tanımı ve Gelişimi	Paylaşılan makalenin ya da kitaptan ilgili bölümün okunması			
2	Pazarlama Çevresi, Stratejik Planlama	Paylaşılan makalenin ya da kitaptan ilgili bölümün okunması			
3	Pazarlama Araştırması	Paylaşılan makalenin ya da kitaptan ilgili bölümün okunması			
4	Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışı	Paylaşılan makalenin ya da kitaptan ilgili bölümün okunması			
5	Endüstriyel ve Uluslararası Pazarlar	Paylaşılan makalenin ya da kitaptan ilgili bölümün okunması			
6	Pazar Bölümlendirme, Hedefleme, Konumlandırma	Paylaşılan makalenin ya da kitaptan ilgili bölümün okunması			
7	Ürün	Paylaşılan makalenin ya da kitaptan ilgili bölümün okunması			
8	Fiyat ve Tutundurma	Paylaşılan makalenin ya da kitaptan ilgili bölümün okunması			
9	Kişisel Satış ve Satış Geliştirme	Paylaşılan makalenin ya da kitaptan ilgili bölümün okunması			
10	Reklam ve Halkla İlişkiler	Paylaşılan makalenin ya da kitaptan ilgili bölümün okunması			
11	İnternette Pazarlama ve Doğrudan Pazarlama	Paylaşılan makalenin ya da kitaptan ilgili bölümün okunması			
12	Dağıtım	Paylaşılan makalenin ya da kitaptan ilgili bölümün okunması			
13	Hizmet Pazarlaması	Paylaşılan makalenin ya da kitaptan ilgili bölümün okunması			
14	Uluslararası Pazarlama	Paylaşılan makalenin ya da kitaptan ilgili bölümün okunması			
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		50			
Genel Sınav		50			

Kaynaklar	
Ders Notları, Konu İle İlgili Web Siteleri, powerpoint sunumlar Mehmet Karafakioğlu, Pazarlama İlkeleri, Literatür Yayınları. İsmet Mucuk, Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi. İbrahim Kırcova, İnternette Pazarlama, Beta Yayınevi Pazarlama Yönetimi - Philip Kotler, Beta Yayınevi	