

Pazarlama ve Satış Yönetimi Anabilim Dalı- Tezli Yüksek Lisans Programı Ders İçerikleri

1. Yıl - Güz

1. Yarıyıl Ders Planı

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Temel Pazarlama	PSA701	1	3 + 0	8
İçeriği	Pazarlamanın ve pazarlama biliminin tanımı ve temel kavramlar, pazarlama yönetiminin gelişimi, pazarlama çevresi, tüketici davranışları ve satın alıcı pazarların profili, tüketici tatmini ve tüketici tatminin sağlanması, tüketici karar süreci, satın alma rolleri ve karar süreci, örgütsel satın alma, rekabet analizi, Pazar bölümlendirme, hedef pazarların seçimi ve hedef Pazar seçim stratejileri, stratejik pazarlama planlaması, pazarlama kararlarının verilmesi			

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Satış Yönetimi	PSA733	1	3 + 0	8
İçeriği	Satış ve pazarlama temel kavramları, satış programının özellikleri, satış türleri, satış engelleri, satış görüş ve kuralları, satış sonrası hizmet, satış planlama ve satış stratejileri, satış kaynakları tedariki			

1. Yarıyıl Seçmeli Dersler

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Ürün-Fiyat Yönetimi	PSA703	1	3 + 0	7
İçeriği	Ürün tanımları ve temel kavramlar, marka, paketleme, garantiler, patent, lisans, pazarlama karması, yeni ürün süreci, olgun ürün yaşam süreci, stratejileri ve taktikleri, ürün yaşam eğrisi stratejileri, fiyat temel kavramları, fiyat amaçları, talep analizi, maliyet analizi, fiyat saptama yöntemleri, fiyata etki eden faktörler, fiyat uyarlama stratejileri fiyatlama hedeflerinin belirlenmesi, fiyatlama metodunun seçimi, maliyetlerin tahmini, fiyat uyarlama stratejileri, kuruluş yeri seçimi, depolama, stok yönetimi, stok yönetim yöntemleri, ambalajlama, tutundurma bileşenleri, pazarlama iletişim sistemi, reklam, satış promosyonu, kişisel satış, tanıtım, satış promosyonu, halkla ilişkiler			

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Satış Kanalları Yönetimi	PSA705	1	3 + 0	7
İçeriği	Satış kanalları temel kavramlar, satış kanalı türleri, aracı işletmeler, türleri , özellikleri, satış kanalları yönetimi, kanal üyelerinin denetimi, dağıtım kanalı, dağıtım kanalı fonksiyonları, dağıtım kanallarının seçim süreci, dağıtım kanallarının yönetimi, kanal üyelerinin değerlendirilmesi, toptancı ve perakendeci dağıtım kanalları, fiziksel dağıtım sistemi, fiziksel dağıtım kararları			

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Halkla İlişkiler	PSA727	1	3 + 0	7
İçeriği	Derste Halkla İlişkiler mesleğinin tanımı , doğuşu ve öneminin yanı sıra bu kavrama yakın diğer kavramlar incelenecek ,farklar ortaya konulacak ve Halkla İlişkiler mesleğini icra edebilmek için gerekli temel bilgiler verilecektir. Halkla İlişkiler biliminin temeli , doğuşu ve tarihsel gelişimi. Halkla ilişkiler departmanlarının yapılanması , meslek elemanlarında bulunması gereken özellikler, halkla ilişkilerde kullanılan basılı ve görsel araçlar bu dersin konusudur. Her dersin sonunda haftanın konusuyla ilgili vaka analizleri yapılacak ve örnek materyaller paylaşılacaktır.			

1. Yıl - Bahar

2. Yarıyıl Ders Planı

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Elektronik Pazarlama	PSA728	2	3 + 0	8
İçeriği	Temel Kavramlar, İnternet çevresi, Bir pazarlama şebekesi olarak internet, e-rekabet, e-pazarlarda tüketici davranışı, e-pazarlarda örgütsel müşteriler,e-ürün, e-fiyat, e-dağıtım,e-tutundurma, elektronik pazarlarda güven.			

