

Yıl

İşletme Bölümü / İşletme Bölümü / İşletme						
Ders Kodu	Ders Adı	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Yerel Kredi	AKTS
ISL3179	Pazarlama Yönetimi	3,00	0,00	0,00	3,00	4,00
Ders Detayı						
Dersin Dili	: Türkçe					
Dersin Seviyesi	: Lisans					
Dersin Tipi	: Seçmeli					
Ön Koşullar	: Yok					
Dersin Amacı	: Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlama kavramlarını, pazarlama stratejilerini ve yönetsel karar süreçlerini öğretmektir. Öğrenciler pazarlama alanının mevcut teorilerini benimseyerek pazarlama bakış açısıyla düşünmeyi öğreneceklerdir.					
Dersin İçeriği	: Pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve konumlandırma (STP) kararları stratejik yönetim perspektifinden ele alınır. Pazarlama karması (ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma) kararlarının işletme stratejileri ile uyumlu biçimde nasıl yönetileceği tartışılmaktadır. Ürün geliştirme, marka yönetimi, fiyatlandırma politikaları, kanal tasarımı ve iletişim stratejileri uygulama örnekleriyle tartışılır.					
Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar	: 1. Remzi ALTUNIŞIK, Şuayb ÖZDEMİR ve Ömer TORLAK, Pazarlama İlkeler ve Yönetimi, Beta Yayınları, 2024 2. Philip Kotler & Kevin Keller – Marketing Management					
Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri	: Anlatım-Tartışma, Örnek Olay Analizi					
Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar	: Pazarlama ile ilgili blogların ve güncel olayların takip edilmesi önerilmektedir.					
Dersi Veren Öğretim Elemanları	: Prof. Dr. Tülay Yeniçeri					
Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları	: Bölüm araştırma görevlileri					
Dersin Verilişi	: Yüz yüze					
En Son Güncelleme Tarihi	: 2.09.2025 14:54:30					
Dosya İndirilme Tarihi	: 29.07.2026					

Ders Öğrenme Çıktıları
Bu dersi tamamladığında öğrenci :
1 Pazarlamanın temelini teşkil eden kavram ve olguları tanımlar ve örnekler verir
2 Pazar çevresi kavramını açıklar, pazar çevresini oluşturan unsurları analiz eder ve pazarlama yönetimi açısından çıkarımlarını belirler
3 Tüketici davranışlarının sebeplerini anlatır, yorumlar ve pazarlama programlarını oluşturur
4 Pazar bölümleme ve hedef pazar seçimi kavramlarını tanımlar, bölümleme sürecinin nasıl yapılacağını gösterir ve hedef pazar seçimi olgusunu uygular
5 Temel pazarlama bileşenlerini analiz eder ve pazarlama süreci içindeki yerlerini organize eder
6 Bir işletmenin pazarlama faaliyetlerini analiz eder ve pazarlama programlarını oluşturur
7 Pazarlama planı ve stratejik pazarlama planlaması kavramlarını tanımlar, ilgili öğeleri belirler, stratejik pazarlama planı geliştirir ve uygular
8 Pazarlamadaki güncel gelişmeleri takip eder ve yeni stratejilerin oluşturulmasında bunları kullanır

Ön / Yan Koşullar							
Ders Kodu	Ders Adı	Koşul	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Yerel Kredi	AKTS

Haftalık Konular ve Hazırlıklar						
	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Hazırlık Bilgileri	Öğretim Metodları	Dersin Öğrenme Çıktıları
1.Hafta	*Pazarlamanın Tarihi ve Pazarlama Anlayışları				*Anlatım-Tartışma	Ö.Ç.4 Ö.Ç.7 Ö.Ç.3 Ö.Ç.5 Ö.Ç.2 Ö.Ç.1 Ö.Ç.6 Ö.Ç.8
2.Hafta	*Pazarlama Yönetimi ve Stratejik Düşünme				*Anlatım-Tartışma	Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.2 Ö.Ç.1
3.Hafta	*Pazarlama Yönetiminde Karar Alma				*Anlatım-Tartışma	Ö.Ç.4 Ö.Ç.7 Ö.Ç.3 Ö.Ç.5 Ö.Ç.2 Ö.Ç.1 Ö.Ç.6 Ö.Ç.8

