

Pazarlama Yönetimi Sertifika Programı

Programın Tanımı

Pazarlama Yönetimi Sertifika Programı kapsamında; pazarlama yönetimi, davranış bilimine giriş, türk dili konularında güncel bilgiler aktararak, katılımcıların mevcut bilgi ve yeteneklerinin geliştirilmesine katkı sağlamak amaçlanmaktadır.

Hedef Kitle

Bu sertifika programı, mesleki gelişim programlarına kayıt yaptırmak isteyen, akademik eğitim almamış bireylere yöneliktir.

Kapsamı

Pazarlama Yönetimi Sertifika Programı aşağıdaki 3 dersi içermektedir:

- 3168 - Pazarlama Yönetimi
- 1003 - Davranış Bilimlerine Giriş
- 4232 - Türk Dili

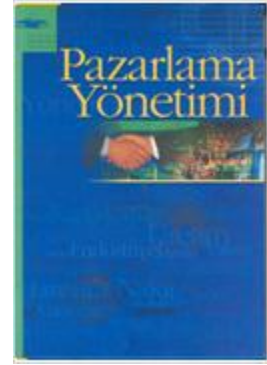
3168 - Pazarlama Yönetimi

Pazarlama, hepimizin günlük yaşamında karşımıza çıkmasına karşılık, farklı kişilere farklı anlamlar ifade etmekte ve uygulayanlar tarafından dahi değişik anlamlarda kullanılabilen bir kavram olmuştur.

İşletmelerin iki temel fonksiyonlarından birincisi mal ve hizmetlerin üretimi ikincisi ise bunların pazarlanmasıdır. Teknolojik ve ekonomik gelişmeler uzmanlaşmayı arttırmış, artan uzmanlaşma üretim ile tüketim arasında zaman, yer ve mülkiyet açılarından bazı farklılıkların oluşmasına neden olmuştur. Üretim ile tüketim arasındaki bu farklılıklar nasıl giderilebilir sorusu da işletmelerde pazarlamanın önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Teknolojide sağlanan hızlı gelişmeler ile birlikte rekabetinde boyutları da değişmiştir. Söz konusu değişim, doğal olarak üretim ve pazarlama başta olmak üzere işletme kararlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Pazarlamada ulusal pazarla yetinmeyip uluslar arası pazarlarda faaliyet göstermek, iletişimde ve ulaşımda gelişmelerin ışığında, işletmeler arası iş birliği girişimlerini ve ticari ilişkileri geliştirmek kolaylaşırken, işletmeleri de bilimsel hareket tarzını benimsemeye ve uygulamaya zorlamaktadır.

İyi yönetilen işletmelerin ortak özelliklerinin başında müşteriye yakınlık ve bu çevrede pazarlama ilkelerinin uygulanmasına önem verilmesi ilkesi vardır. Günümüzde pazarlama anlayışı tüketici yönlüdür ve tüketici memnuniyetini arttıracak şekilde onların istek ve ihtiyaçlarının karşılanması üzerinde durur.



Pazarlama Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2005.

Üniteler

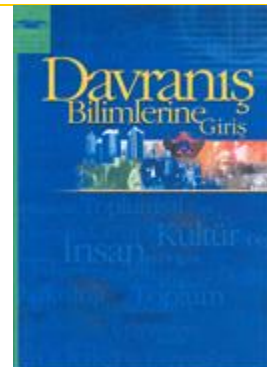
- 1 Pazarlama Konusu ve Pazarlama Yönetimi
- 2 Pazarlama Planlaması
- 3 Pazarlama Araştırması
- 4 Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışı
- 5 Endüstriyel Pazarlama ve Alıcı Davranışları
- 6 Pazar Analizi, Talep Tahmini, Pazar Bölümlenme, Hedef Pazar Seçimi
- 7 Ürün Planlama ve Geliştirme
- 8 İşletmelerde Fiyat ve Fiyat Politikaları
- 9 Pazarlama Kanalları ve Fiziksel Dağıtım
- 10 Perakendecilik ve Toptancılık
- 11 Tutundurma Kararları
- 12 Kişisel Satış ve Satış Yönetimi
- 13 Reklam ve Halkla İlişkiler
- 14 Uluslararası Pazarlama
- 15 Pazarlamada Yeni Gelişmeler ve Uygulamalar

e-Öğrenme

- e-Ders
- e-Kitap
- e-Televizyon
- e-Alıştırma
- e-Sınav
- e-Danışmanlık
- e-Sesli Kitap

