S.Ü. CİHANBEYLİ M.Y.O PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ

PAZARLAMA PROGRAMINDA OKUTULAN DERSLER

S. Ü. CİHANBEYLİ MESLEK YÜKSEKOKULU						
PAZARLAMA VE DIŞ TİCARET BÖLÜMÜ						
PAZARLAMA PROGRAMI DERS DAĞILIM ÇİZELGESİ						
1. SINIF GÜZ YARIYILI (1/1)						
D.KOD	**DERS ADI**	**Te**	**Uy**	**KREDİ**	**Z/M/S**	**AKTS**
7209112	GENEL İŞLETME	3	0	3	M	3
7209114	PAZARLAMA İLKELERİ 1	3	0	3	M	3
7209113	EKONOMİ	3	0	3	M	3
7209116	MATEMATİK	**3**	**0**	3	Z	3
7209117	TEMEL HUKUK	2	0	2	S	2
7209118	OFİS PROGRAMLARI 1	2	1	2,5	S	3
7209115	MUHASEBE	3	0	3	M	3
7209120	TÜRK DİLİ 1	2	0	2	Z	2
7209121	ATATÜRK İLKE VE İNKILAP TARİHİ 1	2	0	2	Z	2
7209122	YABANCI DİL 1	2	0	2	Z	2
	TOPLAM	**25**	**1**	**25,5**		**26**
1. SINIF BAHAR YARIYILI (1/2)						
D.KOD	**DERS ADI**	**Te**	**Uy**	**KREDİ**	**Z/M/S**	**AKTS**
7209214	PAZARLAMA İLKELERİ 2	3	0	3	M	3
7209218	İŞLETME YÖNETİMİ	**3**	**0**	3	M	3
7209215	İSTATİSTİK	3	0	3	M	3
7209219	OFİS PROGRAMLARI 2	2	1	2,5	M	3
7209224	TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	**3**	**0**	3	M	3
7209223	YABANCI DİL 2	2	0	2	Z	2
7209221	TÜRK DİLİ 2	2	0	2	Z	2
7209222	ATATÜRK İLKE VE İNKILAP TARİHİ 2	2	0	2	Z	2
7209202	İLETİŞİM	2	0	2	M	2
7209217	TİCARET HUKUKU	2	0	2	S	2
7209210	STAJ	0	0	0	S	8
	TOPLAM	**24**	**1**	**24,5**		**33**

S.Ü. CİHANBEYLİ M.Y.O PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ

PAZARLAMA PROGRAMINDA OKUTULAN DERSLER

2. SINIF GÜZ YARIYILI (2/1)						
D.KOD	**DERS ADI**	**Te**	**Uy**	**KREDİ**	**Z/M/S**	**AKTS**
7209310	REKLAMCILIK	2	1	2,5	M	3
7209312	GLOBAL PAZARLAMA	3	0	3	M	3
7209313	PAZARLAMA ARAŞTIRMASI	**3**	**0**	3	M	3
7209314	PAZARLAMADA İLETİŞİM TEKNİKLERİ	3	0	3	M	3
7209315	SATIŞ YÖNETİMİ	2	1	2,5	M	3
7209316	MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ	2	0	2	M	2
7209319	TİCARİ BELGELER	**2**	**0**	2	S	2
7209311	MUHASEBE 2	**4**	**0**	4	M	5
7209321	SATIŞ GÜCÜ EĞİTİMİ	**2**	**1**	2,5	M	3
7209317	HALKLA İLİŞKİLER	2	0	2	M	2
	TOPLAM	**25**	**3**	**26,5**		**29**
2. SINIF BAHAR YARIYILI (2/2)						
D.KOD	**DERS ADI**	**Te**	**Uy**	**KREDİ**	**Z/M/S**	**AKTS**
7209414	PAZARLAMA MEVZUATI	2	0	2	M	2
72092420	MARKA YÖNETİMİ	2	0	2	M	2
7209413	PERAKENDE YÖNETİMİ	3	0	3	M	3
7209419	İHRACAT TEKNİKLERİ	3	0	3	M	3
7209410	SATIŞ SAHA PLANLAMASI	2	0	2	M	2
7209415	ARAŞTIRMA YÖNTEM VE TEKNİKLERİ	2	1	2,5	M	3
7209421	TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ	2	0	2	M	2
7209422	BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİSİ	2	1	2,5	M	3
7209423	ELEKTRONİK PAZARLAMA	2	0	2	M	2
7209424	KALİTE YÖNETİM SİSTEMLERİ	2	0	2	M	2
7209408	STAJ	0	0	0	Z	8
	TOPLAM	**22**	**2**	**23**		**32**
	GENEL TOPLAM	**96**	**7**	**99,5**		**120**
Z=Zorunlu ders, M=Mesleki ders, S=Seçmeli ders (Güz yarıyılı 2 adet, Bahar yarıyılı 2 adet)						

