

İTÜ  
DERS KATALOG FORMU  
(COURSE CATALOGUE FORM)

<b>Dersin Adı</b>				<b>Course Name</b>		
Pazarlama Ve Satış Yönetimi				Marketing and Sales Management		
<b>Kodu (Code)</b>	<b>Yarıyılı (Semester)</b>	<b>Kredisi (Local Credits)</b>	<b>AKTS Kredisi (ECTS Credits)</b>	<b>Ders Uygulaması, Saat/Hafta (Course Implementation, Hours/Week)</b>		
				<b>Ders (Theoretical)</b>	<b>Uygulama (Tutorial)</b>	<b>Laboratuvar (Laboratory)</b>
END 433E	7	3	4	3	0	0
<b>Bölüm / Program (Department/Program)</b>		Endüstri Mühendisliği (Industrial Engineering)				
<b>Dersin Türü (Course Type)</b>		Seçmeli (Elective)		<b>Dersin Dili (Course Language)</b>		İngilizce (English)
<b>Dersin Önkoşulları (Course Prerequisites)</b>		-				
<b>Dersin mesleki bileşene katkısı, % (Course Category by Content, %)</b>		<b>Temel Bilim (Basic Sciences)</b>	<b>Temel Mühendislik (Engineering Science)</b>	<b>Mühendislik Tasarım (Engineering Design)</b>	<b>İnsan ve Toplum Bilim (General Education)</b>	
				30%	70%	
<b>Dersin İçeriği (Course Description)</b>		Bir pazarlama yöneliminin gerekli öğelerini sağlamak; pazarlama ve satış yönetiminin temel kavramları ve ilkeleri; alıcıların temel davranış modelleri ve bunların pazarlama stratejisi ve kararlarına etkileri; geniş bir alandaki pazar ve kültürler arasında pazarlama ilkelerini uygulama becerisi.  To provide essential elements of a marketing orientation; major concepts and principles of marketing and sales management; and, basic models of buyer behavior and their implications for marketing strategy and decisions; be able to apply marketing principles across a wide range of markets and cultures.				
<b>Dersin Amacı (Course Objectives)</b>		Bir pazarlama anlayışının temel bileşenleri ile pazarlama ve satış yönetiminin temel kavramlarını ve ilkelerini ortaya koymak; temel satın alma davranışı modellerini incelemek ve pazarlama stratejileri oluşturabilmek, pazarlama ve satış kararları alabilmek; geniş bir perspektiften değişik pazar ve kültürlere pazarlama prensiplerini uygulayabilmek.  To provide essential elements of a marketing orientation; major concepts and principles of marketing and sales management; and, basic models of buyer behavior and their implications for marketing strategy and decisions; be able to apply marketing principles across a wide range of markets and cultures.				
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları (Course Learning Outcomes)</b>		I. Pazarlama ve satışın temel kavramlarını tanımlayıp uygulamak II. Temel bir pazarlama ve satış planı üzerinde değerlendirme yapmak ve stratejiler oluşturmak				
<b>Öğrenciler şu bilgi ve becerileri kazanacaklar: (Students will be able to:)</b>		I. Define and apply the key concepts of marketing and sales II. Evaluate a basic marketing and sales plan and then, develop strategies accordingly.				

<b>Ders Kitabı (Textbook)</b>	Kotler P. & Armstrong, G. Principles of Marketing Management (2006 or newer) Principles of Marketing Management., 11th ed., Prentice Hall.		
<b>Diğer Kaynaklar (Other References)</b>	Jobber, D. & Lancaster, G. (2000 or newer) Selling and Sales Management, 5th ed., Financial Times and Prentice Hall.		
<b>Ödevler ve Projeler (Homework &amp; Projects)</b>	Vaka çalışması analizi ve sunumu		
	Case study analysis and presentation		
<b>Laboratuvar Uygulamaları (Laboratory Work)</b>			
<b>Bilgisayar Kullanımı (Computer Use)</b>			
<b>Diğer Uygulamalar (Other Activities)</b>			
<b>Başarı Değerlendirme Sistemi (Assessment Criteria)</b>	<b>Faaliyetler (Activities)</b>	<b>Adedi (Quantity)</b>	<b>Değerlendirmedeki Katkısı, % (Effects on Grading, %)</b>
	Yıl İçi Sınavları (Midterm Exams)	1	20%
	Kısa Sınavlar (Quizzes)		
	Ödevler (Homework)	1	20%
	Projeler (Projects)		
	Dönem Ödevi/Projesi (Term Paper/Project)	1	20%
	Laboratuvar Uygulaması (Laboratory Work)		
	Diğer Uygulamalar (Other Activities)		
	Final Sınavı (Final Exam)	1	40%

