

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	MARKETING MANAGEMENT / MARKETING MANAGEMENT	
Ders Kodu / Course Code	SHU295	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Short Cycle / Short Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	3.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu dersin temel amacı, pazarlama ile ilgili temel kavram, kuram ve uygulama alanlarını tanıtmak; pazarlamanın tarihsel gelişimini ve günümüzdeki önemini anlatmak, pazarlama kararlarını ve stratejik bir pazarlama sürecinin nasıl yönetilmesi gerektiğinin anlaşılmasını sağlamaktır.	The main purpose of the course is to explain basic concepts, theories and applications about marketing, historical development of marketing and its importance in recent years and strategic marketing management process .
İçeriği / Content	<ul style="list-style-type: none"> * Pazarlamanın Tarihsel Gelişimi * Pazarlamada Strateji Geliştirme * Pazarlamadaki Yeni Eğilimler * Uluslararası Pazarlama, Sürdürülebilir Pazarlama, Bütünleşik Pazarlama Stratejileri 	<ul style="list-style-type: none"> * Main concepts and historical development of marketing * Marketing decisions (internal and external aspects) * Marketing mix * International marketing, sustainable marketing, integrated marketing
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	<ul style="list-style-type: none"> *Blythe, Jim (2001) Pazarlama İlkeleri, (Türkçesi: Prof.Dr. Yavuz Odabaşı), Prentice Hall, Eskişehir, Bilim-Teknik Kitabevi. *Kotler, Philip (2000), Pazarlama Yönetimi, (Çeviri: Nejat Muallimoğlu), Milenyum Baskısı, İstanbul, Beta Yay. *Kocabaş, Füsün (2005). Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar ve Reklam. İstanbul: Dönence Yayınları *Odabaşı, Yavuz (1995). Pazarlama İletişimi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No:851 *Yamamoto Telli, Gonca (2003). Bütünleşik Pazarlama. İstanbul: MediaCat Yayınları. 	<ul style="list-style-type: none"> Blythe, Jim (2001) Pazarlama İlkeleri, (Türkçesi: Prof.Dr. Yavuz Odabaşı), Prentice Hall, Eskişehir, Bilim-Teknik Kitabevi. *Kotler, Philip (2000), Pazarlama Yönetimi, (Çeviri: Nejat Muallimoğlu), Milenyum Baskısı, İstanbul, Beta Yay. *Kocabaş, Füsün (2005). Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar ve Reklam. İstanbul: Dönence Yayınları *Odabaşı, Yavuz (1995). Pazarlama İletişimi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No:851 *Yamamoto Telli, Gonca (2003). Bütünleşik Pazarlama. İstanbul: MediaCat Yayınları.

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Pazarlamanın yönetiminin ve alandaki güncel iletişim stratejilerinin önemini kavrayabilme	To understand how important marketing management and new strategies
2	Pazarlamada Strateji Geliştirme	To develop current marketing strategies
3	Pazarlamadaki Yeni Eğilimler	New trends in Marketing
4	Uluslararası Pazarlama, Sürdürülebilir Pazarlama, Bütünleşik Pazarlama Stratejileri	To understand how important management of marketing process

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama yönetimi dersinin amacı ve dersle ilgili temel kaynakların sunumu, ders içeriğinin anlatımı.	Anlatım			
	Purpose of the course, main concepts about marketing				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlamaya giriş, pazarlama kavramının tanımı, pazarlama anlayışının (yaklaşımlarının) gelişimi	Anlatım			
	Introduction to marketing, definition of marketing, development of marketing approaches				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama yönetimi kavramı. Pazarlama yönetimi ve çevre ile ilişkisi.	Anlatım			
	Concept of marketing management. Relationship between marketing management and environment				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama kararlarıyla ilgili makro ve mikro çevre faktörleri.	Anlatım			
	Micro and macro factors about marketing decisions				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici ve endüstriyel alıcı/kullanıcı davranışları. Tüketici ve endüstriyel alıcı/kullanıcı davranışları.	Anlatım			
	Consumer and industrial buyer/use behaviour.				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Pazarlama Yönetimi Ve Psikoloji İlişkisi.	Anlatım			
	Market segmentation and positioning				
7	Pazarlama Stratejileri Ve Kültür İlişkisi	Anlatım			
	Marketing information system and marketing research				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Arasınava (Vize)				
	Mid-term exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Estetiği	Anlatım			
	Product decisions in marketing				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Siyasal İletişim ve Pazarlama Yönetimi	Anlatım			
	Price decisions in marketing				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Yönetiminde Güncel Yaklaşımlar - Viral Pazarlama	Anlatım			
	Distribution decisions in marketing				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Pazarlama Yönetiminde Güncel Yaklaşımlar - Gerilla Pazarlama	Anlatım			
	Promotion and marketing communications				
13	Pazarlama Yönetiminde Güncel Yaklaşımlar - Ardıl Pazarlama	Anlatım			
	Marketing planning, implementing and control				
14	Pazarlama Yönetiminde Güncel Yaklaşımlar - Saldırgan Pazarlama	Anlatım			
	International marketing - Sustainable marketing				
15	Pazarlama Yönetiminde Güncel Yaklaşımlar - Sinsi Pazarlama, Makale Pazarlaması	Anlatım			
	Integrated marketing				
16	Final				
	Final exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	42.00	42.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Ara Sınav için Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	18.00	18.00
Toplam / Total:	18	64.00	90.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 90.00/30.00 = 3.00 ~ 3.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 90.00 / 30.00 = 3.00 ~ 3.00

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes									
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10
1.Pazarlamanın yönetiminin ve alandaki güncel iletişim stratejilerinin önemini kavrayabilme / To understand how important marketing management and new strategies	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
2.Pazarlamada Strateji Geliştirme / To develop current marketing strategies	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1
3.Pazarlamadaki Yeni Eğilimler / New trends in Marketing	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1
4.Uluslararası Pazarlama, Sürdürülebilir Pazarlama, Bütünleşik Pazarlama Stratejileri / To understand how important management of marketing process	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high