



**TEMEL PAZARLAMA  
EĞİTİMİ**

**2 GÜN**



**Digital Vizyon**  
Akademi

[www.digitalvizyon.net](http://www.digitalvizyon.net)

## Eğitim Hakkında

Temel Pazarlama Eğitimi ilk gününde, pazarlama disiplininin temel kavramları ve yaklaşımları kapsamlı olarak incelenmektedir. Öncelikle, pazarlamanın tanımı, kapsamı ve tarihçesi üzerinde durulmaktadır. Katılımcılar, pazarlamanın işletme ve müşteri perspektiflerinden nasıl değerlendirildiğini anlamaktadır.

Ardından, pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve konumlandırma konuları ele alınmaktadır. Demografik, coğrafik, psikografik ve davranışsal kriterler doğrultusunda pazar bölümlerinin nasıl oluşturulduğu incelenmektedir. İşletmelerin hangi kriterlere göre hedef pazarlarını belirledikleri ve müşterilerinin zihinlerinde nasıl konumlandırıldığı açıklanmaktadır. Ürün kavramı da eğitimin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. [Somut ve soyut ürün özellikleri](#), ürün sınıflandırmaları, ürün geliştirme süreci ve ürün yaşam döngüsü gibi temel konular incelenmektedir. Fiyatlandırma stratejileri, eğitimin bir diğer odak noktasıdır. Maliyet temelli, talep temelli ve rekabet temelli fiyatlandırma yaklaşımları ele alınmaktadır. Ayrıca, fiyat değişikliklerinin nasıl uygulandığı ve fiyatların müşteri algısındaki rolü incelenmektedir. Eğitimin ilk günü, [dağıtım kanalları ve pazarlama iletişimi](#) konularıyla son bulmaktadır. Direkt ve dolaylı dağıtım kanalları, bu kanalların yönetimi ve e-ticaretin dağıtım süreçlerine etkisi değerlendirilmektedir. Reklam, kişisel satış, halkla ilişkiler, satış geliştirme ve doğrudan pazarlama gibi temel tutundurma karması elemanları da incelenmektedir. Böylece, bütünlük pazarlama iletişimi yaklaşımları hakkında kapsamlı bilgi edinilmektedir. İkinci gün eğitiminde ise, pazarlama stratejileri ve planlaması üzerinde odaklanılmaktadır. Pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi süreci ele alınmaktadır. Rekabet odaklı, müşteri odaklı ve maliyet odaklı stratejiler irdelenmektedir. Ardından, pazarlama planlaması süreci incelenmektedir. Durum analizi, pazarlama hedeflerinin belirlenmesi, strateji seçimi, pazarlama karması kararları ve uygulama planı konuları detaylı olarak ele alınmaktadır. Pazarlama araştırması da eğitimin önemli bir bileşenidir. Nitel ve nicel araştırma yöntemleri, veri toplama teknikleri ve araştırma sonuçlarının değerlendirilmesi konuları irdelenmektedir. Müşteri ilişkileri yönetimi, eğitimin son konusunu oluşturmaktadır. Müşteri beklentileri, müşteri değeri, müşteri sadakati gibi temel kavramlar incelenmektedir.

Temel Pazarlama Eğitimi sonunda, katılımcıların pazarlama disiplinindeki temel kavramlar, stratejiler ve uygulamalar hakkında kapsamlı bilgi ve beceri sahibi oldukları değerlendirilmektedir. Ayrıca, öğrendiklerini kendi iş ve kariyer hedeflerine uyarlama fırsatı bulmaktadırlar.

## Neler Öğreneceksiniz

- Pazarlamanın tanımı, kapsamı ve tarihçesi
- Pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve konumlandırma
- Ürün kavramı ve ürün geliştirme süreci
- Fiyatlandırma stratejileri ve fiyat uygulamaları
- Dağıtım kanalları ve pazarlama iletişimi araçları
- Pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi



- Pazarlama planlaması süreci
- Pazarlama araştırması yöntemleri
- Müşteri ilişkileri yönetimi ve uygulamaları

### Ön Koşullar

- İşletme, ekonomi veya ilgili alanlarda temel bilgi sahibi olmak
- Sayısal ve analitik beceriler
- Değişen müşteri beklentilerine duyarlı olmak

### Kimler Katılmalı

- Pazarlama, satış ve iletişim alanlarında çalışan profesyoneller
- İşletme sahipleri ve girişimciler
- Yöneticiler ve liderler
- Kariyer değişikliği yapmayı planlayan adaylar
- Pazarlama konusunda daha derin bilgi edinmek isteyen herkes

### Outline (2 Günlük Eğitim Programı)

#### 1. Gün:

#### **Pazarlamanın Temelleri**

- Pazarlamanın tanımı, kapsamı ve tarihçesi
- Pazarlamanın işletme ve müşteri perspektifleri

#### **Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Seçimi**

- Demografik, coğrafik, psikografik ve davranışsal pazar bölümlemesi
- Hedef pazar seçimi kriterleri
- Konumlandırma stratejileri

#### **Ürün Kavramı**

- Somut ve soyut ürün özellikleri
- Ürün sınıflandırmaları
- Ürün geliştirme süreci
- Ürün yaşam döngüsü

#### **Fiyatlandırma Stratejileri**

- Maliyet temelli, talep temelli ve rekabet temelli fiyatlama
- Fiyat değişikliklerinin uygulanması
- Fiyatın müşteri algısındaki rolü



### **Dağıtım Kanalları**

- Direkt ve dolaylı dağıtım kanalları
- Dağıtım kanalı yönetimi
- E-ticaretin dağıtıma etkisi

### **Pazarlama İletişimi**

- Reklam, kişisel satış, halkla ilişkiler
- Satış geliştirme ve doğrudan pazarlama
- Bütünleşik pazarlama iletişimi

### **2. Gün:**

#### **Pazarlama Stratejileri**

- Rekabet odaklı, müşteri odaklı ve maliyet odaklı stratejiler
- Strateji geliştirme süreci

#### **Pazarlama Planlaması**

- Durum analizi
- Pazarlama hedeflerinin belirlenmesi
- Strateji seçimi ve pazarlama karması kararları
- Uygulama planı

#### **Pazarlama Araştırması**

- Nitel ve nicel araştırma yöntemleri
- Veri toplama teknikleri
- Araştırma sonuçlarının değerlendirilmesi

#### **Müşteri İlişkileri Yönetimi**

- Müşteri beklentileri, değeri ve sadakati
- Müşteri ilişkileri yönetimi uygulamaları
- Veri madenciliği ve kişiselleştirilmiş pazarlama