	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Hazırlık Bilgileri	Öğretim Metodları	Dersin Öğrenme Çıktıları
4.Hafta	*Müşteri İlişkileri Oluşturmak İçin İşletme ve Pazarlama Stratejisi				*Anlatım-Tartışma	Ö.Ç.4 Ö.Ç.7 Ö.Ç.3 Ö.Ç.5 Ö.Ç.8 Ö.Ç.2
5.Hafta	*Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışları				*Anlatım-Tartışma	Ö.Ç.4 Ö.Ç.3 Ö.Ç.5 Ö.Ç.2
6.Hafta	*Pazar Bölümlendirme, Hedefleme ve Konumlandırma				*Anlatım-Tartışma	Ö.Ç.4 Ö.Ç.8 Ö.Ç.3 Ö.Ç.5 Ö.Ç.2
7.Hafta	*Ürün Yönetimi				*Anlatım-Tartışma	Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.8 Ö.Ç.4 Ö.Ç.3 Ö.Ç.2
8.Hafta	*Marka Yönetimi				*Anlatım-Tartışma	Ö.Ç.7 Ö.Ç.2 Ö.Ç.6 Ö.Ç.8 Ö.Ç.4 Ö.Ç.3 Ö.Ç.5
9.Hafta	*Fiyat ve Fiyatlandırma Stratejileri				*Anlatım-Tartışma	Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.8 Ö.Ç.4 Ö.Ç.3 Ö.Ç.2
10.Hafta	*Tutundurma Politikaları				*Anlatım-Tartışma	Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.1 Ö.Ç.6 Ö.Ç.8 Ö.Ç.4 Ö.Ç.3 Ö.Ç.2
11.Hafta	*Dağıtım Politikaları ve Kararları				*Anlatım-Tartışma	Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.8 Ö.Ç.4 Ö.Ç.3 Ö.Ç.2
12.Hafta	*Pazarlama Performans Yönetimi				*Örnek Olay Çalışması	Ö.Ç.4 Ö.Ç.7 Ö.Ç.3 Ö.Ç.5 Ö.Ç.2 Ö.Ç.1 Ö.Ç.6 Ö.Ç.8
13.Hafta	*Pazarlama Organizasyonu ve Kararları				*Örnek Olay Çalışması	Ö.Ç.4 Ö.Ç.7 Ö.Ç.3 Ö.Ç.5 Ö.Ç.2 Ö.Ç.1 Ö.Ç.6 Ö.Ç.8
14.Hafta	*Sosyal Medya Pazarlaması				*Anlatım-Tartışma	Ö.Ç.4 Ö.Ç.7 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.8

Değerlendirme Sistemi %
1 Final : 60,000
2 Vize : 20,000
3 Ödev : 20,000

AKTS İş Yüğü

Aktiviteler	Sayı	Süresi(Saat)	Toplam İş Yüğü
Vize	1	1,00	1,00
Derse Katılım	14	3,00	42,00
Vaka Çalışması	4	3,00	12,00
Final	1	1,00	1,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	3,00	42,00
Ara Sınav Hazırlık	1	10,00	10,00
Final Sınavı Hazırlık	1	15,00	15,00
Toplam : 123,00			
Toplam İş Yüğü / 30 (Saat) : 4			
AKTS : 4,00			

Program Öğrenme Çıktısı İlişkisi									
	P.Ç.1	P.Ç.2	P.Ç.3	P.Ç.4	P.Ç.5	P.Ç.6	P.Ç.7	P.Ç.8	P.Ç.9
Ö.Ç. 1	2	2	2	4	2	3	4	4	3
Ö.Ç. 2	4	3	5	5	2	4	2	4	4
Ö.Ç. 3	4	5	4	5	3	3	4	4	2
Ö.Ç. 4	5	3	2	5	1	4	4	2	4
Ö.Ç. 5	4	3	3	5	1	2	3	2	2
Ö.Ç. 6	3	2	2	5	1	2	2	3	1
Ö.Ç. 7	3	4	3	5	1	1	4	5	2
Ö.Ç. 8	5	3	4	5	1	4	5	4	1
Ortalama	3,75	3,12	3,12	4,88	1,50	2,88	3,50	3,50	2,38

Ders/Program Çıktıları İlişkisi								
P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9
5	2	2	5	4	5	5	4	4