9. Ders İçerikleri

1.SINIF I.YARIYIL

TÜRK DİLİ I

Dil ve dilin önemi, dillerin doğuşu ve yayılışı, yapı bakımından diller, Türk dili ve gelişimi, diğer diller arasındaki yeri ve yayıldığı alanlar; Türk yazı dili ve özellikleri, fonetik ve morfolojik yapısı, Türkçe dil bilgisi, cümle ve paragraflar, okuma ve anlama, kelime çeşitleri, özellikleri ve cümlede kullanışları, imla ve noktalama işaretleri. Sözlü ve yazılı anlatım ve özellikleri, kompozisyon denemeleri, dil bilgisi, imla ve noktalama kurallarının doğru kullanımı, sözlükler ve imla kılavuzu, konuşma ve tartışma ilkeleri ve teknikleri, davetiye, telgraf vb. yazılar, Türk Edebiyatından seçilmiş

örnekler hakkında tahlil ve eleştiriler yapma, metin okuma ve inceleme, işlek bir yazı geliştirme yöntemleri, kaynak tarama ve kaynakça düzenleme çalışmaları.

ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILÂP TARİHİ I

Dersin amacı, Osmanlı İmparatorluğu'nun dağılışı ve Türk İnkılâbını hazırlayan sebepler, Osmanlı İmparatorluğu'nun parçalanması, Milli Mücadele için ilk adım, Amasya Genelgesi, Erzurum Kongresi, Sivas Kongresi, Kuva-i Milliye ve Misak-ı Milli, TBMM'nin açılması, TBMM'nin İstiklal Savaşı'nın yönetimini ele alması, Sakarya Zaferine kadar Milli Mücadele, Eğitim, Kültür, Sosyal ve İktisadi Alanlarda Milli Mücadele, Atatürk İnkılapları, Milli Mücadele sonrası dış politika, Atatürk İlkeleri.

YABANCI DİL-I (ING)

Verb "to be", Possessive adjectives, Possessive's, Adjectives, Present Simple, Articles, Plurals, Thre is-There are, some-any, Can-can't, The simple past tense-past forms of can: (could) and the verbs "be" was-were, Prepositions of place, Describing places, people, Present continious, "Going to" near future, Question words, Present perfect, verb patterns, Reportedspeech.

MUHASEBE

İşletme ve muhasebe, muhasebenin temel kavramları, genel kabul görmüş muhasebe ilkeleri, bilânço düzenleme, hesabın tanımı, şekli, hesapların işleyiş kuralları, aktif ve pasif hesapları, yevmiye defterinin tanımı, şekli, işlenmesi ve defteri kebire aktarılması, mizanın tanımı şekli ve türleri, tekdüzen hesap planı, varlık hesapları ve işleyişi, kaynak hesapları, gelir ve giderlerin gelir tablosu hesaplarına alınması.

OFİS PROGRAMLARI I

MS Word Programının tanıtılması, belge oluşturma, açma, kaydetme, yazma, belgede gezinme ve metin seçme, yazım denetimi ve dilbilgisi, karakterleri ve paragrafları biçimlendirme, taşıma veya kopyalama metni, numaralı ve maddeleme işaretleri, gazete sütunu oluşturma, sayfa görünümü değiştirme ve yazdırma, çizim nesneleriyle çalışma ve grafik, tablo oluşturma ve tablo biçimlendirme.

GENEL İŞLETME

İşletme biliminin tanımı, konusu, kapsamı, temel kavramlar, işletmenin türleri, fonksiyonları, amaçları, çevreyle ilişkileri, işletmenin sorumlulukları, işletmenin kuruluş sorunları, fizibilite raporları, kuruluş yerinin seçimi, organize sanayi bölgeleri, şahıs ve sermaye şirketlerinin özellikleri, işletmeler arası birleşme ve anlaşma türleri, işletmelerde büyüklük ölçüleri, kapasite kavramı.

EKONOMİ

İktisadın temel kavramlarının tanımı, dünyadaki mevcut ekonomik sistemlerin açıklanması talep ve arz kavramları ve piyasa fiyatının oluşması, üretici ve tüketicilerin denge koşulları, kısa ve uzun dönem üretim modelleri, ekonomideki piyasa türleri ve Türkiye'deki ve dünyadaki gelir dağılımı politikaları

MATEMATİK

Sayı, sayı kümeleri ve tanımlanan işlemlerin problemlerin çözümünde kullanılabilme, oran ve orantının tanımı, yüzde hesapları, faiz hesapları, fonksiyonlar, doğru ve parabol çizebilme logaritmik fonksiyonlar, üstel fonksiyonların grafiğini çizebilme, üstel formüllerde, üs deki bilinmeyeni çekebilme.