1003 - Davranış Bilimlerine Giriş

Davranış Bilimlerine Giriş dersi, sosyal bilimlerin iki temel alanını konu ediniyor. Bunlardan ilki, bireylerin davranışını etkileyen toplumsal güçleri konu alan sosyolojidir. Diğeri ise gerek kendimizde ve gerekse başkalarında gözlediğimiz bazı davranışları anlamada bizlere yardımcı olan psikolojidir. Gündelik hayatımıza ilişkin birçok olayı ve olguyu anlamamızda Davranış Bilimleri temel bir role sahiptir. Kendimize, hayata ve çevremize ilişkin gözlemlerimizi, sistematik bir bilgi ile birlikte geliştirmemiz günümüzde son derece önem kazanmıştır. Bu nedenle Davranış Bilimleri, işletme, pazarlama, siyaset bilimi, iletişim gibi alanlar için son derece önemli bilgi birikimine sahip bir disiplindir. İnsanoğlu bir toplumsal çevre içinde diğer insanlarla ilişki kurarak yaşamını sürdürür. Bizim dışımızda olan ancak bizi kontrol eden milyonlarca ilişki içinde yaşamaktayız. Davranış Bilimleri yaşamın her alanındaki ilişkileri ve bu ilişkiler içinde kendimizi anlamamızda yol gösterici kavram ve konuları ele alır. Bu açıdan tüm sosyal bilim dalları, Davranış Bilimleri ile yakın ilişki içindedir. Çünkü Davranış Bilimleri, insanı ve insanın etkileşim içinde olduğu çevreyi ve toplumu odak alır.



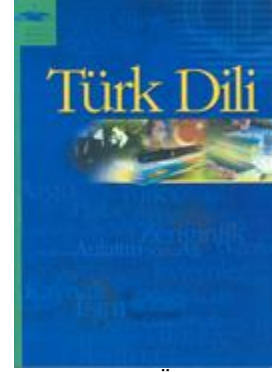
Davranış Bilimlerine Giriş, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2005.

- 1 Sosyolojiye Giriş ve Yöntem
- 2 Sosyolojinin Ortaya Çıkışı ve Kuramsal Yaklaşımlar
- 3 Toplum ve Toplumsal Yapı
- 4 Kültür
- 5 Toplumsallaşma
- 6 Toplumsal Gruplar
- 7 Aile Kurumu
- 8 Toplumsal Tabakalaşma ve Değişme
- 9 Psikoloji Bilimine Giriş
- 10 Yaşam Boyu Gelişim Psikolojisi
- 11 Güdüler ve Duygular
- 12 Duyum ve Algı
- 13 Öğrenme
- 14 Kişilik Psikolojisi ve Kişilik Kuramları
- 15 Davranış Üzerine Sosyal Etkiler
- 16 Tutumlar

- e-Ders
- e-Kitap
- e-Televizyon
- e-Alıştırma
- e-Sınav
- e-Danışmanlık
- e-Sesli Kitap

4232 - Türk Dili

Konuşma yeteneği dolayısıyla insanı insan yapan niteliklerin başında gelen dil, insanın dünyadaki yerini belirleyen en önemli özelliktir. Dil, bireysel ve toplumsal gereksinimlerden doğmuştur. Duygu ve düşüncelerin ifade edilmesine yarayan edinilmiş bilgiler, birikimler ve kültürle zenginleşen bir sistemdir. 1995 yılındaki verilere göre Türklerin dünyadaki toplam sayısı 190 milyona ulaşmıştır. Bu nüfusa göre, Türk dili, konuşanlarının sayısı bakımından bugün dünya dilleri sıralamasında Çince, İngilizce, İspanyolca ve Hintçenin ardından beşinci sırada yer almaktadır. Anadili doğru ve güzel kullanmak, iletişimin her biçimi için büyük önem taşımaktadır. Türk Dili Kitabı, sizlere; dilin önemini kavramanız, Türk ve dünya dilleri konusunda bilgilerinizi genişletmeniz, Türk dilini kurallarını bilerek kullanmanız, okuduğunuz her türlü metni daha iyi anlamanız, resmi ya da özel yazışmaları daha doğru yapmanız, her türlü iletişimde başarılı olmanız amacıyla hazırlanmıştır. Ünitelerde, bilgilerin yanı sıra edebiyatımızın seçkin örneklerini de bulacaksınız.



Türk Dili, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2005.

- 1 Dil
- 2 Türk Dili
- 3 Türkçenin Zenginliği ve Sözcüklerin Gücü
- 4 Anlatım Birimleri – I
- 5 Sözcükler
- 6 Anlatım Birimleri - II: Cümleler
- 7 Yazım Kuralları
- 8 Noktalama İşaretleri
- 9 Anlatım Bozuklukları - I: Sözcük Yanlışları
- 10 Anlatım Bozuklukları - II: Cümle Yanlışları
- 11 Anlayarak Okuma
- 12 Yazılı Anlatım Bilgileri
- 13 Anlatı Türleri – I
- 14 Anlatı Türleri – II
- 15 Anlatı Türleri – III
- 16 Bilimsel Araştırma Raporu Hazırlama
- 17 Sözlü Anlatım – Konuşma

- e-Ders
- e-Kitap
- e-Televizyon
- e-Alıştırma
- e-Sınav
- e-Danışmanlık
- e-Sesli Kitap