



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
BİGA MESLEK YÜKSEKOKULU MÜDÜRLÜĞÜ

DERS İÇERİKLERİ

BÖLÜM: PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
PROGRAM: PAZARLAMA

1.Dönem

14ATA101 ATATÜRK İLKELERİ VE İNKİLAP TARİHİ I (T+U, 2+0) (U.Kredi, 2) (AKTS, 1)

Temel Kavramlar, Türk İnkılâbı Öncesinde Osmanlı Devletinin Yaptığı İslahatlar, Türk İnkılâplarının Hazırlık Dönemi, Türk İstiklâl Savaşı

14PAZ101 PAZARLAMA İLKELERİ (T+U, 4+1) (U.Kredi, 5) (AKTS, 6)

Pazarlama anlayışındaki gelişmeler, pazarlama yönetiminde tüketici davranışları, Pazarlama Bilgi sistemi, Pazar analizi, Pazar bölümlemesi, konumlandırma, Pazar ölçümlemesi, Stratejik pazarlama planlaması, temel pazarlama stratejileri, mamul politikaları, dağıtım politikaları, fiyat politikaları, tutundurma politikaları, pazarlamanın örgütlenmesi ve kontrolü

14PAZ103 EKONOMİ I (T+U, 3+0) (U.Kredi, 3) (AKTS, 5)

Ekonominin temel kavramları, talep ve arzı etkileyen faktörler, talep esnekliği, tüketici dengesi, Piysa dengesi ve talep analizi, istihdamın ekonomik etkileri, fiyatların genel düzeydeki değişiminin etkilerinin analizi, üretim düzeyindeki değişmelerin yarattığı etkilerin analizi, pazara arz ve talebi, para ve maliye politikalarının analizi

14PAZ105 İŞLETME YÖNETİMİ I (T+U, 3+0) (U.Kredi, 3) (AKTS, 4)

İşletme kurma ve işletmeyi geliştirme işlemleri ile ilgili yeterlikleri kazandırmak, temel ekonomik göstergeleri analiz etmek, iş yeri kurma fikrini oluşturmak, iş yeri kuruluş işlemlerini yürütmek, iş yerini faaliyete açmak, işletmenin çevresini tanımak, işletmenin kuruluş yerini belirlemek, işletmenin hukuksal yapısını belirlemek, iş yerinin kapasitesini belirlemek, toplam yatırım maliyetini belirleyerek finansmanını sağlamak, tahmini gelir-gider hesabını yapmak, iş yeri ve üretim planı yapmak, uygun yapıyı oluşturup iş yerini açmak

14PAZ107 MATEMATİK (T+U, 2+1) (U.Kredi, 3) (AKTS, 7)

Kümeler, Sayılar, Cebir, Denklemler ve Eşitsizlikler, Fonksiyonlar, Logaritma, Trigonometri, Geometri

14PAZ109 PAZARLAMA MEVZUATI (T+U, 2+0) (U.Kredi, 2) (AKTS, 4)

Tüketicilerin korunmasına yönelik kanun içerikleri, rekabeti koruma kannunun pazarlama açısından incelenmesi, Ticaret hukuku ve Borçlar kanunun pazarlama açısından incelenmesi, iş ve sanat eserleri kanunu, ilgili yönetmelikler ve genelgeler, pazarlama açısından tutulması gereken zorunlu ve ihtiyari belgeler.



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
BİGA MESLEK YÜKSEKOKULU MÜDÜRLÜĞÜ

DERS İÇERİKLERİ

14TDİ101 TÜRK DİLİ I (T+U, 2+0) (U.Kredi, 2) (AKTS, 1)

Dil, diller ve Türk dili, Dil bilgisi, sözcük, cümle, Kelime Türleri, Anlatımın öğeleri ve anlatım türleri, Düzgün ve etkili konuşmanın temel ilkeleri

14YDİ101 YABANCI DİL I (İngilizce) (T+U, 2+0) (U.Kredi, 2) (AKTS, 2)

Dinleme-Anlama, Yazma, Okuma-Anlama

2. Dönem

14ATA102 ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ I (T+U, 2+0) (U.Kredi, 2) (AKTS, 1)

Atatürk Dönemi İnkılâpları, Atatürk Dönemi Türkiye Cumhuriyeti'nin Dış Siyaseti, Atatürk İlkeleri

14PAZ102 İLETİŞİM (T+U, 1+1) (U.Kredi, 2) (AKTS, 4)

Öğrencinin, pazarlama faaliyetlerini yerine getirirken müşteriler ve işin özelliklerine göre en uygun iletişim türünü seçerek iletişim kuracağı kişi/ kişilerle Türkçeyi etkin kullanmasını ve bu süreçte örgüt yapısı, örgüt içi iletişim sistemini göz önünde bulundurarak iletişim kurmasını sağlamaktır

