# Ders İçerikleri

**Zorunlu Dersler**

**PMBA 513 Pazarlama Yönetimi**

Bu dersin amacı, pazarlamada stratejik yönetim, şirket felsefesi, durum ve rekabet analizi, portföy matrisleri, pazarlama bileşenleri optimizasyonu, bütçe, denetim, pazar payı ve karlılık analizi konularını örnek olaylarla öğrencilere öğretmektir.

# PMBA 551 Reklam Yönetimi

Reklam”, “Reklam Sektörü”, “Bütünleşik Pazarlama İletişimi” kavramları, reklamların özellikleri, reklam sektörünün günümüzdeki önemi ve büyüme nedenleri, reklamların sınıflandırılması, reklamların pazarlamadaki yeri ve önemi, reklam stratejileri ve politikaları, farklı işletmeler için reklam karması, reklam yönetiminde yeni yaklaşımlardır.

# PMBA 519 Satış Yönetimi

Bu dersin amaçları: Şirket yönetiminde “Pazarlama”’işlevi ve ardından da “Satış” işlevinin anlamını ve yerini öğrenmek, özellikle satış teşkilatının oluşturulması ve yönetimi odaklı olarak, Modern şirket yapısında Satış Yönetimi kavramının önemini kavramak, Günümüzün en popüler pazarlama felsefesi olan “Tüketici Odaklı” yaklaşımda satış kibinin rolünü, sorumluluklarını ve etkisini anlamak, “Satıcılık” kariyerinin içeriğini pazarlık becerileri, satış görüşmeleri, toplantılara hazırlık, müşteri temasları, farklı müşteri tipleri gibi önemli konuları öğrenerek anlamaktır

**TMBA 525 İstatistiksel Analiz ve Karar Verme**

Bu dersin amacı; kantitatif analiz teknikleri ile araştırma konularını sayısal bir biçimde ifade edilmektedir. Analize konu olan değişkenlerin belirlenmesi, verilerin toplanması, araştırmanın metodolojisinin belirlenmesi gibi konulara değinilerek daha sonra çeşitli analiz türlerinde kısıt altında optimizasyon sağlamak amacıyla izlenmesi gereken aşamalara yer verilecektir. Her analizin sonunda ise analiz sonuçlarından elde edilen objektif sonuçların ne şekilde yorumlanması gerektiği detaylı olarak incelenecektir.

# PMBA 527 Müşteri İlişkileri Yönetimi(CRM)

Bu dersin amacı, İşletme anlayış ve teknoloji uygulaması olarak kullanılan Müşteri İlişkileri Yönetimi ve kavramları hakkında öğrencilerin bilgilendirilmesidir. Bu derste CRM araçlarının kullanılması yoluyla müşteri ilişkileri stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanmasına odaklanılacaktır.

# TMBA 531 Stratejik Pazarlama

Bu dersin amacı, öğrencilerin, giderek daha rekabetçi hale gelen iş dünyası için nasıl yöneticiler olacakları konusunda eğitmek üzere tasarlanmıştır. Bu derste uluslararası iş ortamı ve küresel iş stratejileri ve çok uluslu işletmelerin zorlukları anlatılacaktır.

# PMBA 541 Pazarlama Araştırması

Pazar araştırmalarının pazarlama yönetimi ve marka yönetimi içinde yeri ve önemi, araştırma sorunlarının belirlenmesinden veri toplanmasına, değerlendirilmesine varan süreç, kalitatif ve kantitatif veri toplama teknikleri, tüketici iç görüsü tespiti, marka yönetimi içinde toplanan bilginin değerlendirilmesi ve stratejiye dönüştürülmesi.

# Seçimlik Dersler

**TMBA Yönetim ve Organizasyon**

Bu dersin amacı, yönetim organizasyon konularını içeren alt başlıklarda haftalık olarak yüksek lisansn öğrencilerinin teorik çerçeveyi kavramalarını sağlamak; alana ilişkin proje çalışmaları yapmak ve aynı zamanda ders içi örnek olay uygulamalarını tartışma yoluyla iş dünyasındaki yönetim uygulamaları hakkında bilgi sahibi olmaktır

# PMBA 543 Hizmet Pazarlaması ve Yönetimi

Pek çok kuruluş çeşitli hizmetler vermektedir. Havayolları, demiryolları, üniversiteler, araç kiralama, sağlık veya devlet kurumları gibi kuruluşlar için hizmet, sundukları şeyin büyük bir bölümünü temsil eder. Bunlar hizmet kuruluşları olarak bilinirler. İşleri ürün imalatı olan diğerleri için – örneğin bilgisayar, cep telefonu, çamaşır makinesi yapan şirketler için – hizmetler daha az olsa da büyük öneme sahiptir. Hizmetlerin yönetiminde somut olmayan, ayrılmazlık, değişkenlik ve dayanıksızlık gibi özel sorunlar ve zorluklar vardır. Bu ders, hizmet pazarlamasının tüm bu ve diğer ilgili yönlerini ele almaktadır**.**

# PMBA 545 Rekabet Yönetimi

Bu ders rekabet stratejik yönetimi ile ilgili konuları ele almaktadır. Ders, dış dinamikler (küreselleşme, rekabet, işbirliği” ve iç dinamikler (ürün yönetimi, kaynak yönetimi, operasyon yönetimi, örgütsel yapılanma, değer yaratma) arsındaki uyumu kavramsallaştıran bir çerçeve ile başlamaktadır. Bu iki tür dinamiğin “anlam yönetimi” ile nasıl uyum haline getirebileceği gösteriliyor. Oluşturulan rekabet stratejisinin uygulanmasını ise “balanced scorecard” ile gerçekleştirilebileceğini içermektedir.

#  PMBA 555 Kantitatif Pazarlama Modelleri

Pazar araştırmalarının pazarlama yönetimi ve marka yönetimi içinde yeri ve önemi, araştırma sorunlarının belirlenmesinden veri toplanmasına, değerlendirilmesine varan süreç, kalitatif ve kantitatif veri toplama teknikleri, tüketici iç görüsü tespiti, marka yönetimi içinde toplanan bilginin değerlendirilmesi ve stratejiye dönüştürülmesi

# PMBA 549 Kültür Tüketimi ve Pazarlama

Kültür, kültür endüstrisi, kültür ekonomisi, kültür politikası, kültür pazarlaması kavramları, kültür pazarlamasında çevre ve kültür pazarları, kültür pazarlama stratejisi, kültür pazarlamasında ürün, kültür pazarlamasında fiyat, kültür pazarlamasında tutundurma, kültür pazarlamasında dağıtım, kültür pazarlamasında hizmet, kültür pazarlamasında destinasyon ve destinasyon imajı, kültür mirasları.

# PMBA 557 Ürün Geliştirme ve Dizayn

Bu ders; yaratıcılık ve yeni ürün kavramları, yeni ürün geliştirme ile ilgili alternatif stratejilerin analizi, yeni ürün geliştirme sürecinin tanıtılması, yeni ürün geliştirme sürecinin aşama aşama analizi, proje çalışması süreçlerini içermektedir.

# PMBA 561 Yerel ve Uluslararası Taşımacılık

Küresel tedarik zincirin bir parçası olarak uluslararası taşımacılık, hammadde kaynaklarından son tüketiciye kadar olan kısımda taşıma, depolama elleçleme, toplama ve dağıtım hizmetleri vermektedir. Tüm süreçlerde lojistiğin temel kavramları, uluslararası konvansiyonlar ve mevzuatlar çerçevesinde ele alınmaktadır. Ayrıca Taşıma modları, teslim şekilleri ve bunlara bağlı olarak risklerin değerlendirilmesi güncel vakalar ele alınması dersin önemli unsurunu oluşturmaktadır.

# PMBA 563 Eğlence Kültürü ve Pazarlama

Eğlence pazarlaması alanında söz sahibi olmak ve kendini geliştirmek amacıyla; boş zaman, eğlence endüstrisi ve pazarlama kavramlarını ele alarak, eğlence pazarlaması, deneyimsel ve olay pazarlaması, eğlence endüstrisi, spor, kültür ve sanat, televizyon ve sinema, internet ve oyunların eğlence pazarlaması ve eğlence endüstrisi içindeki yerini irdelemek amaçlanmaktadır.

# PMBA 565 Medya Pazarlama ve Yeni Yöntemler

Günümüzde internet, muazzam büyüklükteki pazarlama olanaklarını temsil ediyor. Bu dersin amacı, tüm dijital pazarlama süreçlerini desteklemek için kavramlar, teknikler ve en iyi uygulamalar hakkında kapsamlı bir rehber sağlamaktır. Amaç, öğrencileri, doğrudan pazarlama deneyimlerini, çalışmalarına girdi olarak kullanmaya teşvik ederek öğrenim düzeylerini artırmaktır.

# PMBA 567 İlişkisel Pazarlama

İlişkisel pazarlamada temel kavramla, pazarlamada hedef pazar seçimi ve konumlandırma, İlişkisel pazarlama stratejisi, Uygulamada ilişkisel pazarlama, Müşteri ilişkileri yönetimi, Örnek olay çözümlemeleri, İlişkisel pazarlama uygulamalarının kontrolü gibi konuları içermektedir.

# PMBA 569 Perakendecilik Yönetimi

Bu derste, market, süpermarket gibi mecralarda yapılması gereken pazarlama faaliyetlerini anlatmaktadır. Perakendecilikte müşteri hizmetleri ve ilişkileri fiyatlama, kasiyer, satış danışmanı gibi görevlilerin eğitimi, yapması gerekenler, müşteri şikayetleri, mağaza atmosferi gibi konular ele alınmaktadır

# PMBA 555 Kantitatif Pazarlama Modelleri

Pazar araştırmalarının pazarlama yönetimi ve marka yönetimi içinde yeri ve önemi, araştırma sorunlarının belirlenmesinden veri toplanmasına, değerlendirilmesine varan süreç, kalitatif ve kantitatif veri toplama teknikleri, tüketici iç görüsü tespiti, marka yönetimi içinde toplanan bilginin değerlendirilmesi ve stratejiye dönüştürülmesi

# PMBA 549 Kültür Tüketimi ve Pazarlama

Kültür, kültür endüstrisi, kültür ekonomisi, kültür politikası, kültür pazarlaması kavramları, kültür pazarlamasında çevre ve kültür pazarları, kültür pazarlama stratejisi, kültür pazarlamasında ürün, kültür pazarlamasında fiyat, kültür pazarlamasında tutundurma, kültür pazarlamasında dağıtım, kültür pazarlamasında hizmet, kültür pazarlamasında destinasyon ve destinasyon imajı, kültür mirasları.

# PMBA 557 Ürün Geliştirme ve Dizayn

Bu ders; yaratıcılık ve yeni ürün kavramları, yeni ürün geliştirme ile ilgili alternatif stratejilerin analizi, yeni ürün geliştirme sürecinin tanıtılması, yeni ürün geliştirme sürecinin aşama aşama analizi, proje çalışması süreçlerini içermektedir.

# PMBA 561 Yerel ve Uluslararası Taşımacılık

Küresel tedarik zincirin bir parçası olarak uluslararası taşımacılık, hammadde kaynaklarından son tüketiciye kadar olan kısımda taşıma, depolama elleçleme, toplama ve dağıtım hizmetleri vermektedir. Tüm süreçlerde lojistiğin temel kavramları, uluslararası konvansiyonlar ve mevzuatlar çerçevesinde ele alınmaktadır. Ayrıca Taşıma modları, teslim şekilleri ve bunlara bağlı olarak risklerin değerlendirilmesi güncel vakalar ele alınması dersin önemli unsurunu oluşturmaktadır.

# PMBA 563 Eğlence Kültürü ve Pazarlama

Eğlence pazarlaması alanında söz sahibi olmak ve kendini geliştirmek amacıyla; boş zaman, eğlence endüstrisi ve pazarlama kavramlarını ele alarak, eğlence pazarlaması, deneyimsel ve olay pazarlaması, eğlence endüstrisi, spor, kültür ve sanat, televizyon ve sinema, internet ve oyunların eğlence pazarlaması ve eğlence endüstrisi içindeki yerini irdelemek amaçlanmaktadır.

# PMBA 565 Medya Pazarlama ve Yeni Yöntemler

Günümüzde internet, muazzam büyüklükteki pazarlama olanaklarını temsil ediyor. Bu dersin amacı, tüm dijital pazarlama süreçlerini desteklemek için kavramlar, teknikler ve en iyi uygulamalar hakkında kapsamlı bir rehber sağlamaktır. Amaç, öğrencileri, doğrudan pazarlama deneyimlerini, çalışmalarına girdi olarak kullanmaya teşvik ederek öğrenim düzeylerini artırmaktır.

# PMBA 567 İlişkisel Pazarlama

İlişkisel pazarlamada temel kavramla, pazarlamada hedef pazar seçimi ve konumlandırma, İlişkisel pazarlama stratejisi, Uygulamada ilişkisel pazarlama, Müşteri ilişkileri yönetimi, Örnek olay çözümlemeleri, İlişkisel pazarlama uygulamalarının kontrolü gibi konuları içermektedir.

# PMBA 569 Perakendecilik Yönetimi

Bu derste, market, süpermarket gibi mecralarda yapılması gereken pazarlama faaliyetlerini anlatmaktadır. Perakendecilikte müşteri hizmetleri ve ilişkileri fiyatlama, kasiyer, satış danışmanı gibi görevlilerin eğitimi, yapması gerekenler, müşteri şikayetleri, mağaza atmosferi gibi konular ele alınmaktadır.