TEMEL HUKUK

Genel hukuk kavramları, hukukun kollara ayrılması kamu ve özel hukuku, hukukun temel kaynakları, yasalar ve özellikleri ve yasaların nasıl yapıldığı, hak kavramı hakkı oluşturan mallar ve hakkın türleri, salt ve göreli hakları, hak sahibi gerçek ve tüzel kişiler, hukuki eylem ve işlemler, hakların edinilmesi ve iyi niyet kuralları, hakların yitirilmesi hakların korunması ve ispat yükü.

PAZARLAMA İLKELERİ I

Modern pazarlama misyonunu oluşturabilme. Hedef pazarı belirleyebilme ve yeni mamul geliştirilmesinde izlenecek süreci kavrayabilme. Mamulün hayat seyrinde izlenecek pazarlama stratejilerini kavrayabilme. Fiyat, tutundurma ve dağıtım kanallarını kavrayabilme.

1.SINIF II. YARIYIL

TÜRK DİLİ – II

Dil ve dilin önemi, dillerin doğuşu ve yayılışı, yapı bakımından diller, Türk dili ve gelişimi, diğer diller arasındaki yeri ve yayıldığı alanlar; Türk yazı dili ve özellikleri, fonetik ve morfolojik yapısı, Türkçe dil bilgisi, cümle ve paragraflar, okuma ve anlama, kelime çeşitleri, özellikleri ve cümlede kullanışları, imla ve noktalama işaretleri. Sözlü ve yazılı anlatım ve özellikleri, kompozisyon denemeleri, dil bilgisi, imla ve noktalama kurallarının

doğru kullanımı, sözlükler ve imla kılavuzu, konuşma ve tartışma ilkeleri ve teknikleri, davetiye, telgraf vb. yazılar, Türk Edebiyatından seçilmiş örnekler hakkında tahlil ve eleştiriler yapma, metin okuma ve inceleme, işlek bir yazı geliştirme yöntemleri, kaynak tarama ve kaynakça düzenleme çalışmaları.

ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ – II

Dersin amacı, Osmanlı İmparatorluğu'nun dağılışı ve Türk İnkılabını hazırlayan sebepler, Osmanlı İmparatorluğu'nun parçalanması, Milli Mücadele için ilk adım, Amasya Genelgesi, Erzurum Kongresi, Sivas Kongresi, Kuva-i Milliye ve Misak-ı Milli, TBMM'nin açılması, TBMM'nin İstiklal Savaşı'nın yönetimini ele alması, Sakarya Zaferine Kadar Milli Mücadele, Eğitim, Kültür, Sosyal ve İktisadi alanlarda Milli Mücadele, Atatürk İnkılapları, Milli Mücadele sonrası dış politika, Atatürk İlkeleri.

YABANCI DİL-II (ING)

Verb "to be", Possessive adjectives, Possessive's, Adjectives, Present Simple, Articles, Plurals, Thre is-There are, some-any, Can-can't, The simple past tense-past forms of can: (could) and the verbs "be" was-were, Prepositions of place, Describing places, people, Present continious, "Going to" near future, Question words, Present perfect, verb patterns, Reportedspeech.

OFİS PROGRAMLARI II

Kelime işlem programı, çalışma tablosu hazırlama, internet ve elektronik posta kullanımı

İŞLETME YÖNETİMİ

İşletme yönetimi konusundaki tarihsel gelişim sürecini kavrayabilme, yönetim fonksiyonlarını bir bütünlük içinde kavrayabilme, organizasyonların kuruluş şekli ve yönetim uygulamasıyla ilgili çeşitli yaklaşım şekillerini tanıyabilme.

PAZARLAMA İLKELERİ II

Uygulamadaki fiyatlama yöntemlerini, yeni mamul fiyatlandırma stratejilerini, mamul hattının fiyatlandırılmasını ve alıcıların fiyat değişikliklerine tepkilerini kavrayabilme. Tutundurma araçlarının önemini, başlıca tutundurma metotlarını birbirleriyle kıyaslarını, özelliklerini ve bütçesini kavrayabilme. Başlıca dağıtım kanalı alternatifleri dağıtım politikalarını ve fiziksel dağıtım fonksiyonlarını kavrayabilme. Doğrudan pazarlamanın amacını, yararların, şekillerini doğrudan posta ve tele-pazarlama özellikleri ile hizmet işletmeleri tanımını, çeşitlerini, özelliklerine ve pazarlama stratejilerini kavrayabilme. e-Ticaret temel araçlarını, internette pazarlama tür ve unsurları ile pazarlama stratejilerini açıklar. Pazarlama yönetiminde planlama, organizasyon uygulama ve denetim ile uluslar arası pazarlamayı etkileyen çevresel faktörler ve pazara giriş şekillerini kavrayabilme.