14PAZ104 ELEKTRONİK PAZARLAMA (T+U, 1+1) (U.Kredi, 2) (AKTS, 4)

İşletmenin ürün ve satış stratejilerine göre E-Ticaret müşterilerini belirleyebilmesini; müşteri özelliklerine göre internet üzerinden veri tabanı oluşturarak pazarlama/satış stratejilerinin oluşturulmasına yardımcı olabilmesini, işletmenin satış strateji ve politikaları ile müşteri özelliklerine göre, E-Satış yapabilmesini, işletme, pazar ve teknolojik gelişmelere göre web sayfasında satış bölümü ile ilgili güncellemeleri yaptırabilmesini sağlamaktır

14PAZ106 İSTATİSTİK (T+U, 2+1) (U.Kredi, 3) (AKTS, 3)

Edinilen teorik bilgilere göre tanımlayıcı istatistiki bilgileri belirleyebilmek, en uygun olan tanımlayıcı istatistiki araçları tespit ederek, bunları kullanabilmek; problem durumuna göre, araştırmanın amacını, yöntemini, kapsamını, örneklemine ve veri toplama tekniklerini kullanılacak analiz programı ve uygulanacak analiz yöntemine göre toplanan verileri paket programlara işleyebilecek, verilerin iki değişkenli analizini yapabilecek, bulguları yorumlayabilmek ve raporlayabilmektir



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
BİGA MESLEK YÜKSEKOKULU MÜDÜRLÜĞÜ

DERS İÇERİKLERİ

14PAZ108 İŞLETME YÖNETİMİ II (T+U, 3+0) (U.Kredi, 3) (AKTS, 5)

Yönetim işlevlerini yerine getirmek, insan kaynaklarını yönetmek, üretim sürecini yönetmek, pazarlama faaliyetlerini yönetmek, işletmenin mali yapısını yönetmek

14PAZ110 PERAKENDE YÖNETİMİ (T+U, 2+1) (U.Kredi, 3) (AKTS, 5)

Perkandeciliğin tanımı ve kapsamı, perakende işletme biçimleri, Perkandeciliği etkileyen çevresel faktörler, elektronik perakendecilik, perakendeci mağazalarda kuruluş yeri seçimi, perakende işletmelerde insan kaynakları yönetimi, perakendeci işletmelerde ürün ve kategori yönetimi, perakendeci işletmelerde satın alma ve satma, stok yönetimi, Perakendeci işletmelerin katılımcıları, Perakencilikte lojistik yönetimi, mağaza atmosferi, perakende işletmelerde raf yönetimi, müşteri hizmetleri yönetimi, perakendeci işletmelerde fiyatlandırma, perakendeci işletmelerde satış artırıcı çabalar

14TDİ102 TÜRK DİLİ II (T+U, 2+0) (U.Kredi, 2) (AKTS, 1)

Yazılı ve Sözlü Anlatım Türleri, Noktalama ve Yazım Kuralları, Anlatım Bozuklukları

14YDİ102 YABANCI DİL II (İngilizce) (T+U, 2+0) (U.Kredi, 2) (AKTS, 2)

Kelime bilgisi, Dil bilgisi, Okuma-Dinleme-Konuşma-Yazma Becerisi

14BED102 BEDEN EĞİTİMİ II (T+U, 2+0) (U.Kredi, 0) (AKTS, 1)

Sporun Toplumdaki Yeri ve önemi, Spor Türleri, Boş Zaman Eğitimi, Ritmik Hareketler, Antrenman Prensipleri ve Uygulamalar.

14PAZ112 BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİSİ (T+U, 2+1) (U.Kredi, 3) (AKTS, 4)

internet ortamında iletişim kurmak,internet ortamında iş başvurusu yapmak,sayısal verileri düzenlemek, hazır şablon ile tanıtım materyali hazırlama, elektronik posta yönetimi, haber grupları / forumlar, web tabanlı öğrenme, kişisel web sitesi hazırlama, elektronik ticaret, kelime işlemci programında özgeçmiş, internet ve kariyer

3. Dönem

14PAZ201 PAZARLAMA ARAŞTIRMASI (T+U, 2+1) (U.Kredi, 3) (AKTS, 3)

Pazarlama araştırmasının niteliği, örnekleme ve örnekleme yöntemleri, veri kaynakları ve veri toplama yöntemleri, verilerin tablollanması, anlizi ve yorumu, parametrik hipotez testleri, parametrik olmayan hipotez testleri, araştırmanın denetimi, Pazar araştırma türleri

