



YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ DIŞA AÇIK DERSLER KOORDİNATÖRLÜĞÜ

Okul/Fakülte: İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLERİ FAKÜLTESİ

Bölüm/Program: PAZARLAMA -TÜRKÇE

Ders Dili:	Türkçe	Ders Kodu:	PAZL306
Ders Türkçe İsmi:	PAZARLAMA YÖNETİMİ		
Ders İngilizce İsmi:	MARKETING MANAGEMENT		
Dersi Verecek:	Uzm. Ahmet HAMDİ		
Dersin Türü:	ZORUNLU	Dersin Seviyesi:	LİSANS
Yıl	4	Semester	7
Ders Kredisi:	3	AKTS Kredisi:	6
Teori(saat/hafta):	0,00	Uygulama(saat/hafta):	0,00
		Laboratuvar(saat/hafta):	0,00

Dersin İçeriği: Gerçek yaşamdaki pazarlama sorunlarının teşhisine analitik yaklaşım ve stratejik pazarlama planının hazırlanması; ürün, fiyat, dağıtım, tanıtım kararları konuları, yeni ürün geliştirme ve pazarda konumlandırılması, doğrudan pazarlama, satış gücü yönetimi; grup saha çalışması; pazarlamanın değerlendirme, kontrol ve denetimi.

Öğrenme Kazanımları: İlgili kavramları/kuramları anlayabilecek
İlgili kavram/kuramların geçerliliğini tartışabilecek
İlgili kavram/kuramların, gerçek hayattaki muhtemel uygulamalarını tartışabilecek ve öneriler sunabilecek
İlgili kavram/kuramları gerçek hayata/verilen diğer durumlara/vakalara uygulayabilecek
İlgili kavram/kuramların gerçek hayatta var olan uygulamalarını eleştirel olarak analiz edebilecek
Farklı kavram ve kuramları kendi özgün yaklaşımlarını yaratılmak için sentezleyebilecek
İlgili kavramlarla ilgili özgün bir yaklaşım geliştirebilecek
Sunum(lara)a hazırlık
Verilen ölçütlere göre kendi çalışmalarını değerlendirebilecek
Verilen ölçütlere göre arkadaşlarının çalışmalarını değerlendirebilecek
Yeni yaklaşım geliştirebilecek/yaratabilecek
Verilen parametreler çerçevesinde yeni bir ürün geliştirebilecek/yaratabilecek
Verilen çalışmayı bağımsızca yürütebilecek
Verilen bir çalışma üzerinde grup halinde çalışabilecek
İlgili kavramları sayabilecek ve açıklayabilecek
Öğrenmenin değerini takdir edecek
Akademik bir makale üretmek için seçilen kaynak gösterme biçiminin ilkelerini uygulayabilecek
Hedeflenen becerileri geliştirebilecek
Diğer
/

Dersin Amaçları:

	<p>Belirlenen kavram(ları) açıklamak/anlatmak İlgili kavram(lar)la alakalı farkındalık yaratmak ve bunu geliştirmek. Belirlenen kavram(lar)ın geçerliliğini tartışmak. Seçilen/belirlenen becerileri geliştirmek Seçilen konuların derinlemesine/detaylı bir şekilde incelemek Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerin var olan bilgilerini geliştirmek Seçilen kavramlar bağlamında öğrencilerin fikirlerini/bilgilerini/kavrayışlarını geliştirmek Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerle var olan bilgilerini yenilemek Yeniliği teşvik etmek Eleştirel düşünceyi geliştirmek Diğer</p>
Öğrenci İş Yüğü:	<p>Derse hazırlık Ders saatleri Ara sınav Ara sınava hazırlık Final sınavı Final sınavına hazırlık Sunum(lar) Sunum(lara)a hazırlık Proje(ler)/makale(ler) için araştırma Proje yazımı Grup çalışması Sınıf içi tartışma(lar) Kısa sınav(lar) Kısa sınav(lar)a hazırlık Ders öncesi ödev(ler) Ödev(ler) Kısa ders anlatımları Ders planlama Materyal uyarlama Materyal geliştirme Taslak hazırlama Çizim Makale yazımı Teke tek/küçük grup dersleri Diğer Kitabımız olan Pazarlama Yönetimi 6.Basım(Prof.Dr.Ahmet HAMDİ İSLAMOĞLU) dışında güncel örneklemeler üzerine hazırlanma gerekmektedir.</p>
AKTS Formülü:	
Kaynaklar:	<p>Ders Kitabı: Kaynak: Pazarlama Yönetimi; Prof. Dr. Ahmet HAMDİ İSLAMOĞLU. Beta Yayınları.6.Baskı Yardımcı Kitap: KotlerPhilip. Pazarlama Yönetimi. Beta Yayınları.</p>
Değerlendirme:	<p>Öğrencilerin sözlü ve yazılı sınavları dışında dersteki performansları yazılı sonuçlara göre daha önemlidir. Öğrencilerin değerlendirme aşamasına gelmeden önce sınıf içerisindeki performanslarına dikkat etmeleri, katılımı tam anlamıyla sağlamaları ve yazılı sınavlarda en iyi dereceyi yakalamaları gerekmektedir.</p>
İşe Yerleştirme(Staj):	
Ön Koşul Ders Kodları:	PAZL303
1. Hafta (19 – 23 Eylül)	Pazarlama felsefesi ve pazarlama ile ilgili kavramlar

2. Hafta (26 – 30 Eylül)	pazarlama sorunlarına yaklaşımlar
3. Hafta (3 – 7 Ekim)	İşletmenin felsefesi
4. Hafta (10 – 14 Ekim)	Durum ve rekabet analizi
5. Hafta (17 – 21 Ekim)	Pazarlar ve tüketici davranışları
6. Hafta (24 – 28 Ekim)	Pazar ölçümü
7. Hafta (31 - 4 Kasım)	Hedef pazar tayini
8. Hafta (7 - 11 Kasım)	Büyüme stratejileri
9. Hafta (14 – 18 Kasım)	Rekabet stratejileri
10. Hafta (21 – 25 Kasım)	Pazarlama bileşenlerinin optimizasyonu
11. Hafta (28 - 2 Aralık)	Kısa sınav
12. Hafta (5 – 9 Aralık)	Sunum
13. Hafta (12 -16 Aralık)	Kısa sınav ve sunum değerlendirme
14. Hafta (19 - 23 Aralık)	Tüm dönemin özeti ve değerlendirmesi
15. Hafta (24 – 30 Aralık)	FİNAL SINAVLARI HAFTASI
16. Hafta	
17. Hafta	
18. Hafta	
19. Hafta	
20. Hafta	
21. Hafta	
22. Hafta	
23. Hafta	
24. Hafta	
25. Hafta	
26. Hafta	
27. Hafta	
28. Hafta	
