

**İTÜ**  
**DERS KATALOG FORMU**  
**(COURSE CATALOGUE FORM)**

Dersin Adı		Course Name				
Pazarlama Yönetimi		Marketing Management				
Kodu (Code)	Yarıyılı (Semester)	Kredisi (Local Credits)	AKTS Kredisi (ECTS Credits)	Ders Uygulaması, Saat/Hafta (Course Implementation, Hours/Week)		
				Ders (Theoretical)	Uygulama (Tutorial)	Laboratuvar (Laboratory)
GYG	2	3	7,5	3	-	-
<b>Bölüm / Program (Department/Program)</b>	Sosyal Bilimler Enstitüsü – Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi Tezsiz Yüksek Lisans Programı (Social Sciences Institute Entrepreneurship and Innovation Management Masters Program)					
<b>Dersin Türü (Course Type)</b>	Zorunlu (Compulsory)	<b>Dersin Dili (Course Language)</b>		Türkçe (Turkish)		
<b>Dersin İçeriği (Course Description)</b>	Bu ders, pazarlama fonksiyonları, politikaları ve pazarlama yönetiminin planlanması ve koordinasyonu ile ilgili teknikleri, kavram ve aktiviteleri kapsamaktadır. This course covers concepts, activities, and techniques related to the planning and coordination of marketing functions, marketing policies, and marketing administration.					
<b>Dersin Amacı (Course Objectives)</b> Maddeler halinde 2-5 adet	30-60 kelime arası					
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları (Course Learning Outcomes)</b>	1. Pazarlama karması yönetimi ve dış çevresel dinamiklere ait temel kavram ve olayları öğretmek iş yaşamında bu kavramları anlayabilme ve müzakere edebilme becerisi kazandırmak, 2. Çağdaş pazarlamanın, iş stratejisi ve performansında oynadığı stratejik rolü kavratmak, 3. Mevcut bir ürün veya hizmet için pazarlama yöneticisi rolü oynayarak, pazarlama yöneticilerinin günlük uygulamalarına hakkında anlayış geliştirmek, 4. Yönetim kararları alırken gerekçelendirme ve savunma noktalarınızı güçlendirmek için gerekli bilgiyi elde etme ve yönetme yeteneklerinizi sağlamlaştırmak, 5. Pazarlama yöneticilerinin, işletmelerindeki ve toplumdaki etik ve sosyal sorumluluklarını kavratmak. 1. Developing an understanding of the basic concepts and issues regarding marketing mix management and macro-environmental business context as to use them in business settings; 2. Developing an appreciation for the inherently strategic nature of contemporary marketing in business strategy and performance; 3. Enhancing your understanding of what marketing managers actually do on a day-to-day basis by taking on the role of marketing manager for an existing product/service; 4. Strengthening your ability to justify and support your decisions through information acquisition and management; 5. Understanding the ethical and social responsibilities of marketing management in organizations and society.					
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları (Course Learning Outcomes)</b>	Bu dersin kazandıracığı bilgi ve beceriler şunlardır: 1. Profesyonel ve etkili bir biçimde pazarlama çevresi bilgisini analiz edebilme ve bu bilgiyi hem yazılı hem de sözlü rapor olarak hazırlayıp sunabilme becerisi. 2. Bireysel yetkinliklerini grup dinamiği ile birleştirerek takımlar içerisinde etkili çalışabilme becerisi. 3. İşletmenin diğer fonksiyonlarını gözönüne alan ve tamamlayan pazarlama planları hazırlama becerisi. 4. Pazarlama problemlerini çözmek için gerekli bilgi kaynaklarına ulaşma becerisi. 5. Pazarlama karmasına (4P) ilişkin karar ve stratejileri anlama ve yorumlama becerisi. 6. Profesyonel ve sektörel sivil toplum kuruluşlarının kabul ettiği ve hükümetlerin çıkarttığı, pazarlamayı ve tüketici haklarını ilgilendiren etik kuralları ve kanunları takip etme becerisi. The following learning outcomes are aimed in the course: 1. Ability to analyze the information available in business environment and to deliver it as both a written and oral report in a professional and effective manner; 2. Ability to work in teams effectively by aligning individual competencies with group dynamics; 3. Ability to develop marketing plans that recognize and complement other business functions (e.g., human resource management, accounting, production, etc...); 4. Ability to reach information resources as to solve marketing problems; 5. Ability to understand and interpret decisions and strategies regarding marketing mix elements (4P). 6. Ability to follow ethical codes and regulations developed by professional and sectoral associations as well as governments regarding marketing applications and consumer rights.					

