

İTÜ
BİLİŞİM ENSTİTÜSÜ
YENİ DERS ÖNERİ FORMU

DERSİN ADI	Pazarlama Yönetimi
DERSİN İNGİLİZCE ADI	Marketing Management
OKUTULDUĞU BİRİM	Executive MBA in IT Based Construction Management
KOD NUMARASI	IYB542B
DERS SAATİ/HAFTA	3
OKUTULDUĞU YARIYIL(LAR)	3
VARSA ALMAK İÇİN ÖNKOŞUL	-
DERSİ VEREN(LER)	-
DERSİN DİLİ	İngilizce
DERSİN TÜRÜ	Seçme
GEREKÇESİ:	<p>Küreselleşen dünyanın daha da rekabetçi hale gelen ortamında, şirketler müşteri memnuniyetine odaklı hale gelmekte ve farklı yöntemler kullanarak hedef kitlelerine ulaşmayı amaçlamaktadırlar. Pazarlama, şirketlerin farklı fonksiyonlarını en iyi koordine edecek araçlardan biri olduğundan, bu ders ile, pazarlama prensipleri ve uygulamalarını öğrenciye tanıtmak hedeflenir. Ders sonuna değin, öğrenciler pazarlama uyarlanması ile oluşacak temel unsurları, tüketici davranışına yönelik pazarlama stratejileri oluşturmayı ve bunların değişik pazar ve kültürlerle nasıl uygulanacağını anlama imkanı bulacaklardır.</p> <p>Ders bir seri örnek olay ve internet uygulamalarını içerecektir.</p>
TÜRKÇE İÇERİK:	<p>Pazarlama: kavramlar ve pazarlama süreci, pazarlama oluşumu (pazarlama ortamı ve pazarlama bilgi sistemi), satın alma davranışı (tüketici ve endüstriyel pazarlar), hedef pazarı belirleme, pazar bölümlendirmesi ve yerleştirme, yeni ürün geliştirme, ürün yaşam evresi, pazarlama stratejileri, pazarlama kararları (ürün ve hizmetler için), fiyatlandırma ve pazarlama kanalları, pazarlama iletişimi, doğrudan pazarlama ve internet ortamında pazarlama.</p>
İNGİLİZCE İÇERİK:	<p>Marketing: concepts and marketing process, marketing setting (marketing environment and marketing information system), buyer behavior (consumer and business markets), determining the target market, market segmentation and positioning, new product development, the product life cycle, marketing strategies, marketing decisions (product and service), pricing and marketing channels, marketing communications, direct and e-marketing.</p>
KAYNAKLAR:	<p>Kotler, P. (1999) <i>Marketing Management</i>, Millenium ed., Prentice Hall International. Jobber, D. (2001) <i>Principles and Practice of Marketing</i> 3rd ed., McGraw-Hill. Saker, J. and G. Smith (1997) <i>European Casebook of Principles of Marketing</i> Prentice Hall.</p>