TİCARET HUKUKU

Ticaret Hukukunun esaslarını kavrayıp, ilgili terimleri kavrayabilme. Tacir ve tacir yardımcısı olmanın sonuçlarını kavrayabilme. Ticari borçlara ilişkin hükümleri kavrayabilme. Tacir yardımcılarını tanımlayıp birbirlerinden farkını kavrayabilme.

İSTATİSTİK

İstatistiğin işletme içindeki yeri ve önemi, verilerin organize edilmesi ve sunulması, merkezi eğilim ölçüleri, dağılma ölçüleri, tahmin teorisi, regresyon analizi, korelasyon analizi, indeksler.

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

Tüketici ve tüketim, tüketici davranışları, tüketici bilicini kavrayabilme. Türkiye'nin nüfus yapısı ve gelir dağılımını, ortalama gelir seviyesini kavrayabilme. Pazarlama ortama, pazarlama bileşenleri, pazarlama ve tüketici davranışlarını kavrayabilme. Tüketici davranışlarını etkileyen; psikolojik, sosyal ve ekonomik faktörleri kavrayabilme. Life-style , self- concept ve life- cyle kavramlarını ve tüketici satın olma karar sürecini kavrayabilme. Tüketici ve satıcı haklarını kavrayabilme. Tüketici bilinci ve çevre korumayı, tüketici eğitiminde işletme misyon ve vizyonunun önemini kavrayabilme.

İLETİŞİM

Öğrencinin, pazarlama faaliyetlerini yerine getirirken müşteriler ve işin özelliklerine göre en uygun iletişim türünü seçerek iletişim kuracağı kişi/ kişilerle Türkçeyi etkin kullanmasını ve bu süreçte örgüt yapısı, örgüt içi iletişim sistemini göz önünde bulundurarak iletişim kurmasını sağlamaktır. İçerik, konular: Amaca uygun iletişim türünü seçmek, Sözlü iletişim kurmak, Sözlü iletişim kurmak, Yazılı iletişim kurmak, Yazılı iletişim kurmak, Sözsüz iletişim kurmak, Sözsüz iletişim kurmak, Türkçeyi etkin kullanmak, Türkçeyi etkin kullanmak, Türkçeyi etkin yazmak, Örgüt içi biçimsel iletişim sağlamak, Örgüt içi biçimsel iletişim sağlamak, Örgüt içi biçimsel olmayan iletişim sağlamak, Örgüt içi biçimsel olmayan iletişim sağlamak, Örgüt dışı iletişim kurmak, İletişim aralarını etkin ve verimli kullanmak.

STAJ

Öğrenciler birinci yılın sonunda, başarıyla tamamlamaları beklenen 30 işgününü kapsayan yaz stajı döneminin değerlendirmesi yapılmakta, stajları kabul veya reddedilmektedir. Staj döneminde öğrenciler, iş yönetimi ve muhasebe uygulamalarında becerilerini artırma fırsatı bulmaktadır.

2. SINIF III.YARIYIL

REKLÂMCILIK

Reklâmı tanımlayıp unsurlarını, amaçlarını, türlerini, reklâm sürecini, Dünyada ve Türkiye'deki reklâmcılığın tarihsel gelişimi ile reklamcılık ilkelerini kavrayabilme. Reklâmcılığın, ekonomik sosyal ve yasal yönü denince ne anlaşılır, her birine yapılan

eleştirileri ve cevapları kavrayabilme. Reklâm ajansları, işletmelerin reklâmcılık bölümleri ve medyaların reklâm bölümlerinin yetkileri, görevleri, avantaj ve dezavantajlarını kavrayabilme. Reklâm kampanyası araştırma süreci, kampanya hazırlama süreci evreleri, reklâm kampanyası, bütçe belirlemesi ve reklam kampanyası temasındaki yaklaşımları kavrayabilme. Televizyon, radyo, doğrudan postalama, açık hava, transit ve satış yeri reklâm malzemeleri için reklâm metni ve özellikleri ile görüntü Layout ve prodüksiyonu tanımlama, türlerini ve hazırlama yöntemleri aşamaların kavrayabilme. Medya araçlarının avantaj ve dezavantajlarını, reklâm bütçesinde dikkate alınması gereken faktörleri ve bütçe belirlenirken yararlanılacak yöntemleri kavrayabilme. Reklâm öncesi ve reklam sonrası reklam etkinliğini ölçme yöntemlerini kavrayabilme. Türkiye'de reklâmcılığın genel kurallarını, sorunlarını ve uluslar arası reklam stratejilerini kavrayabilme.

