

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Marketing Management / Marketing Management	
Ders Kodu / Course Code	EISL501	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Master without Thesis / Master without Thesis	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	English / English	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Dersin amacı: Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlama yönetimi kavramlarını, stratejilerini ve uygulamalarını öğretmek, öğrencilerin pazarlama süreçlerini anlamalarını ve pazarlama kararlarına yönelik analiz ve planlama yapma becerilerini geliştirmelerini sağlamaktır.	The objective of this course is to teach students the concepts, strategies, and applications of marketing management, and to enable them to understand marketing processes and develop the skills to analyze and plan marketing decisions.
İçeriği / Content		
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2020). Marketing Management. Pearson. Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). Marketing: An Introduction. Pearson. Czinkota, M. R., & Kotabe, M. (2019). Marketing Management. Cengage Learning. Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2019). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson.	Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2020). Marketing Management. Pearson. Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). Marketing: An Introduction. Pearson. Czinkota, M. R., & Kotabe, M. (2019). Marketing Management. Cengage Learning. Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2019). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Pazarlama yönetimi kavramını ve temel prensiplerini anlama.	Understand the concept and fundamental principles of marketing management.
2	Pazarlama stratejileri ve planlama süreçlerini inceleme ve değerlendirme becerisi geliştirme.	Examine and evaluate marketing strategies and planning processes.
3	Pazarlama araştırmaları yapma ve analiz etme yeteneği geliştirme.	Develop the ability to conduct marketing research and analyze data.
4	Ürün, fiyat, dağıtım ve promosyon kararlarını planlama ve uygulama becerisi geliştirme.	Plan and implement product, price, distribution, and promotion decisions.
5	Pazarlama performansını izleme ve değerlendirme yeteneği geliştirme.	Develop the ability to monitor and evaluate marketing performance.

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 Tanımı ve Kavramları				
	Definition and Concepts of Marketing Management				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Stratejisi ve Planlama Süreci				
	Marketing Strategy and Planning Process				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar Segmentasyonu ve Hedef Pazar Belirleme				
	Market Segmentation and Target Market Selection				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Araştırması ve Veri Analizi				
	Marketing Research and Data Analysis				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün ve Hizmet Yönetimi				
	Product and Service Management				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Yönetimi				
	Brand Management				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fiyatlandırma Stratejileri				
	Pricing Strategies				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dağıtım Kanalı Yönetimi				
	Distribution Channel Management				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama İletişimi ve Reklam				
	Marketing Communication and Advertising				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Halkla İlişkiler ve Kampanya Yönetimi				
	Public Relations and Campaign Management				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satış Yönetimi				
	Sales Management				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri İlişkileri Yönetimi				
	Customer Relationship Management				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Pazarlama				
	Global Marketing				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Performansı ve Kontrol				
	Marketing Performance and Control				

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)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	75.00	75.00
Final Sınavı / Final Examination	1	75.00	75.00
Toplam / Total:	2	150.00	150.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 150.00/25.00 = 6.00 ~ 6.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 150.00 / 25.00 = 6.00 ~ 6.00			

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	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15
1.Pazarlama yönetimi kavramını ve temel prensiplerini anlama. / Understand the concept and fundamental principles of marketing management.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2.Pazarlama stratejileri ve planlama süreçlerini inceleme ve değerlendirme becerisi geliştirme. / Examine and evaluate marketing strategies and planning processes.	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
3.Pazarlama araştırmaları yapma ve analiz etme yeteneği geliştirme. / Develop the ability to conduct marketing research and analyze data.	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
4.Ürün, fiyat, dağıtım ve promosyon kararlarını planlama ve uygulama becerisi geliştirme. / Plan and implement product, price, distribution, and promotion decisions.	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4
5.Pazarlama performansını izleme ve değerlendirme yeteneği geliştirme. / Develop the ability to monitor and evaluate marketing performance.	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4

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