

Ders Bilgi Formu (Türkçe)					
Ders Adı: Pazarlama Yönetimi			Bölüm/Program/ABD İşletme		
Kredi 5	Yıl-Dönem 2012-2013/Bahar	Ders Kodu İŞL	Ders Düzeyi Lisans	Seçmeli/Zorunlu Zorunlu	Öğretim Dili Türkçe
Saatler/Kredi		*Öğretim Eleman(lar)ı:			
T 3	U 0	L 0	K 3	Doç. Dr. Mehmet MARANGOZ (mehmetmarangoz@mu.edu.tr) <small>*Öğretim elemanı adı yalnızca bilgi ve iletişim amaçlı olarak verilmiştir. Her bir derse öğretim elemanı atanması, dönem başında yönetim kurulu kararı ile yapılır.</small>	
Öğretim Yöntem ve Teknikleri: Anlatım, soru-cevap, tartışma.					
Ders Amaçları: "Pazarlama İlkeleri" dersinde öğretilen temel pazarlama kavramlarının pratikte nasıl kullanılacağını göstermektir. Bu nedenle pazarlama karması (ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma) kararları detaylı bir şekilde incelenmektedir. Yine pazarlamada örgütlenme, denetim etik gibi konuların yanı sıra rekabet ve büyüme stratejileri de ele alınmaktadır. Öğrenciler pazarlama ile ilgili temel teorik bilgilerin yanında uygulamadan da örnekler görecektir.					
Ders İçeriği:					
I. Hafta	Pazarlama Yönetim Süreci				
II. Hafta	Pazarlamada Örgütlenme				
III. Hafta	Pazarlama Yönlülük				
IV. Hafta	Misyon, Hedef ve Amaç				
V. Hafta	Pazarlama Araştırmaları				
VI. Hafta	Makro ve Mikro Çevresel Faktörler				
VII. Hafta	Endüstriyel Tüketici				
VIII. Hafta	Ara Sınav				
IX. Hafta	Ürün Kararları				
X. Hafta	Yeni Ürün Geliştirme Süreci				
XI. Hafta	Büyüme Stratejileri				
XII. Hafta	Marka Yönetimi ve Stratejileri				
XIII. Hafta	Pazarlamada Denetim ve Kontrol				
XIV. Hafta	Pazarlamada Etik				
XV. Hafta	Örnek Olay Çözümü				
Beklenen Öğrenme Kazanımları: Dersin sonunda öğrenci; 1. İşletmenin pazarlama stratejilerini yorumlar. 2. Pazarlama karmasının unsurlarını detaylı olarak açıklar. 3. Pazarlamayı bütüncül bir şekilde açıklar ve karşılaşılan problemlerin çözümünü yorumlar.					
Ölçme ve Değerlendirme Yöntem(ler)i: Ara Sınav: %40, Yarıyıl Sonu Sınavı: %60					
Ders Kitabı: A. Hamdi İSLAMOĞLU, Pazarlama Yönetimi, Beta Yayınları, İstanbul, 2008. Philip KOTLER- Gary ARMSTRONG, Principles of Marketing, Eleventh Edition, International, 2006.					
Önerilen Kaynaklar: Ö. Baybars TEK, Pazarlama, Beta Yayınları, İstanbul, 1999. Philip KOTLER, Marketing Insights From A to Z, John Wiley&Sons, Inc., 2003. Philip KOTLER, Pazarlama Yönetimi, Beta Yayınları, 2000. A. Hamdi İSLAMOĞLU, Pazarlama Yönetimi, 4. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 2008.					
Ön/Yan Koşulları:					