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Alıcı Türleri ve Davranışları	PSA708	2	3 + 0	8
İçeriği	Tüketici Algı; Öğrenme ve Bellek; Motivasyon ve Değerler; Öz; Kişilik ve Yaşam Tarzı; Tutumlar ve İkna Edici İletişim, Bireysel Karar Verme; Alış ve atılması; Gruplar; Örgütsel ve Hanehalkı Karar Verme; Gelir ve Sınıf Sosyal;, Etnik İrk ve Din alt kültürler; Yaş alt kültürler, tüketici davranışı en son trendlerini ele almaktadır			

2. Yarıyıl Seçmeli Dersler

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Satış Psikolojisi	PSA702	2	3 + 0	7
İçeriği	Satış, Etkili İletişim Süreci, Yönetim - İşletme ve İletişim, lesson covers the topics of Sale, Effective Communication Proses, Relationship between Management-Enterprise and Commination, Kurumsal İletişim			

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Satış ve Pazarlık Yönetimi	PSA706	2	3 + 0	7
İçeriği	Satış yönetimi ve kişisel satış; alıcı-satıcı etkileşimi; Satış süreci; satış personeli, müşteri; müşteriye tanıma teknikleri, satış müzakeresi, süreci ve özellikleri, ikna yöntemleri			

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Satış ve İletişim Yönetimi	PSA734	1	3 + 0	7
İçeriği	İletişim, etkin iletişim süreci, satış ve satınalma süreci, örgütsel iletişim.			

2. Yıl - Güz

3. Yarıyıl Ders Planı

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Pazar Araştırması	PSA739	3	3 + 0	8
İçeriği	Pazarlama araştırmasının niteliği, araştırma süreci, problemin teşhisi ve tanımlanması, veri kaynaklarının belirlenmesi, örnekleme, verilerin toplanmasında yöntemlerin seçimi, verilerin toplanması, verilerin cetvelenmesi, analizi ve yorumu, pazarlama araştırmasının denetimi, pazarlama araştırmasının türleri.			

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Hizmet Pazarlaması	PSA729	3	3 + 0	8
İçeriği	Hizmet pazarlaması ile ilgili temel kavramlar, stratejiler, kararlar, müşteri ilişkileri, müşteri sadakati, hizmet sunumu, hizmet kalitesi kavramları ele alınacaktır			

3. Yarıyıl Seçmeli Dersler

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Müşteri İlişkileri Yönetimi	PSA725	3	3 + 0	7
İçeriği	Müşteri ilişkileri, müşterilerle iletişim, müşteri kazanma ve elde tutma, müşteri ilişkilerinin ölçümü, müşteri odaklı kültürün yaratılması.			

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Satışçıların Örgütlemesi ve Motivasyonu	PSA735	3	3 + 0	7
İçeriği	Bu ders bir pazarlama araştırmasına dair ayrıntıları, ürün planlamayı, fiyatlandırmayı, dağıtım kanallarını, tanıtımı ve etik konularını içerir. Ayrıca, satış gücünün rolüne, fonksiyonlarına, küresel ortamda yönetimin karşılaştığı etik sorunlara vurgu yapar.			

2. Yıl - Bahar

4. Yarıyıl Ders Planı

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Dönem Projesi	PSA732	4	0 + 1	30
İçeriği	dönem boyunca literatür taraması, gerekiyorsa saha araştırması, verilerin analizi, raporun yazımı ve jüri önünde savunulması.			

Ders Adı	Kod	Yarıyıl	T+U	AKTS
Uluslararası Pazarlama	PSA737	3	3 + 0	7
İçeriği	Pazarlama anlayışının gelişimi, stratejik pazarlama planlaması, hedef Pazar, global pazarlama yönetimi, dünya pazarlarında sosyal ve kültürel etmenler, bölgesel pazarlar, global üretim stratejileri, rekabet analizi, uluslararası pazarlarda mamül doyma düzeyleri, yabancı ülkelere karşı tutumlar, fiyatlandırma kararları, global reklamcılık ve dünya markaları, global pazarlama yönetimi ve denetimi.			