14PAZ203 GLOBAL PAZARLAMA (T+U, 2+0) (U.Kredi, 2) (AKTS, 2)



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
BİGA MESLEK YÜKSEKOKULU MÜDÜRLÜĞÜ

DERS İÇERİKLERİ

Uluslararası pazarların yapısına göre müşteri, işletme beklentilerini ve uluslararası pazarlarda işletme satış strateji ve politikalarına göre müşterileri belirleyebilmek, uluslararası pazarlarda

işletme hedef ve stratejilerine göre pazarlama faaliyetlerini planlamak ve pazarlama karmasının uygulanmasına yardımcı olabilmesini sağlamaktır

14PAZ205 SATIŞ YÖNETİMİ (T+U, 4+2) (U.Kredi, 5) (AKTS, 12)

Satış yönetimi fonksiyonları, satıcılık ve satış yönetimi, satış sisteminin düzenlenmesi, satış gücünün oluşturulması ve eğitimi, satışçıların motivasyon ve ücretlendirilmesi, satış tahminlemesi ve satış bütçeleri, satış bölgeleri ve oluşturulması, satış kotaları, satış politika ve stratejileri, satış performansının değerlendirilmesi, satış yönetiminin etik ve yasal boyutu

14PAZ207 MESLEKİ YABANCI DİL (T+U, 2+0) (U.Kredi, 2) (AKTS, 2)

Mesleki yabancı dil bilgisini kullanmak, mesleki kavram ve tanımları kullanmak

14PAZ209 ARAŞTIRMA YÖNTEM VE TEKNİKLERİ (T+U, 1+1) (U.Kredi, 2) (AKTS, 3)

Araştırma Konularını Seçme, Kaynak Araştırması Yapma, Araştırma Sonuçlarını Değerlendirme, Araştırma Sonuçlarını Rapor Hâline Dönüştürme ve Sunumunu Yapma

14PAZ213 MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ (T+U, 2+0) (U.Kredi, 2) (AKTS, 4)

İşletmenin hedef ve stratejilerine göre müşteriler ile iletişim kurabilmek ve müşterilerin özelliklerine göre sınıflandırılmasına yardımcı olabilmek, online alışveriş sisteminin özelliklerine göre online tüketici davranışlarını, müşterilerin satınalma yöntem ve sıklıklarına göre de geleneksel tüketici davranışlarını yorumlayabilmek, randevu alma ve verme kurallarına göre, randevu düzenleyebilmek ve izleyebilmek, ağırlama tekniklerine göre müşteriyi ağırlayabilmek, müşteriyi elde tutma programlarına göre, müşteri değeri yaratmak konusunda ve müşteri memnuniyeti ölçme tekniklerine göre müşteri memnuniyet ölçümüne yardımcı olmayı sağlamaktır

14PAZ223 PAZARLAMA İLETİŞİM TEKNİKLERİ (T+U, 3+1) (U.Kredi, 4) (AKTS, 4)

İşletmenin misyon ve vizyonuna göre işletme imajının korunması ve geliştirilmesine katkı sağlayabilmesini; işletmenin tutundurma amaçlarına göre işletme ve ürün hakkında çevreye bilgi verebilmesini ve sponsorluk çalışmalarına katkıda bulunabilmesini, işletmenin reklam amacı ve ortamına göre oluşturulacak reklam kampanyasına veri sağlayabilecek ve reklam etkinliğinin ölçülmesi yöntemlerine göre yürütülmekte olan reklamlar ile ilgili geri bildirimde bulunabilecektir, tutundurma stratejileri, satış elamanları ve müşterilerin özelliklerine ve araçlara göre satış elemanlarına, aracı ve müşterilere yönelik satış geliştirme faaliyetlerine yardımcı olmasını, hedef pazarın özelliklerine, tutundurma stratejilerine ve satış yöntemine



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
BİGA MESLEK YÜKSEKOKULU MÜDÜRLÜĞÜ

DERS İÇERİKLERİ

göre doğrudan satış faaliyetleri için potansiyel alıcıları belirlemeye ve doğrudan satış faaliyetleri için gerekli araçların seçimine yardımcı olabilmesini sağlayacaktır

14PAZ202 TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI (T+U, 3+0) (U.Kredi, 3) (AKTS, 2)

Tüketim ve tüketici ve tüketim süreci, tüketici davranış modelleri, tüketici satın alma karar türleri, tüketici satın alma karar süreci, tüketicilerin satın alma sürecini etkileyen faktörler, Tüketiciliğin nedenleri ve pazarlama üzerindeki etkileri

14PAZ204 SATIŞ GÜCÜ EĞİTİMİ (T+U, 2+2) (U.Kredi, 3) (AKTS, 5)

Mesleki yayınlar, kurs ve seminerlere katılım, satış sürecinde kullanılan bilgisayar paket programlarının tanıtımı (MRP, ERP, CRP), satış elemanlarının oryantasyonu, satış elemanlarının motivasyonu, satış elemanlarının kariyer planlaması, Kariyer sisteminin oluşturulmasını sağlayan koçluk ve mentorluk sisteminin kurulması, sosyal olayların analizi, satışta etik uygulamalar, satışta stres ve zaman yönetimi.