<b>Ders Kitabı (Textbook)</b>	Kotler & Keller, Marketing Management, 13 <sup>th</sup> ed., Pearson Prentice Hall, 2009.
<b>Diğer Kaynaklar (Other References)</b> <u>Maddeler halinde en çok 5 adet</u>	Wall Street Journal, Business Week, Fortune, Marketing Türkiye ve Kapital gibi gazete ve dergiler... Business newspapers and magazines, such as the Wall Street Journal, Business Week, Fortune, Marketing Türkiye and Kapital etc
<b>Ödevler ve Projeler (Homework &amp; Projects)</b>	Öğrencilerden dersi daha iyi anlamaları amacı ile grup projesi, kişisel ödev ve vaka analizi yapmaları istenecektir. Group Project, Personal Assignment, Case Presentations are given to students.
<b>Laboratuvar Uygulamaları (Laboratory Work)</b>	
<b>Bilgisayar Kullanımı (Computer Use)</b>	
<b>Diğer Uygulamalar (Other Activities)</b>	

## DERS PLANI

Hafta	Konular	Dersin Çıktıları
1	Pazarlama Anlayışının Gelişimi ve 21.yy'daki Tanımı Pazarlama Yönetiminde Etik ve Sorumluluk	6
2	Pazarlama Stratejileri ve Planları Geliştirme Rekabet Stratejileri	1,3,4
3	Bilgi Toplama ve Çevreyi İzleme Pazarlama Araştırması Yürütme ve Talep Tahmini	1,4
4	Son Kullanıcı ve Örgütler Arası Pazarı Analizi	1,4
5	Pazar Bölümü Tanımlama ve Hedef Pazar Seçimi	1,4,5
6	Marka Yönetimi ve Konumlandırma	3,5
7	Ürün Stratejisi Oluşturma Hizmet Tasarımı ve Yönetimi	3,5
8	Fiyatlandırma Stratejileri ve Yöntemleri	3,5
9	Pazarlamada Kanal Yönetimi: Perakendecilik, Toptancılık ve Lojistik	3,5
10	Bütünleşik Pazarlama İletişiminin Tasarımı ve Yönetimi Kitle İletişim Yönetimi: Reklam, Satış Promosyonu, Etkinlik ve Halkla İlişkiler	3,5
11	Pazarlama Planı Tasarımı Takım Çalışması Sunumları	2

## COURSE PLAN

Weeks	Topics	Course Outcomes
1	Evolution of Marketing Understanding and Its Definition in the 21 <sup>st</sup> Century The Role of Ethics and Responsibility in Marketing	6
2	Developing Marketing Strategies and Plans Competitive Strategies	1,3, 4
3	Gathering Information and Scanning the Environment Conducting Marketing Research and Forecasting Demand	1,4
4	Analyzing End User and Business Markets	1,4
5	Identifying Market Segments and Targets	1,4,5
6	Brand Management and Positioning	3,5
7	Setting Product Strategies Designing and Managing Services	3,5
8	Pricing Strategies and Methods	3,5
9	Marketing Channels: Retailing,Wholesaling and Logistics	3,5
10	Designing and Managing Integrated Marketing Communications Mass Communication: Advertising, Sales Promotions, Events, and Public Relations	3,5
11	Marketing Plan Development Team Project Presentations	2