GLOBAL PAZARLAMA

Uluslar arası pazarı tanımlayarak uluslar arası pazara yönelmenin önemini ve Türkiye'nin dış ticaretteki durumunu, uluslar arası ticaret bloklarını, ödemeler dengesi hesaplarını kavrayabilme. Uluslar arası pazar araştırmasında toplanacak bilgileri ve araştırma türlerini kavrayabilme. Yeni ürün fikirlerinin geliştirilmesini, fiyatlandırılıp marka oluşturulmasını, iç ve dış ambalajın özelliklerini kavrayabilme. Uluslar arası pazarlama stratejilerini, yoğunlaşma ve yaygınlaşma kararlarında önemli etkenleri, standartlaştırma ve piyasa payı stratejilerini kavrayabilme. Üretime, ürüne, müşteriye odaklaşan firmaların amacı ve özellikleri ile temel dağıtım seçeneklerini kavrayabilme. İhracat ve sigorta işlemlerini kavrayabilme. Günümüzde kullanılan finansman türlerini ve ürünün mektup, fuar, reklâm, satış teşvik yöntemleri uluslar arası pazarda tanıtılmasını kavrayabilme. Yeni pazarları, yeni ihtiyaç duyulan ürünleri ve alanları, Türkiye'nin durumunda olabilecek gelişmeleri kavrayabilme.

PAZARLAMA ARAŞTIRMASI

Pazarlama araştırmasının pazarlama yönetimi içindeki yeri ve önemini kavrama. Örnek olaylardan yararlanarak öğrencilerin karşılaştıkları problemler için kendilerinin hipotez geliştirmelerine yönelik uygulama yaparak problem tanımlayabilme. Yapılacak araştırmalarda hangi modeli kullanacağını kavrama. Veri türlerini ve kaynaklarını tanımlama ve örnekleme yapmayı kavrayabilme. Veri toplama yöntemlerini tanımlayabilme. Pazarlama araştırmalarında ölçme ve ölçek kavramlarını kavrama. Verilerin analizinin önemini kavrama ve araştırma raporu hazırlama. Tek değişkenli, iki değişkenli ve çok değişkenli analizlerin uygulamasını yapma. Pazarlama araştırmasında denetimin önemini kavrama. Pazarlama araştırması türlerini açıklama.

PAZARLAMADA İLETİŞİM TEKNİKLERİ

Pazarlamanın günümüzde geldiği noktada iletişimle olan ortak özellikleri kavrayıp aralarındaki ilişkiyi açıklayabilme. İşletmelerin; belirli anlamları müşterileri ile paylaşma işlemini nasıl gerçekleştirebileceklerini, bunun için hangi iletişim stratejilerinden yararlanacaklarını kavrayabilme. Tutundurma Karması elemanlarından biri olarak reklâmın, pazarlama iletişimindeki yeri önemini kavrayabilme. Hakla ilişkilerin, reklâmdan farklı olarak pazarlama iletişimine ne gibi katkılara sağlayabileceğini kavrayabilme. Kişisel satışın, diğer iletişim çalışmalarından farklı yönlerini ve pazarlama iletişimindeki önemimin kavrayabilme. Çeşitli satış tutundurma çalışmalarının, diğer tutundurma karması elemanları ile ortak ve farklı yönlerini kavrayabilme. Pazarlama iletiminde dün ve bugün olduğu gibi gelecekte de çok önemli rol oynayacak başarılı bir kurum kimliği oluşturmanın temel koşularını kavrayabilme. Pazarlama iletişimi kapsamında; ürün, marka ve ambalajın tüketicinin algılama ve öğrenme sürecinde nasıl bir uyarıcı ve ipucu olduğunu kavrayabilme. Yaygın işlevleri yanında dağıtım ve fiyatın, ürün ve hizmetlerin tüketiciler tarafından algılanması ve satın alma davranışının oluşumunda nasıl bir uyaran ve iletişim aracı olduğunu kavrayabilme. Doğrudan Pazarlamanın: müşterilere mesaj göndermek için kullanılan, veri tabanı oluşturma, iletişim ve dağıtım esaslarına dayalı bir pazarlama iletişim aracı olduğunu kavrayabilme.

