



**T.C.
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ**

**TERME MESLEK YÜKSEKOKULU/PAZARLAMA VE REKLAMCILIK
BÖLÜMÜ**

PAZARLAMA PROGRAMI PROGRAM ÇIKTILARI

Pazarlama Program çıktıları, program eğitim amaçlarına ve TYYÇ ve MEDEK Program çıktılarını da kapsayacak şekilde iç ve dış paydaş görüşleri de alınarak belirlenmiştir. Yapılan iç ve dış paydaş toplantısında alınan görüşler doğrultusunda Pazarlama Program Çıktıları aşağıdaki gibi tanımlanmıştır:

BİLGİ	
PÇ-6	İş hayatında ihtiyaç duyacağı genel matematik, ileri düzey bilgisayar kullanımı ve temel istatistik bilgisine sahiptir ve bunları iş süreçlerinde uygulayabilir.
PÇ-7	Sosyal medya ve dijital pazarlama kavramlarını bilir ve bu bilgileri çalışma yaşamında uygulayabilir.
PÇ-10	Girişimcilik, işletme yönetimi ve kalite yönetimi süreçlerini bilir ve uygular.
BECERİLER	
PÇ-1	Pazarlama, ekonomi ve etik kavramlarını bilir ve bunları pazarlama alanında uygulayabilir."
PÇ-4	Temel hukuk, pazarlama mevzuatı ve temel reklam kurallarını bilir ve uygular.
PÇ-7	Sosyal medya ve dijital pazarlama kavramlarını bilir ve bu bilgileri çalışma yaşamında uygulayabilir.
PÇ-8	Çalışma yaşamında firmaların ve kurumların hedef kitleleri ile nasıl iletişim kurmaları gerektiğini bilir ve bunları hizmet sektöründe uygulayabilir.
PÇ-9	Satın alma süreci kapsamında tüketici davranışlarını bilir ve bu davranışların nedenlerini araştırma yöntem ve tekniklerini kullanarak analiz edebilir.
PÇ-10	Girişimcilik, işletme yönetimi ve kalite yönetimi süreçlerini bilir ve uygular.
YETKİNLİKLER	
PÇ-2	Satış, reklam, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün ve marka yönetimi, ve elektronik pazarlama konularındaki teorik bilgiyi iş yaşamında uygulayabilir.
PÇ-3	Perakende sektöründe mağaza yönetimi, insan kaynakları yönetimi ve güncel pazarlama yaklaşımlarını uygulayabilir.
PÇ-5	İş hayatında sosyal güvenlik ve iş sağlığı ile ilgili temel hakları ve kuralları bilir ve uygular."
PÇ-8	Çalışma yaşamında firmaların ve kurumların hedef kitleleri ile nasıl iletişim kurmaları gerektiğini bilir ve bunları hizmet sektöründe uygulayabilir.
PÇ-9	Satın alma süreci kapsamında tüketici davranışlarını bilir ve bu davranışların nedenlerini araştırma yöntem ve tekniklerini kullanarak analiz edebilir.