## DERS PLANI

Hafta	Konular	Dersin Çıktıları
1	Pazarlama ve satışın ilkeleri ve pazarlama süreci	I
2	Müşteri memnuniyeti ve stratejik pazarlama bakış açısı	I
3	Pazarlama bilgi sistemi, pazarlama çevresi	I
4	Tüketici ve endüstriyel pazarlar ve satın alma davranışı	I
5	Pazar bölümlenme, hedefleme ve konumlandırma	II
6	Ürün, hizmet ve marka stratejileri	II
7	Ürün, hizmet ve marka stratejileri	II
8	Yeni ürün geliştirme ve ürün yaşam eğrisi, rekabet	II
9	Yeni ürün geliştirme ve ürün yaşam eğrisi, rekabet	II
10	Fiyatlandırma ve stratejiler	II
11	Pazarlama kanalları, satış yönetimi	II
12	Satış yönetimi, pazarlama iletişimi	II
13	Küreselleşme ve e-pazarlama	II
14	Dönem proje teslim ve sunumu	II

## COURSE PLAN

Weeks	Topics	Course Outcomes
1	Principles of Marketing and Sales and, Marketing Process	I
2	Customer Satisfaction and Marketing Strategy	I
3	Managing Marketing Information, Marketing Environment	I
4	Consumer and Business Markets and Buying Behaviour	I
5	Market Segmentation, Targeting and Positioning	II
6	Product, Services and Branding Strategies	II
7	Product, Services and Branding Strategies	II
8	New Product Development and Product Life Cycle, Competition	II
9	New Product Development and Product Life Cycle, Competition	II
10	Pricing Considerations and Strategies	II
11	Marketing Channels and Sales Management	II
12	Sales Management, Marketing Communications	II
13	Globalization and E-marketing	II
14	Term Project Submission and Presentation	II

**Dersin Endüstri Mühendisliği Programıyla İlişkisi**

	Programın mezuna kazandıracığı bilgi ve beceriler (programa ait çıktılar)	Katkı Seviyesi		
		1	2	3
1	Matematik, fen bilimleri ve mühendislik ile ilgili bilgileri uygulama becerisi	X		
2	Deney tasarlama, uygulama ve verileri analiz edip yorumlama becerisi			X
3	Ekonomik, toplumsal, politik, etik, sağlık ve güvenlik, üretilebilirlik ve sürdürülebilirlik gibi kısıtları dikkate alarak bir sistem, bir ürün veya ürün bileşeni ya da bir süreç tasarlama becerisi			X
4	Çok disiplinli takımlar içinde çalışma yapma becerisi	X		
5	Mühendislik problemlerini belirleme, formüle etme ve çözme becerisi	X		
6	Endüstri Mühendisliği mesleğinin etik ilkelerini ve getirdiği sorumlulukları anlama	X		
7	Etkin iletişim kurma becerisi	X		
8	Küresel anlamda mühendislik çözümlerinin ekonomik, çevresel ve toplumsal etkilerini anlayabilmek için gerekli eğitim	X		
9	Yaşam boyu öğrenme becerisi		X	
10	Çağdaş konularla ilgili bilgi			X
11	Mühendislik uygulamaları için gerekli olan teknikleri, becerileri ve çağdaş mühendislik araçlarını kullanma becerisi	X		
12	İş dünyasında bilgisini uygulama becerisi			X
13	Yönetim bilgi ve becerileri			X

1: Az, 2. Kısmi, 3. Tam

**Relationship between the Course and Industrial Engineering Curriculum**

	Program Outcomes	Level of Contribution		
		1	2	3
1	An ability to apply knowledge of mathematics, science, and engineering	X		
2	An ability to design and conduct experiments, as well as to analyze and interpret data			X
3	An ability to design a system, component, or process to meet desired needs within realistic constraints such as economic, environmental, social, political, ethical, health and safety, manufacturability, and sustainability			X
4	An ability to function on multidisciplinary teams	X		
5	An ability to identify, formulate, and solve engineering problems	X		
6	An understanding of professional and ethical responsibility	X		
7	An ability to communicate effectively	X		
8	The broad education necessary to understand the impact of engineering solutions in a global, economic, environmental, and societal context	X		
9	A recognition of the need for, and an ability to engage in life-long learning		X	
10	A knowledge of contemporary issues			X
11	An ability to use the techniques, skills, and modern engineering tools necessary for engineering practice.	X		
12	Ability to apply his/her knowledge in business			X
13	Knowledge and skills of management			X

1: Little, 2. Partial, 3. Full

<u>Düzenleyen (Prepared by)</u>	<u>Tarih (Date)</u> Temmuz 2009	<u>İmza (Signature)</u>
---------------------------------	------------------------------------	-------------------------