SATIŞ YÖNETİMİ

Satış yönetimini tanımlayabilme ve satış görevlisinin görevlerini, satış tahmin yöntemlerini satış hedeflerini ve bütçesini kavrayabilme. Satış gücünün örgütlenme şekillerini kavrayabilme. Koordinasyonun aşamalarını güçlü koordinasyonun önemini, satış birimlerini değerleme analizlerini ve düzeltici işlevleri kavrayabilme. Satış gücü temsilcilerinde bulunması gereken özellikleri ve şartlarını, satışçılara uygulanan eğitim yöntemlerini kavrayabilme. İyi bir ücretlendirme sisteminin özelliklerini, ücretlendirme yöntemlerini kavrayabilme. Satışçıların davranışsal ve karakter özellikleri ile satışçıları üç başlık altında toplayabileceğimiz görevlerin kavrayabilme. Satış konuşmasının safhalarını, giriş ve sunuşta dramatizasyonu kavrayabilme. İtiraz etme nedenleri ve ortaya çıkış şekillerine göre itirazları ayırt ederek karşılayabilmeyi kavrayabilme. Satışın takibi ve kontrolünde satıcının görevlerini, satın alıcı ve satıcıya yararları ile takip ve kontrolde dikkat etmesi gereken hususları kavrayabilme. Satıcının sorumluluk alanını, teslim, mülkiyet ve diğer yan borçlarını ve satış yönetiminin kültürel boyutlarını kavrayabilme.

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ

Müşteri ilişkilerinde toplam kalite yönetimi, değer yaratma, müşteri yaşam boyu değeri, müşteri hizmet kalitesi ve hizmet sistemini kavrayabilme. Müşteri ilişkilerinde ölçülebilecek ana konu başlıkları ve ölçme tekniklerini kavrayabilme. Müşteri odaklı kültürün yaratılması kültür değişimindeki engeller ve müşteri odaklı değişim yönetimi konularını kavrayabilme.

HALKLA İLİŞKİLER

Halkla ilişkilerle ilgili temel kavramları tanıyabilme ve işletmeler için halkla ilişkilerin önemini anlayabilme. Halkla ilişkilerin genel organizasyon içindeki yeri ve işleyişini kavrayabilme. Halkla ilişkilerde hedef kitle, halkla ilişkilerde etkin sunuş tekniklerini

kavrayabilme. Türkiye'de halkla ilişkiler uygulamaları, hizmet ve endüstri sektöründe basın bülteni hazırlama tekniklerini kavrayabilme.

TİCARİ BELGELER

Ticari hayatta kullanılan belgelerle ilgili temel kavramları açıklayabilme. İşletmelerde kullanılmasında kanuni bir zorunluluk bulunmayan belgeleri kavrayabilme. Vergi Usul Kanununa göre düzenlenmesi gereken belgeleri kavrayabilme. Türk Ticaret Kanununa göre tespit edilmiş belgeleri kavrayabilme. Kambiyo senetlerini tanımını ve içeriklerini kavrayabilme. Emtia senetlerini tanıyabilme. Menkul kıymetle, kıymetli evrakı birbirinden ayırt edip, tanıyabilme. Ticari hayatta kullanılan diğer kanunlarca düzenlenmesi gereken belgeleri kavrayabilme.

SATIŞ GÜCÜ EĞİTİMİ

Kişisel satışın tanımını, özelliklerini, gelişimini, önemini, amaçlarını avantaj ve dezavantajlarını kavrayabilme. Kişisel satış faaliyetlerinde satış temsilcisi kavramını, kişisel satış ve ilkesel satış ile kişisel satış ve ahlak konularını kavrayabilme. Kişisel satışta iletişim ve duygusal durumu, sözlü ve sözsüz iletişim, iletişim geliştirmeyi, iletişimi olumsuz etkileyen faktörleri kavrayabilme. Olası müşteriler hakkında bilgi toplama ve hazırlık ile görüşmenin planlanması görüşmeye hazırlık ve randevu almayı kavrayabilme. Satış görüşmesinde ilk izlenimi, satışın sunumunu, sunuş stratejilerini, müşteri davranış çeşitlerini ve müşteri ilişkilerinde açıklığı kavrayabilme. Müşteri itiraz nedenleri ve çözüm önerilerini, müşteri itiraz çeşitlerini, doğru zamanda, cevaplama metotlarını, cevaplama sürecini, tutum ve itirazları karşılama kurallarını kavrayabilme. Kişisel satışta kapanış teknikleri, kapanış zamanı ve sürenin sona erdirilmesi, görüşmenin değerlendirilmesini, satış sonrası müşteri hizmetlerini ve soru sorma tekniklerini kavrayabilme ve uygulayabilme.

MUHASEBE 2

Öğrenci, kısa vadeli yabancı kaynakları kaydedebilecektir, uzun vadeli yabancı varlıkları kaydedebilecektir, öz kaynakları kaydedebilecektir. Konular: Kısa vadeli yabancı kaynakları kaydetmek, Kısa vadeli yabancı kaynakları kaydetmek, Uzun vadeli yabancı kaynakları kaydetmek, Gelir ve gider hesaplarını belirlemek, Gelir tablosu düzenlemek, Satışların maliyeti tablosunu düzenlemek, Nazım hesapları kaydetmek, Envanter işlemleri yapmak, Envanter işlemleri yapmak, Sektör bazlı örnek uygulama yapmak, Sektör bazlı örnek uygulama yapmak, Türk Muhasebe standartlarını sıralamak, Türk Muhasebe standartlarını sıralamak.

S.Ü. CİHANBEYLİ M.Y.O PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ PAZARLAMA PROGRAMINDA OKUTULAN DERSLER

2.SINIF IV. YARIYIL

İHRACAT TEKNİKLERİ

Dış ticaret, gümrük, döviz piyasası ve kambiyo rejimleri ile ilgili kavramlar, dış ticaret teorileri, dış ticaret işlemlerinde kullanılan belgeler, dış ticarette ödeme şekilleri, gümrükleme ve kambiyo mevzuatı.

SATIŞ SAHA PLANLAMASI

Kişisel satışın tanımını, özelliklerini, gelişimini, önemini, amaçlarını avantaj ve dezavantajlarını kavrayabilme. Kişisel satış faaliyetlerinde satış temsilcisi kavramını, kişisel satış ve ilkesel satış ile kişisel satış ve ahlak konularını kavrayabilme. Kişisel satışta iletişim ve duygusal durumu, sözlü ve sözsüz iletişim, iletişim geliştirmeyi, iletişimi olumsuz etkileyen faktörleri kavrayabilme. Olası müşteriler hakkında bilgi toplama ve hazırlık.

PERAKENDE YÖNETİMİ

Marketlerdeki hizmet ilkeleri ve markette ilk izlenimi yaratan noktaları kavrayabilme. Müşteri ile diyalog başlatıp onları fark edip karşılama ve olumlu yaklaşımla onların gereksinmelerini anlayıp konuşturup etkin dinlemenin önemini kavrayabilme. Marketlerde etki biçimde ürün bilgisinin müşteriye sunulması, ürün ile müşteri arasındaki uzaklığın azaltılıp müşteri itirazlarına cevap, iade ve değişiklikler konusunda yapılması gereken şeyleri kavrayabilme. Fiyatı söylemenin zamanlamasını, satışı sonuçlandırmayı ve müşteriyi uğurlama yöntemlerini kavrayabilme. Kasada Müşteri ilişkileri /danışma bölümlerinde hizmet anlayışını güvenlik elemanlarının dikkat etmesi gereken davranışları kavrayabilme.

PAZARLAMA MEVZUATI

Hukukla ilgili olarak genel kavramları, Hukukun dayanağı ile ilgili kuramları Hukukun dallara ayrılmasını ve türlerini açıklama Sözleşme kavramanın ne olduğunu kavrayabilme. Sözleşme çeşitlerini ve oluşumunu kavrayabilme. İrade ile irade beyanı arasındaki uygunsuzluğu kavrayabilme. Genel olarak Kanunun çıkarılış amacını tanır ve Tüketicinin haklarının neler olduğunu kavrar. Etiket tarife ve fiyat listesi yönetmeliğini kavrar. Garanti belgesini ile tanıtma ve kullanma kılavuzunu tanır ve garanti belgesi alabilmek için yapılması gerekenleri kavrar. Rekabetin ne olduğunu kavrayarak haksız

rekabeti açıklar ve Rekabetin korunması hakkındaki kanununa amaç ve sorumluluğunu kavrayabilme. İşletmelerin kullandıkları ticaret unvanı ve işletme adının ne olduğunu bilir ve Ticaret unvanı ile işletme adının pazarlama ile ilişkisini kavrama. Markanın ne olduğunu tanır. Markalar kanunun amacını, tescili, sahibine sağladığı haklar korunmasını ve markanın pazarlamadaki yere ve önemini kavrar. Nelerin fikir ve sanat eserleri olduğunu tanır, Fikir ve sanat eserleri kanunun amacını çeşitlerini eser sahibi ve fikir haklarını kanun kapsamında hukuki sonuçlarını kavrar.

ARAŞTIRMA YÖNTEM VE TEKNİKLERİ

Gerçek hayatta yaşanmış veya yaşanma ihtimali olan, işletmelerin pazarlama faaliyetleri ile ilgili sorunları sınıf ortamında çözüm önerileri üretebilme. Gerçek işletmeleri derinlemesine inceleyerek pazarlama stratejilerini nasıl uygulandıklarını araştırma.

MARKA YÖNETİMİ

Yayımlı, daralma, tanıtım reklâm, kelime ve referans markalama kuralların kavrayabilme. Kalite, kategori, isim, genişlemeler, arkadaşlık ve jenerik kurallarını kavrayabilme. Şirket, alt marka, kardeşler, biçim ve renk kurallarını uluslar arası marka örnekleriyle kavrayabilme. Sınırlar, istikrar, değişim, ölümlülük ve tekillik kurallarını uluslar arası marka örnekleriyle kavrayabilme.

TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

Öğrencinin, pazara, ürüne, işletmenin satış hacmine ve satış yöntemine göre stok seviyesinin belirlenmesine katkıda bulunabilmesini ve maliyet faktörlerinin belirlenmesine yardımcı olmasını, alınan siparişlere göre sevkiyat planlarını kontrol edebilecek ve ilk onayını yapabilmesini, yapılan sevkiyat planlarına göre de müşteri ile iletişim kurarak sipariş takibinde bulunabilmesini sağlamaktadır. Konular: Stok seviyesinin belirlenmesine katkıda bulunmak, Stok seviyesinin belirlenmesine katkıda bulunmak, Stok seviyesinin belirlenmesine katkıda bulunmak, Stok seviyesinin belirlenmesine katkıda bulunmak, Maliyet faktörlerinin belirlenmesine yardımcı olmak, Maliyet faktörlerinin belirlenmesine yardımcı olmak, Maliyet faktörlerinin belirlenmesine yardımcı olmak, Maliyet faktörlerinin belirlenmesine yardımcı olmak, Sevkiyat planlarını kontrol etmek ve ilk onayını yapmak,

Sevkiyat planlarını kontrol etmek ve ilk onayını yapmak, Sevkiyat planlarını kontrol etmek ve ilk onayını yapmak, Sevkiyat planlarını kontrol etmek ve ilk onayını yapmak, Müşteri ile iletişim kurarak sipariş takibinde bulunmak, Müşteri ile iletişim kurarak sipariş takibinde bulunmak, Müşteri ile iletişim kurarak sipariş takibinde bulunmak, Müşteri ile iletişim kurarak sipariş takibinde bulunmak.

BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİSİ

Bu derste bilişim olanaklarını kullanarak kendini geliştirmek ile ilgili yeterliklerin kazandırılması amaçlanmaktadır. Öğrenme çıktıları ve yeterlilikler: İnternet ortamında iletişim kurmak, İnternet ortamında iş başvurusu yapmak, Sayısal verileri düzenlemek, Hazır şablon ile tanıtım materyali hazırlamak. Konular: İnternet Ve İnternet Tarayıcısı, Elektronik Posta Yönetimi, Haber Grupları / Forumlar, Web Tabanlı Öğrenme, Kişisel Web Sitesi Hazırlama, Elektronik Ticaret, Kelime İşlemci Programında Özgeçmiş, İnternet Ve Kariyer, İş Görüşmesine Hazırlık, İşlem Tablosu, Formüller Ve Fonksiyonlar, Grafikler, Sunu Hazırlama, Tanıtıcı Materyal Hazırlama.

ELEKTRONİK PAZARLAMA

Öğrencinin, işletmenin ürün ve satış stratejilerine göre E-Ticaret müşterilerini belirleyebilmesini; müşteri özelliklerine göre internet üzerinden veri tabanı oluşturarak pazarlama/satış stratejilerinin oluşturulmasına yardımcı olabilmesini, işletmenin satış strateji ve politikaları ile müşteri özelliklerine göre, E-Satış yapabilmesini, işletme, pazar ve teknolojik gelişmelere göre web sayfasında satış bölümü ile ilgili güncellemeleri yaptırabilmesini sağlamaktır. Konular: E-ticaret müşterilerini belirlemek, İnternet üzerinden veri tabanı oluşturmak ve pazarlama/satış stratejilerinin oluşturulmasına yardımcı olmak, E-Satış yapmak, Web sayfasında satış bölümü ile ilgili güncelleştirmeleri yaptırmak.

KALİTE YÖNETİM SİSTEMLERİ

Bu derste; kalite yönetim sistemlerinin uygulama yeterliliklerinin kazandırılması amaçlanmıştır. Öğrenme çıktıları ve yeterlilikler: Kalite Yönetim Sisteminin Altyapısını Oluşturmak, Kalite Standartlarını Uygulamak. Konular: Kalite kavramı, Sandart ve

standardizasyon, Standardın üretim ve hizmet sektöründe önemi, Yönetim kalitesi ve standartları, Çevre standartları, Kalite yönetim sistemi modelleri, Stratejik yönetim, Yönetime katılma, Süreç yönetim sistemi, Kaynak yönetimi sistemi, EFQM mükemmellik modeli.

STAJ

Öğrenciler birinci yılın sonunda, başarıyla tamamlamaları beklenen 30 işgününü kapsayan yaz stajı döneminin değerlendirmesi yapılmakta, stajları kabul veya reddedilmektedir. Staj döneminde öğrenciler, iş yönetimi ve muhasebe uygulamalarında becerilerini artırma fırsatı bulmaktadır.