14PAZ206 SATIŞ SAHA PLANLAMASI (T+U, 1+1) (U.Kredi, 2) (AKTS, 3)

Kişsel hazırlık ve iş planının yapılması, satış organizasyonu için gerekli dökümanları hazırlamak, satış toplantıları ve iş dağılımının yapılması, teşhir ve tanzim mekanları düzenlemek, fuar standları düzenlemek, çalışma alanında ergonomi, satış sahası için gerekli olan verileri toplamak, düzenlemek, analiz etmek, yorumlamak ve raporlamak

14PAZ208 MARKA YÖNETİMİ (T+U, 2+0) (U.Kredi, 2) (AKTS, 2)

Marka tanımı ve pazarlama açısından önemi, marka ile ilgili kavramlar, marka teşçili, stratejik marka yönetim süreci, marka bağlılığı nı etkileyen faktörler, marka denkliği unsurları, marka yaratma stratejileri, markanın konumlandırılması, markanın görsel ve işitsel unsurları, marka iletişimi, global marka yönetimi.

14PAZ222 TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ (T+U, 2+0) (U.Kredi, 2) (AKTS, 2)

Pazara, ürüne, işletmenin satış hacmine ve satış yöntemine göre stok seviyesinin belirlenmesine katkıda bulunabilmesini ve maliyet faktörlerinin belirlenmesine yardımcı olmasını, alınan siparişlere göre sevkiyat planlarını kontrol edebilecek ve ilk onayını yapabilmesini, yapılan sevkiyat planlarına göre de müşteri ile iletişim kurarak sipariş takibinde bulunabilmesini sağlamaktadır.

14PAZ-216 HİZMET PAZARLAMASI (T+U, 3+0) (U.Kredi, 3) (AKTS, 3)



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
BİGA MESLEK YÜKSEKOKULU MÜDÜRLÜĞÜ

DERS İÇERİKLERİ

Pazarlama ve hizmetlerin gelişimi, hizmet kavramının tanımlanması, hizmetlerin ortak özellikleri, hizmetlerin sınıflandırılması, hizmet sektörünün günümüzdeki önemi, hizmetlerde pazarlama karması, geleneksek pazarlama karması, genişletilmiş pazarlama karması, hizmetlerin sınıflandırılması, hizmetlerde ürün kavramı, hizmetlerin dağıtımı,

hizmetlerin fiyatlandırılması, tutundurma, hizmet pazarlamasında insan, personel, müşteri, fiziksel kanıtlar, çevre, hizmet tesisinin boyutları, hizmet işletmelerinde talep ve kapasite yönetimi, hizmet kapasitesi, model, boyutlar, kalitenin artırılması, hizmet karşılaşması, ilişkisel pazarlama

14PAZ224 TURİZM PAZARLAMASI (T+U, 3+0) (U.Kredi, 3) (AKTS, 3)

Kavramı gelişimi ve önemi, turizmde pazarın yapısı, turist davranışı, turistik ürün ve hizmet politikaları, turizmde fiyatlandırma; turizm dağıtım kanalları, turizmde tutundurma çalışmaları, turizmde destinasyon yönetimi, turizmde pazarlama planlaması, turizmde stratejik planlama ve yönetim, pazarlama denetimi ve performansın ölçümü, turizmde pazarlama araştırması, global turizm stratejileri, toplantı turizmi pazarlaması, turizm pazarlamasında haberleşmenin önemi ve halkla ilişkiler

14PAZ226 İHRACAT TEKNİKLERİ (T+U, 1+1) (U.Kredi, 2) (AKTS, 2)

İhracat türlerine göre uluslararası ticaretin şeklini belirlemeye yardımcı olabilmek; uluslararası mevzuata göre satış anlaşmaları hazırlama için gerekli ön hazırlıkları yapabilmek, uluslararası ticaretin türüne göre gerekli belgeleri hazırlatabilmek, uluslararası ticaret anlaşmasına göre ödeme ve teslim şekillerini uygulamaya yardımcı olabilmektir

14PAZ228 STAJ (T+U, 0+0) (U.Kredi, 0) (AKTS, 8)

Üniversite staj yönetmeliğine göre 30 iş günü staj yapar.