**Dersin Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi Tezsiz Yüksek Lisans Programıyla İlişkisi**

	Programın mezuna kazandıracığı bilgi ve beceriler (programa ait çıktılar)	Katkı Seviyesi		
		1	2	3
<b>I</b>	Lisans düzeyi yeterliliklerine dayalı olarak, kuramsal ve uygulamalı Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi bilgilerini kullanabilme (beceri III); uzmanlık düzeyinde geliştirebilme ve derinleştirilme (bilgi I); farklı disiplin alanlarından gelen bilgilerle bütünleştirilerek yorumlayabilme ve yeni bilgiler oluşturabilme (beceri IV).	X		
<b>II</b>	Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi ile ilişkili olan bilgiyi, problem çözme ve/veya uygulama becerilerini, disiplinler arası çalışmalarda kullanabilme (Alana Özgü Yetkinlik XVI); ve disiplinler arası etkileşimi kavrayabilme (bilgi II).		X	
<b>III</b>	Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi ile ilişkili karmaşık sorunları araştırma yöntemlerini kullanarak, yeni stratejik yaklaşımlar geliştirilerek ve sorumluluk alarak çözümlenebilir (beceri V) (Bağımsız Çalışabilme ve Sorumluluk Alabilme Yetkinliği VII); bilgi ve becerileri eleştirel bir yaklaşımla değerlendirebilme ve öğrenmesini yönlendirebilme (Öğrenme Yetkinliği IX); uzmanlık gerektiren bir çalışmayı bağımsız olarak yürütebilme (Bağımsız Çalışabilme ve Sorumluluk Alabilme Yetkinliği VI).		X	
<b>IV</b>	Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi ile ilgili sorunların çözümlenmesini gerektiren ortamlarda liderlik yapabilme (Bağımsız Çalışabilme ve Sorumluluk Alabilme Yetkinliği VIII); sosyal ilişkileri ve bu ilişkileri yönlendiren normları eleştirel bir bakış açısı ile inceleyebilme, geliştirebilme ve gerektiğinde değiştirmek üzere harekete geçebilme (İletişim ve Sosyal Yetkinlik XI).			X
<b>V</b>	Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, uygulanması ve duyurulması aşamalarını toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerleri gözeterek denetleyebilme ve bu değerleri öğretebilme (Alana Özgü Yetkinlik XIV); strateji, politika ve uygulama planları geliştirebilme ve elde edilen sonuçları, kalite süreçleri çerçevesinde değerlendirebilme (Alana Özgü Yetkinlik XV).	X		
<b>VI</b>	Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi ile ilişkili olan güncel gelişmeleri ve kendi çalışmalarını, nicel ve nitel veriler ile destekleyerek, alanındaki ve alan dışındaki gruplara uluslararası platformlarda bir yabancı dili ileri düzeyde ve girişimcilik projeleri yönetiminin gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini (İletişim ve Sosyal Yetkinlik XIII) kullanarak (İletişim ve Sosyal Yetkinlik XII) yazılı, sözlü ve/veya görsel olarak sistemli biçimde aktarabilme (Alana özgü yetkinlik XVII) (İletişim ve Sosyal Yetkinlik X),	X		

1: Az, 2. Kısmi, 3. Tam

**Relationship between the Course and Master in Entrepreneurship and Innovation Management**

	Program Outcomes	Level of Contribution		
		1	2	3
<b>I</b>	The ability to use the theoretical and practical knowledge acquired in the Entrepreneurship and Innovation Management area (skill), developing and intensifying those knowledge, based upon the competency gained in the undergraduate level (knowledge), Interpreting and forming new types of knowledge by combining the knowledge from the Entrepreneurship and Innovation Management area and knowledge from various other disciplines (skill)	X		
<b>II</b>	Using the knowledge and the skills for problem solving and/or application (which are processed within the Entrepreneurship and Innovation Management area) in inter-disciplinary studies (Area specific competency), grasping the inter-disciplinary interaction related to the Entrepreneurship and Innovation Management area (knowledge)		X	
<b>III</b>	Solving the problems faced in the Entrepreneurship and Innovation Management area by making use of the research methods (skill), developing new strategic approaches to solve the unforeseen and complex problems arising in the practical processes of the Entrepreneurship and Innovation Management area and coming up with solutions while taking responsibility (Competence to work independently and take responsibility), assessing the specialistic knowledge and skill gained through the study with a critical view and directing one's own learning process (Learning competence), the ability to carry out a specialistic study related to the Entrepreneurship and Innovation Management area independently (Competence to work independently and take responsibility)		X	
<b>IV</b>	Fulfilling the leader role in the environments where solutions are sought for the problems related to the Entrepreneurship and Innovation Management area (Competence to work independently and take responsibility), ability to see and develop social relationships and the norms directing these relationships with a critical look and the ability to take action to change these when necessary (Communication and social competency)		X	
<b>V</b>	Paying regard to social, scientific, cultural and ethical values during the collecting, interpreting, practicing and announcing processes of the Entrepreneurship and Innovation Management area related data and the ability to teach these values to others (Area specific competency), developing strategy, policy and application plans concerning the subjects related to the Entrepreneurship and Innovation Management area and the ability to evaluate the end results of these plans within the frame of quality processes (Area specific competency)	X		
<b>VI</b>	Using the computer software together with the information and communication technologies efficiently and according to the needs of the Entrepreneurship and Innovation Management area (Communication and social competency), proficiency in a foreign language and establishing written and oral communication with that language (Communication and social competency), the ability to present one's own work within the international environments orally, visually and in written forms (Area specific competency), systematically transferring the current developments in the Entrepreneurship and Innovation Management area and one's own work to other groups in and out the Entrepreneurship and Innovation Management area; in written, oral and visual forms (Communication and social competency)	X		

**1: Little, 2. Partial, 3. Full**

<b><u>Düzenleyen (Prepared by)</u></b>	<b>Tarih (Date)</b>	<b>İmza (Signature)</b>
----------------------------------------	---------------------	-------------------------

