

PAZARLAMA YÖNETİMİ

1	Ders Adı:	PAZARLAMA YÖNETİMİ
2	Ders Kodu:	ISL3303
3	Ders Türü:	Seçmeli
4	Ders Seviyesi	Lisans
5	Dersin Verildiği Yıl:	3
6	Dersin Verildiği Yarıyıl	6
7	Dersin AKTS Kredisi:	5.00
8	Teorik Ders Saati (saat/Hafta)	3.00
9	Uygulama Ders Saati(saat/Hafta)	0.00
10	Laboratuvar Ders Saati (saat/hafta) :	0
11	Dersin Önkoşulu:	-
12	Dersin Dili:	Türkçe
13	Dersin Veriliş Şekli:	Yüz yüze
14	Dersin Koordinatörü:	Prof. Dr. MURAT HAKAN ALTINTAŞ
15	Dersi Veren Diğer Öğretim Elemanları:	Prof. Dr. Hakan Altıntaş Doç. Dr. Erkan ÖZDEMİR Doç. Dr. Çağatan Taşkın
16	Koordinatör İletişim Bilgileri:	E-posta: mhakan@uludag.edu.tr Telefon: 0224 294 1066 Adres: Uludağ Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, Görükle, Nilüfer 16059 - Bursa
17	Dersin WEB adresi:	
18	Dersin Amacı:	Bu ders, girişimcilik kavramları ve süreci hakkında bilgi vermeyi, girişim fırsatlarını fark etmeyi, yeni bir işletmenin fizibilitesini çıkarmayı ve pazarlama, üretim ve finans gibi işletme planlarını hazırlama yeteneğini geliştirmeyi amaçlamaktadır.
19	Dersin Mesleki Gelişime Katkısı:	
20	Dersin Öğrenme Kazanımları:	
	1	İşletmelerin pazar koşulları içerisinde ürün/hizmetlerini nasıl yöneteceklerini kavrayabilme
	2	İşletmelerin sektörlerinde karşılaşılabilecekleri pazarlama sorunlarını analiz etme ve bu sorunlara çözümler üretme
	3	İşletmelerin nasıl markalaşabileceklerine dair süreci kavrama
	4	İşletmelerin iş çevresini analiz edebilme
	5	Rekabet gücü açısından fiyatlamının nasıl kurgulanacağı ve yönetileceğini kavrama
	6	İşletmelerin en etkin pazarlama örgütlemesinin nasıl gerçekleşeceğini kavrama.
	7	Pazarlama sürecinde gerekli etik ilkeleri tanıma ve piyasada ilgili uygulamaların nasıl işlediğini öğrenme
	8	Online pazarlamanın işlevselliğini kavrama.
	9	Müşterinin pazar koşullarında nasıl yönetilebileceğini kavrama
	10	Piyasanın şirket pazarlama süreciyle paralel nasıl izlenmesi gerektiğini öğrenme.
21	Dersin İçeriği:	

Hafta	DERS İÇERİKLERİ		
	Teorik	Uygulama	
1	Rekabet ve Endüstriyel analiz		
2	Segment ve jenerasyon yönetimi		
3	Ürün ve yenilik yönetimi		
4	Marka yönetimi		
5	Fiyat yönetimi		
6	Dağıtım sisteminin yönetimi		
7	Bütünleşik pazarlama iletişimi		
8	Pazarlama stratejileri		
9	Pazarlama organizasyonu		
10	Pazarlama performans yönetimi		
11	Müşteri sermayesi yönetimi		
12	Sosyal medya pazarlaması		
13	E-ticaret yönetimi		
14	Satış yönetimi		
22	Ders Kitabı, Referanslar ve/veya Diğer Kaynaklar:	İsmet Mucuk, Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi, Tuncer Tokol, Pazarlama, Dora yayınları, Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Marketing Management, Pearson Prentice Hall	
23	Değerlendirme		
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI		SAYISI	KATKI YÜZDESİ
Ara Sınav		1	40.00
Kısa Sınav		0	0.00
Ödev		0	0.00
Yıl Sonu Sınavı		1	60.00
Toplam		2	100.00
Yıl içi çalışmalarının Başarıya Oranı		40.00	
Finalin Başarıya Oranı		60.00	
Toplam		100.00	
Kullanılan Ölçme ve Değerlendirme Yaklaşımları			
24	AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU		

ETKİNLİK	SAYISI	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (Saat)
Teorik Dersler	14	3.00	42.00
Uygulamalı Dersler	0	0.00	0.00
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	14	2.00	28.00
Ödevler	0	0.00	0.00
Projeler	0	0.00	0.00
Arazi Çalışmaları	0	0.00	0.00
Arasınaylar	1	20.00	20.00
Diğer	1	10.00	10.00
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50.00	50.00
Toplam İş Yüğü			170.00
Toplam İş Yüğü / 30 saat			5.00
Dersin AKTS Kredisi			5.00

25	PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLE DERS ÖĞRETİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13	PY14	PY15	PY16
ÖK1	3	3	4	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK2	0	0	4	0	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK3	0	3	0	4	0	0	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK4	0	0	0	3	0	4	0	4	0	3	0	0	0	0	0	0
ÖK5	0	0	3	3	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK6	0	0	0	4	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK7	0	0	0	0	0	4	4	0	4	0	0	0	0	0	0	0
ÖK8	0	0	0	4	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK9	0	3	3	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK10	0	3	0	4	0	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK: Öğrenme kazanımlar PY: Program yeterlilikleri																
Katkı Düzeyi:	1 çok düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek			