



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

**MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ**

MATEMATİK I

Matematik Lojik, Sayılarla İlgili Temel Kavramlar, Sayı Sistemi (Doğal Sayılar, Tam Sayılar, Rasyonel Sayılar, İrrasyonel Sayılar, Ondalık Sayılar, Reel Sayılar, Üslü Ve Köklü Çokluklar), Aralıklar, Eşitsizlikler, Mutlak Değer Kavramı, Özdeşlikler, Denklem Çözme (Denklem Kurma Problemleri, Sayı Problemleri, Kesir Problemleri, Yüzde Problemleri...), I. ve II. Dereceden Denklemler, I.ve II. Dereceden Eşitsizlikler, Mutlak Değer Eşitsizlikleri, Fonksiyonlar (Fonksiyon Kavramı, Süreklilik Ve İrdelenmesi, Tanım Aralıkları), Grafik çizimleri (1. Ve 2. Dereceden Fonksiyonların Çizimleri), Cebirsel İşlemler: Polinom Kavramı, Rasyonel İfadeler, Trigonometrik Dönüşümler, Kompleks Sayılar Kutupsal Ve Kartezyen Koordinatlar, Logaritma, Limit Kavramı, Limit Teoremlerinin Fonksiyonlara Uygulanması, Süreklilik Kavramı, Limitte Belirsizlikler.

MATEMATİK II

Limitte Belirsizlikler, Türev Kavramı, Sabit Fonksiyonun Türevi, Bir Sabitle Bir Fonksiyonun Çarpımının Türevi, Toplam Ve Fark Türevleri, İki Fonksiyonun Çarpım ve Bölüm Türevleri, Üstel ve Logaritmik Türev Uygulamaları, Trigonometrik Türev Uygulamaları, L'hospital Kuralı, Kapalı Fonksiyonların Türevleri, Parametrik, Fonksiyonun Türevleri, Yüksek Mertebeden Türevler ve Uygulamaları, İntegral Kavramı, Belirsiz İntegralde İntegral, Hesaplama Yöntemleri, Basit Elemanlara Ayırma İle İntegrasyon, Değişken Değiştirilmesi Yardımıyla İntegrasyon, Belirli İntegral Kuralları ve Uygulamaları, Kısmi İntegrasyon ve Uygulamaları, Determinant Kavramı ve Uygulamaları, Matris Kavramı ve Uygulamaları.

ZORUNLU YABANCI DİL İNGİLİZCE I

Subject pronouns; poss. adj.s days of the week/ numbers 0-100/ classroom language/ A / an / plurals this / that / these / those adjectives colors/ Review of Adjectives/ Imperatives Let's Modifiers Quite / very /really/ Word order in questions/ Verb phrases Question words/ Simple Pres. (+ / - / ?)/ Word order in questions/ Verb phrases/ Question word/ Telling Time / Prepositions of Time/ Adverbs /Write about your favorite day/ Verb Phrases/ Can cannot/ Present Continuous Tense/ The weather & Seasons/ Present Simple & Present Continuous Tense.

ZORUNLU YABANCI DİL İNGİLİZCE II

Word order in questions/ Simple present/ Phrases with 'go', holiday activities, simple Past vs Past Cont./ Time sequence, connectors(so, because, but, although)/ BE GOING TO, plans& predictions Airport vocabulary/ Present cont.(future arrangements), defining relative clauses ,paraphrasing, write an email about travel arrangements/ Make&do, Present Perfect(just, yet, already) Present Perfect vs Simple Past, Shopping vocab./ Indefinite pronouns Adjectives ing./ed. comparative adjectives and adverbs, as----as/ Superlatives(+ ever+ present perfect)/ Describing a place Write a description of the place where you live/ quantifiers/too/ not enough.

MUHASEBE I

Muhasebenin Fönksiyonları; Muhasebenin Tanımı / Bilânço Denkliği / Bilanço ve Gelir Tablosu / Hesap Tanımı / Tekdüzen Muhasebe Sistemi / Hesap Çerçevesi / Hesap Grupları / Hesaplar / Dönen ve Duran Varlık / Sermaye / Borç / Gelir ve Gider Hesaplarının Hareketleri ve Muhasebeleştirilmesi / Mizanların Düzenlenmesi.



Prof. Dr. Abdül Halim ZAİM
Müdür I.

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
MESLEK YÜKSEKOKULU
MÜDÜRLÜĞÜ



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

**MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ**

MUHASEBE II

Ticari mallar hesabı, Diğer Dönen Varlıklar (KDV hesapları), Aralıklı envanter yöntemi, Devamlı envanter yöntemi, Diğer stoklar, stok değer düşüklüğü karşılığı, verilen sipariş avansları, Gelecek aylara ait giderler ve gelir tahakkukları, Peşin ödenen vergiler ve fonlar, iş avansları, personel avansları, Duran varlıklar hesap grubu: Genel bilgiler, ticari alacaklar ve diğer alacaklar, Mali duran varlıklar, Maddi ve Maddi Olmayan Duran Varlıklar, özel tükenmeye tabi varlıklar, Gelecek yıllara ait giderler ve gelir tahakkukları, Pasif hesaplar: Genel bilgiler, mali borçlar, ticari borçlar, diğer borçlar, alınan avanslar.

HUKUKUN TEMEL KAVRAMLARI

Hukuk Kavramı / Hukuk Kavramının Diğer Toplumsal Davranış Kuralları Açısından Ayırt Edici Özelliği / Yaptırım Kavramı / Çeşitleri Hukukun Kaynakları / Özel Hukuk ve Kamu Hukuku Ayırımı / Bu Ayırım İçinde Hukukun Alt Dalları ile İlgili Genel Bilgiler / Özel Hukukun Temel Kavramları / Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının Temel İlkeleri / Demokrasinin Temel İlkeleri / Hukukun Uygulanmasına İlişkin Sorunlar Yer ve Zaman Bakımından Uygulanma, Emredici Tamamlayıcı - Yorumlayıcı Kural Ayırımı / Hukukta Yorum / Yasa Boşluğu ve Kıyas hakkında bilgi vermektedir.

EKONOMİ I

Ekonomik Tarihsel Süreç ve Ekonominin Kilometre Taşları/İktisadi Düşünce Tarihi-/Merkantilizm, Fizyokrasi/ Klasik Okul ve Keynesyen Okul/Mikroekonomi ve Makroekonomi Ayırımı /Üretim ve Üretim Faktörleri/ Üretim Olanakları Eğrisi ve Fırsat Maliyeti /Azalan Verimler Kanunu ve Optimum Faktör Bileşim Oranı /Tüketici Dengesi-Kayıtsızlık Eğrileri ve Bütçe Doğrusu /Arz- Talep ve Arzı ve Talebi Etkileyen Faktörler /Piyasa Dengesi: Arzın ve Talebin Kesişmesi /Görünmeyen El Mekanizması /Arz ve Talep Kaymaları /Esneklik Piyasalar /Tam Rekabet Piyasası /Eksik Rekabet Piyasaları

EKONOMİ II

Ekonomik Göstergeler ve Analiz, Makro Ekonomik Göstergelerin Analizi/ GSMH Hesaplama Yöntemleri/ Ekonomik Büyüme İle İlgili Makro Göstergeler/ Fiyat Hareketleri İle İlgili Makro Ekonomik Göstergeler/ Ekonomik Büyüme Hızının Hesaplanması/ Reel GSMH'nın Hesaplanması/ Emek Piyasası ve Neo-Klasik Genel Denge/ Keynesyen Genel Denge/ Ekonomi Politikaları/ Maliye Politikası/ Para Politikası/ Daraltıcı ve Genişletici/ Ekonomi Politikaları/ Ekonomi Politikalarının Belirlenme Mekanizması/ Enflasyonist Ortamda Para ve Maliye Politikalarının Belirlenmesi

TİCARİ BELGELER

Vergi ve Temel Kavramlar, Vergi Mükelleflerinin Ödevleri ve Beyannameler, Vergi Mükelleflerinin Ödevleri ve Beyannameler, Sosyal Sigortalar ve İşleyişi, Sosyal Sigortalarda Primler, Belgeler ve Yaptırımlar, Bankalar İle İlişkiler ve Belgeler, Ticaret Sanayi Odaları ve Belediyelerle İlişkiler, Basit Faiz ve Iskonto Hesaplamaları, Bileşik faiz, Bileşik Iskonto ve Anüite Hesaplamaları, Örnek Belge Doldurma, Genel Değerlendirme.



Prof. Dr. Abdül Halim ZAIM

• Müdür T.

T.C.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

MESLEK YÜKSEKOKULU

MÜDÜRLÜĞÜ



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

**MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ**

BORÇLAR HUKUKU

Hukuk Kuralları Hakkında Genel Bilgi/ Hukukun Temel Kavramları / Hukuki İşlem - Akit : Tek Taraflı, İki Veya Çok Taraflı, Sağlar Arası, İvazlı-İvazsız, Taahhüt-Tasarruf, Sebebe Bağlı Olan-Olmayan / Hak Kavramı - Hakkın Türleri : Kamu Hakları, Özel Haklar / Kişiler Hukuku: Gerçek Kişiler : Hak Ehliyeti-Fiil Ehliyeti, Tüzel Kişiler: Hak Ehliyeti-Fiil Ehliyeti)/ Borçlar Hukuku / Genel Hükümler: Borç İlişkisi, Borçların Kaynakları, Haksız Fiil ve Sebepsiz Mal Edinme, Temsil, Alacağın Temliki, Borcun Nakli, Borcun İfası, Borç İlişkisinin Sona Ermesi.

PAZARLAMA İLKELERİ

Pazarlamanın temelini teşkil eden kavram ve olguları tanımlar ve örnekler verir. Pazar çevresi kavramını açıklar, pazar çevresini oluşturan unsurları analiz eder ve pazarlama yönetimi açısından çıkarımlarını belirler. Tüketici davranışlarının sebeplerini anlatır, yorumlar ve pazarlama programlarını oluşturur. Pazar bölümlenme ve hedef pazar seçimi kavramlarını tanımlar, bölümlenme sürecinin nasıl yapılacağını gösterir ve hedef pazar seçimi olgusunu uygulayabilecektir. Temel pazarlama bileşenlerini analiz eder ve pazarlama süreci içindeki yerlerini organize eder. Bir işletmenin pazarlama faaliyetlerini analiz eder ve pazarlama programlarını oluşturur. Pazarlama planı ve stratejik pazarlama planlaması kavramlarını tanımlar, ilgili öğeleri belirler, stratejik pazarlama planı geliştirip uygulayabilecektir. Pazarlama bağlamında iş dünyasında yaşanmakta olan güncel olayları ve gelişmeleri değerlendirir, analiz eder ve rasyonel bir bakış açısıyla pazarlama programlarını geliştirir. Pazarlamadaki güncel gelişmeleri takip eder ve yeni stratejilerin oluşturulmasında bunları kullanır.

TÜRK DİLİ VE YAZIM KURALLARI I

Türk Dili Dersinin Amacı ve İlkeleri, Konuların Tanıtımı, Ders İzleme yöntemi. / Yapı Bakımından Diller/ Türk Dilinin Dünya Dilleri Arasındaki Yeri./ Dil Türleri: Konuşma Dili/ Yazı Dili/ Lehçe/ Ağız/ Argo./ Türk Dilinin Tarihçesi/ Türklerin Kullandıkları Yazılar/ Yazı ve Dil Devrimi./ Türkçenin Özellikleri./ Düşünce Yazıları İnceleme Planı/ Konu, Tema, Ana Düşünce Saptama Yöntemleri./ /Türkçenin güncel sorunları, dil-kültür, dil-düşünce, dil-iletişim hakkında bilgilendirme/ Türk Dilinin dünya dilleri arasındaki yeri/ / Yazım Kuralları ve Noktalama/ Anlatım kuralları ve biçimleri/ Paragraf bilgisi ve paragraf çeşitleri/ Türkçenin sorunları ve Dil edinimindeki bozukluklar- Dil Yanlışları, Türk Dilinde yabancı sözcükler/ Kompozisyon yazım kuralları/ Anlatım bozuklukları.

TÜRK DİLİ VE YAZIM KURALLARI II

Yazı türlerinin genel özellikleri./ Türk Edebiyatında, roman, öykü, tiyatro, eleştiri./ Roman: Özellikleri, edebiyatımızdaki gelişimi, inceleme planı ve örnekler./Öykü: Özellikleri, edebiyatımızdaki gelişimi, öykü türleri, inceleme planı ve örnekler/ Öykü: Uygulama, konuyu saptama ve özetleme./Tiyatro: Özellikleri, edebiyatımızdaki gelişimi, örnekler/ Şiir: Edebiyatımızdaki evreleri, şiir akımları, örnekler, uygulama/ Şiir, öykü, roman türlerinde öğrencilerin seçtikleri örnekleri sunmaları/ Eleştiri: Edebiyatımızdaki yeri, eleştiri yazarları, örnekler/ Sözlü anlatım; açık oturum, tartışma, panel, sempozyum. Sözlü anlatımlarla ilgili kurallar, örnekler./ Resmi yazışmalar ve resmi yazı yazımıyla ilgili kurallar. Resmi yazışma türlerinin Dilekçe, Özgeçmiş, İş Mektupları./ Yazım ve Noktalama ile İlgili Uygulamalar.



Prof. Dr. Abdurrahman ZAIM

Müdür T.

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
MESLEK YÜKSEKOKULU
MÜDÜRLÜĞÜ



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

**MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ**

ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILÂP TARİHİ I

“Atatürk ilkeleri ve İnkılap Tarihi” dersini okumanın amacı, inkılap kavramı ve benzer temel kavramlar/ Osmanlı Devleti’nin yıkılışını ve Türk İnkılabını hazırlayan sebepler, Osmanlı Devleti/ Birinci Dünya Savaşı ve Mondros Ateşkes Anlaşması/ İşgaller karşısında memleketin durumu ve Mustafa Kemal Paşa’nın tepkisi/ Mustafa Kemal Paşa’nın Samsun’a çıkışı/ milli mücadele için ilk adım, kongreler yolu ile teşkilatlanma/ Kuvayı milliye ve misak-ı milli/ Türkiye Büyük Millet Meclisi’nin açılması/ TBMM’nin istiklal Savaşı’nın yönetimini ele alması/ Sakarya Savaşına kadar milli mücadele/ Sakarya Savaşı ve Büyük Taarruz/ Mudanya’dan Lozan’a.

ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILÂP TARİHİ II

Siyasî Alanda Yapılan İnkılâplar Çok Partili Hayata Geçiş Denemeleri I./ Çok Partili Hayata Geçiş Denemeleri II Hukuk Alanındaki Gelişmeler Eğitim, Kültür ve Sağlık Alanındaki Gelişmeler./ Cumhuriyetin İlk Yıllarında Ekonomi Politikası Atatürk Döneminde Türk Dış Politikası (1923 – 1938)./ Atatürkçü Düşünce Sistemi ve İlkeleri./ II. Dünya Savaşı ve Sonrasında Türkiye./ Türkiye’de İç Siyasi Gelişmeler (1950-1980)./ Türkiye’de İç Siyasi Gelişmeler (1980-2012)./ Türkiye’nin Dış Politikası (1960-2012)

İŞLETME YÖNETİMİNE GİRİŞ

İşletme Bilimi ile İlgili Temel Kavramlar / İşletme Biliminin Diğer Bilim Dallarıyla İlişkisi, Amaç ve Sorumlulukları / İşletmelerin Sınıflandırılması / İşletmelerin Kuruluşu / Yönetim Fonksiyonu / Üretim ve Operasyon Yönetimi Fonksiyonu / Pazarlama Fonksiyonu / İnsan Kaynakları Fonksiyonu / Finansman Fonksiyonu / Muhasebe Fonksiyonu / Araştırma ve Geliştirme Fonksiyonu / Halkla İlişkiler Fonksiyonu

BİLGİSAYARA GİRİŞ

Bilgisayarın Birimleri, Bölümleri, İşletim Sistemleri, Veri Tabanları, Sistem Analizi Ve Tasarımı, Geliştirme, Güncelleme ve Bakımı, İş Akışları, Algoritmalar, Akış Şemaları Şekilleri, Değişkenler, Aktarımlar, Artırımlar, Akış Şemaları: Sıralı Yapı, Kararlı Yapı, Tekrarlı Yapı ve SPARKS, Sayılar İle İlgili Algoritmalar, Diziler ve Dizilere İlişkin Algoritma ve Akış Şemaları, Giriş Algoritması, Toplama Algoritması, Döngüler ve Akış Şemaları, Sıralama Algoritmaları, Arama Algoritmaları, Matrisler ve Matrislere İlişkin Algoritma ve Akış Şemalar, Dosyalama Sistemleri: Sırasal Erişimli Dosyalar, Uygulamalar, Dosyalama Sistemleri: Doğrudan Erişimli Dosyalar, Uygulamalar

GENEL İŞLETME

İşletme Bilimi ile İlgili Temel Kavramlar, İşletme Biliminin Diğer Bilim Dallarıyla İlişkisi, Amaç ve Sorumlulukları, İşletmelerin Sınıflandırılması, İşletmelerin Kuruluşu, Yönetim Fonksiyonu, Üretim ve Operasyon Yönetimi Fonksiyonu, Pazarlama Fonksiyonu, İnsan Kaynakları Fonksiyonu, Finansman Fonksiyonu, Muhasebe Fonksiyonu, Araştırma ve Geliştirme Fonksiyonu, Halkla İlişkiler Fonksiyonu.

İSTATİSTİK

İstatistiğe Giriş / İstatistiğin Temel Kavramları / Veri Türleri / Verilerin Toplanması / Verilerin Güvenirliliği ve Geçerliliği / Merkezi Eğilim Ölçüleri: Aritmetik, Geometrik Kareli Ortalama, Median and Mode / Merkezi Eğilim Ölçülerinin Özellikleri / Merkezi Eğilim Ölçüsünün Seçimi / Değişkenlik Ölçüleri: Varyans, Standart Sapma, Range, Değişim Katsayısı

Prof. Dr. Abdül Halim ZAIM
Müdür T.

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
MESLEK YÜKSEKOKULU
MÜDÜRLÜĞÜ



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

**MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ**

BİLGİ SİSTEMLERİNE GİRİŞ

Bilgi Sistemleri, Planlama, Kontrol, Analiz Yapma ve Karar Verme, Veri Toplama, Bilgi Toplama, Bilgiyi Muhafaza Etme ve Yayma Becerisini Geliştirebilme, Bilgi Sisteminin İşlevi, Planlama Kontrol ve Karar Desteği İçin Veri ve Bilgileri Toplama, İşleme, Kaydetme, Dönüştürme ve Yayma. Kayıt-Veri İşleme Sistemleri, Yönetim Bilgi Sistemleri, Karar Destek Sistemleri, Ofis Otomasyon Sistemleri, Uzman Sistemleri, Üst Yönetim Destek Sistemleri.

İSTATİSTİĞE GİRİŞ

İstatistiğin Tanımı / İstatistiksel İşlemler / Tablolar ve Grafikler / Frekans Kavramı ve Frekans Türleri / Karakterler ve Karakteristikler / Merkezi Eğilim Ölçüleri ve Ortalamalar / Mod, Medyan, Persentiller / Dağılıma Karakteristikleri / Regresyon Analizi ve En Küçük Kareler Yöntemi.

REKLAM TANITIM TEKNİKLERİ

Reklam ve Reklamın Tarihsel Gelişimi, Reklam ve İlişkili Diğer Kavramlar, Reklamın Karakteristik Özellikleri, Reklamın Amaçları, Reklamın İşlevleri, Reklam Türleri, Reklam ve Karar Alma Süreçleri, Reklam Verenlerin Karar Süreçleri, Reklam Kampanyaları Tasarım Çalışmaları, Reklam Ortam ve Araçları, Reklam Teknikleri, Reklam ve Süreç İşleyişi, Genel Değerlendirme.

TİCARET HUKUKU

Ticaret Hukuku /Genel Hükümler: Ticari İşletme, Ticari İş ve Ticari Hüküm, Tacir, Tacir Olmanın Sonuçları: Ticaret Unvanı, İşletme Adı, Marka, Haksız Rekabet, Ticari Defter, Ticaret Sicili, Ticari Borçlara İlişkin Hükümler: Zamanaşımı, Teselsül, Faiz; Cari Hesap Sözleşmesi; Ticari Satım Sözleşmesi; Tüccar Yardımcıları: Tellal, Komisyoncu, Acente / Ticaret Hukuku / Şirketler Hukuku/ Genel Olarak Şirketler, Adi Şirket, Ticaret Şirketleri: Kolektif Şirketler, Komandit Şirketler, Anonim Şirketler, Limited Şirketler, Sermayesi Paylara Bölünmüş Komandit Şirketler, Kooperatifler.

SOSYAL PSİKOLOJİ I

Sosyal Psikolojinin Kapsadığı Alanlar, Sosyal Psikolojinin Yöntemleri, Meşhur Deneyler, Sosyal Etki Milgram, Asch Deneyleri ve Uyma Davranışı ve İtaat, Muzaffer Sheriff Sosyal Biliş, Toplumsal Benlik ve Kimlik, Sosyal Kimlik- Azınlık Statüsü, Tutum, Tutum ve Davranış, Önyargı ve Ayrımcılık.

SOSYAL PSİKOLOJİ II

Gruplar ve Grupta İnsan Önyargı ve Ayrımcılıkla İlgili Kampüs Deneyi-Irkçılık ve Yeni Irkçılık Otoriter Kişilik Yapısı Gruplararası Davranışlar- Sosyal Huzursuzluk Sheriff'in Kamp Deneyi Kolektif Davranışlar ve Sosyal Protestolar- Lebonn Ödev Sunumu- Liderlik ve kişilik Grupta Karar Alma-Liderlik Saldırganlık- Kuramlar- Deneyler Dehümanizasyon.

PAZARLAMA YÖNETİMİ

Pazarlama ile İlgili Temel Kavramlar, Pazarlamanın Gelişim Aşamaları, Pazarlama Fonksiyonları, Pazarlamada Karar Verme, Pazarlama Planlaması, Pazarlama Yönetim Süreci, Pazarlamanın Çevre Koşulları, İşletme İçi Koşullar, İşletme Dışı Koşullar, Genel Çevre Koşulları, Satın Alma Davranışları, Hedef Pazar Kararları, Pazarlama Karma Elemanlarına İlişkin Kararlar, Ürün Kararları, Fiyat Kararları, Dağıtım Kararları, Tutundurma Kararları, Pazarlama Örgütlemesi, Uygulama, Pazarlama Faaliyetlerinin Denetimi.

Prof. Dr. Abdul Halim ZAIM
Müdür T.

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
MESLEK YÜKSEKOKULU
MÜDÜRLÜĞÜ



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

**MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ**

BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ

Pazarlamanın temel kavramları, talep yönetimi, bilgi çağının pazarlamaya etkisi, stratejik planlama ve pazarlama süreci, pazarlamanın makro ve mikro çevresi, pazarlama bilgi sistemi, pazar ve pazarlama araştırması, tüketiciler pazarı ve tüketici satınalma davranışı, pazar bölümlendirme, pazarlama karmasının oluşturulması, yeni ürün geliştirme, fiyat kararları, dağıtım kanalları ve lojistik yönetimi, perakende ve toptancılık, bütünleşik pazarlama iletişimi, kişisel satış ve satış yönetimi, doğrudan pazarlama, Internet üzerinden pazarlama, uluslararası pazarlama yönetimi, pazarlama yönetiminde organizasyon ve denetim.

İŞLETME FİNANSI

İşletme Finansına Giriş / Finans Politika ve Kararları / Paranın Zaman Değeri / Finansal Sistem ve Kurumları / Finansal Tablolar/ Finansal Analiz ve Kontrol / Finansal Planlama / Yatırım / Sermaye/ Bütçeleme ve Kararları/ Sermaye Yapısı ve Kâr Dağıtım Politikası / Sermaye Kaynak Maliyeti / Risk ve Getiri/ Risk Yönetimi.

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ

Müşteri İlişkileri Yönetimine Giriş, Müşterilerle İletişim ve Boyutları, Hizmetlerde Müşteri Bağlılığı ve Kalite, Müşteri İlişkilerinde Stratejik Yaklaşım, Müşteri Kazanma, Elde Tutma ve Müşteri Yaşam Boyu Değeri Oluşturma, Toplam Kalite Yönetimi, Veri Tabanlı Pazarlama, Pazar Odaklılık, Örgüt Kültürü ve Halkla İlişkiler İle Müşteri İlişkileri Yönetiminin ilişkisi, Müşteri İtirazları ve Şikâyet Yönetimi, Müşteri itirazları ve karşılanması, Şikâyet Eden Müşteriler ve Özellikleri, Müşteri İlişkileri Yönetiminin Diğer Kavramlarla Olan İlişkisi, Müşteri İlişkileri Yönetimi ve E- Ticaret, Müşteri İlişkilerinin Ölçülmesi, Müşteri İlişkileri Yönetimi Sektör Uygulamaları, Örnek Olaylar, Genel değerlendirme.

SATIŞ TEKNİKLERİ

Müşteri hizmeti odaklı satış felsefesine ve stratejilerine genel bir bakış sunarak, müşterilerin satın alımlarını teşvik edebilme, kaliteli hizmet ve destek sağlayacak temel iletişim becerilerine sahip olmak amaçlanmaktadır./ Perakende satışın temel kavramları, teknikleri, uygulamaları, müşteri özelliklerine göre satış stratejisi belirleme, kategori yönetimi, özel marka satış yönetimi, zincir mağazalar için satış yönetimi konularını içermektedir.

TÜKETİCİ DAVRANIŞI

Tüketici davranışları ve pazarlama stratejileri, kültürel farklılıkların ve değişen değerlerin tüketici davranışlarına yansımaları, tüketici davranışlarını etkileyen unsurlar; grup iletişimi ve grup etkisi, algılama ve pazarlama stratejisi, motivasyon teorileri ve pazarlama stratejileri, davranışları etkileyen rasyonel ve duygusal öğeler dersin başlıca konularını oluşturmaktadır. Satın alma ve satın alma karar süreçleri ve bu sürecin aşamaları içinde kullanılan tüketici davranışları araştırma yöntemleri, konumlandırma, marka tercihi, marka bağlılığı, algı yönetimi ve imaj ile ilgili görüşmelere ilişkin kuramsal bilgiler ile bunların reklam ve pazarlama stratejilerinde kullanımına ilişkin görüşler ve örnekler bu derste incelenecektir.

VERİ ANALİZİ VE ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ

Veri tabanı yönetimi, kaynak tarama usulleri, veri setleri, zaman ölçekleri, panel ve seri analizlere giriş, istatistiksel yaklaşımlar, mod, medyan, aritmetik ortalama, dağılımları görme becerileri, frekans hesapları, varyans hesaplamaları ve bilgisayarlı uygulama teknikleri.

Prof. Dr. Abdullahi Z. AİM
Müdür T.

T.C. İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
MESLEK YÜKSEKOKULU 6
MÜDÜRLÜĞÜ



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

**MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ**

PROJE YÖNETİMİ

Proje yönetimine giriş, Proje yönetimi bilgi alanları hakkında genel bilgi, Proje entegrasyon yönetimi; Proje kapsam yönetimi, Proje zaman yönetimi, Proje maliyet yönetimi, Proje kalite yönetimi, Proje insan kaynakları yönetimi, Proje iletişim yönetimi, Proje risk yönetimi, Proje tedarik yönetimi, Proje paydaş yönetimi, Maliyet ve zamana bağlı proje planlaması, planlama metotları, Gantt ve çubuk diyagramlar, Ağlar (networks), öncelik sistemleri, Kaynak atama, Zaman ve maliyet optimizasyonu, Olasılığa dayalı ve deterministik ağlar, Bilgisayar uygulamaları, Uygulamada meydana çıkabilecek problemlerin çözümü.

TÜKETİM SOSYOLOJİSİ

Tüketim ve Toplum, Tüketim ve Sosyoloji İlişkisi, Tüketim Sosyolojisine Giriş, Modernizm ve Tüketim, Postmodernizm ve Tüketim, Tüketim Toplumunun Ortaya Çıkışı, Tüketim ve Toplumsal Sınıf, Tüketim ve Yaşam Tarzı, Kimlik İnşası, Tüketim Kültürleri, Küreselleşme ve Tüketim, Tüketim ve Boş Zaman, Tüketim Kültürü ve Alışverişi, Moda, Turizm, Turist Bakışı, Tüketim, Kent ve Mekan İlişkisi, Tüketim ve Gözetim Tartışmaları.

MESLEKİ YABANCI DİL I (İNGİLİZCE)

Dönem boyunca öğrenciler işyeri ilkeleri, marka, lojistik, sevkiyat, planlama, temel pazarlama, temel finans, temel bankacılık konularına giriş oluşturacak konularda bilgilenir, kendilerini İngilizce olarak tanıtmaya, İngilizce olarak bir başka meslektaş ile konuşma gibi becerileri konuşarak ve yazarak geliştirirler.

MESLEKİ YABANCI DİL II (İNGİLİZCE)

Dönem boyunca öğrenciler ithalat ihracat ile ilgili temel kavramlar, pazarlama ilkeleri, piyasa araştırma yöntemleri üzerinde bilgilendirilir, bu konularda B1-B2 düzeyinde metinler okur ve kısa paragraflar yazarlar.

İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

İnsan Kaynakları Yönetimi ve Örgütlenmesi, İK Planlaması, Personel bulma ve seçme, değerlendirme, oryantasyon, personel eğitimi, Performans değerlemesi, Çalışma ilişkileri- Bireysel, Çalışma ilişkileri-Toplu İş İlişkileri konularını içermektedir.

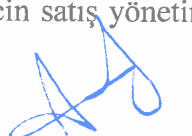
ULUSLARARASI PAZARLAMA

Global iş ortamında küresel iş gerçeklerini anlayarak öğrencilere bir perspektif vermek. Dersin İçeriği Genel işletmecilik kavramı, yönetim fonksiyonları, işletmecilikte kullanılan nicel teknikler.

PERAKENDE SATIŞ YÖNETİMİ

Müşteri hizmeti odaklı perakende satış felsefesine ve stratejilerine genel bir bakış sunarak, müşterilerin satın alımlarını teşvik edebilme, kaliteli hizmet ve destek sağlayacak temel iletişim becerilerine sahip olmak amaçlanmaktadır./ Perakende satışın temel kavramları, teknikleri, uygulamaları, müşteri özelliklerine göre satış stratejisi belirleme, kategori yönetimi, özel marka satış yönetimi, zincir mağazalar için satış yönetimi konularını içermektedir.

Prof. Dr. Abdül Halim ZAIM
Müdür T.

T.C. 
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
MESLEK YÜKSEKOKULU
MÜDÜRLÜĞÜ



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

**MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ**

ELEKTRONİK TİCARET (E-COMMERCE)

İnternetin tanımı ve tarihi - internet ortamının başlıca özellikleri, internette karı negatif yönde etkileyen faktörler - fikri mülkiyet haklarının önemi - pasif üye aktif üye kavramları, Dijital ekonomi - yeni ekososyal sistem - yaratıcı yıkım - web 2.0 - sosyal medya, Dijital bölünme - internetin organizasyon yapısına etkileri - elektronik iş kavramı ve temel elektronik iş terimleri, Elektronik ticarete giriş - B2B - B2C - C2C - Escrow - P2P -e-Pazarlama - e-Marka, Girişimcilik - risk sermayesi - risk sermayesi kaynakları - İş planı hazırlanması, Elektronik belgeler - elektronik belgelerin özellikleri - UneDocs projesi - Bolero sistemi ve elektronik konşimento, Elektronik Ticaret Yöntemleri, Hukuk yönünden e-Belgeler - e-UCP - 5070 sayılı e-İmza kanununu - güvenlik altyapısı - CA - e-İmza - dijital sertifika - biyometrik - mobil imza kavramları, Ticaret noktaları; Fonksiyonları ve taraflar - BM projeleri, Elektronik devlet kavramı - faydaları - gelişim evreleri - Türkiye’de e-Devlet projeleri - Web 3.0.

PAZARLAMA ARAŞTIRMASI

Pazarlama Araştırmalarında Kullanılan Araçlar olarak Anket, Gözlem ve Deney Yöntemlerinin Pazarlama Araştırmalarındaki Uygulama Alanları, Birincil ve İkincil Veri Toplama Yöntemleri, Veri Analizi, Pazarlama Kararlarının Verilmesi, Anket Tasarımı ve Uygulaması, Araştırma Hatalarının Analizi Ders İçeriğinde Yer Alan Temel Konulardır.

MARKA YÖNETİMİ

Marka ve Marka Yönetimi Kavramları, Perakendecilik sektöründe Marka ve Marka Yönetimi Kavramları, Pazarlama Biriminin İş, Görev Tanımlamaları ve Pazarlama Planı, Pazarlama Biriminin İş Görev Tanımlamaları ve Pazarlama Planı, Bölümleme (Segmentasyon), Konumlandırma, Marka Kimlik ve Kişiliği, Marka Mimarisi, Marka Yönetiminin Uygulanabileceği Farklı Alanlar, Güncel marka stratejilerini geliştirir ve uygulama, Perakendecilik sektöründe marka stratejileri geliştirme ve uygulama, Genel Değerlendirme.



Prof. Dr. Abdül Halim Z. AİM
Müdür

T.C.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
MESLEK YÜKSEKOKULU
MÜDÜRLÜĞÜ