



TC
TRABZON ÜNİVERSİTESİ
BEŞİKDÜZÜ MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
PAZARLAMA PROGRAMI
DANIŞMA KURULU
TOPLANTI TUTANAĞI



Tarih: 31.10.2025	Saat: 13:00	Yer: Beşikdüzü MYO – İdari Bina – Toplantı Salonu	Toplantı Sayısı: 2025/1
Toplantı Konusu:	2025-2026 Eğitim Öğretim Yılı'nın Planlanması ve Genel Değerlendirme		
Raportör:	Doç.Dr. Ersin BURNAZ	Alınan Toplam Karar Sayısı: 5	

Gündem

- 1- Programın misyon/vizyon/temel değerlerinin görüşülmesi
- 2- Program eğitim amaç ve hedeflerinin görüşülmesi
- 3- Program çıktılarının görüşülmesi
- 4- Dış paydaş önerisi ile açılan derslerin belirlenmesi
- 5- Üniversite-sektör işbirliğini güçlendirmek adına yapılabilecek faaliyetlerin görüşülmesi

Kararlar

- 1- Programın misyon/vizyon/temel değerleri kurul üyeleri ile görüşülmüş ve **EK 1**'de sunulduğu hali ile uygulanmasına karar verilmiştir.
- 2- Program eğitim amaç ve hedefleri kurul üyeleri ile görüşülmüş ve **EK 2**'de sunulduğu hali ile uygulanmasına karar verilmiştir.
- 3- Program öğrenme çıktıları kurul üyeleri ile görüşülmüş ve **EK 3**'de sunulduğu hali ile uygulanmasına karar verilmiştir.
- 4- Dış paydaş önerisi ile açılan/açılacak dersler kurul üyeleri ile görüşülmüş ve aşağıdaki tabloda sunulduğu hali ile uygulanmasına karar verilmiştir.

KODU		ADI	T	U	L	K	AKTS
HARF	RAKAM						
BPAZ	1106	Ekonomi	3	0	0	3	5
BPAZ	1100	İletişim	2	0	0	2	3
BPAZ	2114	Perakende Yönetimi	3	0	0	3	4
		Toplam	8	0	0	8	12

- 5- Üniversite-sektör iş birliğini güçlendirmek adına yapılabilecek faaliyetler kurul üyeleri ile görüşülmüş ve aşağıdaki şekilde planlanmasına karar verilmiştir:
 - Bir sonraki toplantının 2025-2026 Güz yarıyılı içerisinde kurul üyelerinin de müsait olacağı uygun bir zamanda yapılmasına karar verilmiştir.



TC
TRABZON ÜNİVERSİTESİ
BEŞİKDÜZÜ MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
PAZARLAMA PROGRAMI
DANIŞMA KURULU
TOPLANTI TUTANAĞI



Toplantıya Katılanlar			
	Unvan Ad / Soyad	Görevi	İmza
1	Doç. Dr. Ersin Burnaz	Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Bölüm Başkanı	
2	Dr. Öğr. Üyesi Aylin Ofluoğlu	Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Bölüm Başkan Yardımcısı	
3	Ahmet Kazaz	Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı	
4	Selim Dilli	Beşikdüzü Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifi Başkanı, Mezun Öğrenci	
5	Güney Çiçek	Network Forum Mağaza Müdürü, Mezun Öğrenci	
6	Kubilay Gündoğdu	Pazarlama Programı Öğrenci Temsilcisi	



TC
TRABZON ÜNİVERSİTESİ
BEŞİKDÜZÜ MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
PAZARLAMA PROGRAMI
DANIŞMA KURULU
TOPLANTI TUTANAĞI



Ek 1:

Programın Misyonu

Evrensel değerleri benimsemiş, Ülkemize ve insanlığa yararlı, pazarlamacılık alanında çağın gerektirdiği donanımlara sahip, yenilikçi bireyler yetiştiren öncü bir program olmaktadır.

Programın Vizyonu

Mesleki eğitimin gerektirdiği pazarlamacılık alanında bilgi, beceri ve mesleki gelişmelerde yüksek standartlara sahip, yeniliklere ayak uydurabilen, bilgiye ve teknolojik gelişime önem veren, mesleğinin sosyal, etik ve ekonomik boyutlarının ve sorumluluğunun bilincinde olan bireyleri sektöre kazandırmaktır.

Programın Temel Değerleri

Adalet ve liyakat, Temel hak ve hürriyetlere saygı, Türkiye Cumhuriyeti'nin temel değerlerine bağlılık, Evrensellik, Bilimsel ahlak ve kurumsal kimlik, Dürüstlük, şeffaflık ve hesap verebilirlik, Toplam kalite yönetimi ve üretkenlik, Hoşgörü ve alçak gönüllülük, Özgürlük ve sorumluluk, Özgüven ve disiplin, Doğaya ve çevreye saygı, Toplumsal sorumluluk ve paylaşım, Öğrenci merkezli yönetim anlayışı, Hayat boyu öğrenme



**TC
TRABZON ÜNİVERSİTESİ
BEŞİKDÜZÜ MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
PAZARLAMA PROGRAMI
DANIŞMA KURULU
TOPLANTI TUTANAĞI**



Ek 2:

Programın Amaç ve Hedefleri

A-1: Yükseköğretimde eğitim-öğretim faaliyetlerinin ulusal/uluslararası standartlara taşınması ve sürdürülebilir olmasının sağlanması.

H-1.1 Eğitim programlarının niteliğini artırmak

H-1.3 Öğretim elemanlarının niteliğini geliştirmek ve sürdürülebilir hale getirmek.

H-1.4 Ulusal ve uluslararası düzeyde değişim programlarını yaygınlaştırmak.

A-2: Bilimsel araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin güçlendirilmesi.

H-1.1 Bilimsel araştırma çıktılarının nicelik ve niteliğini artırmak.

H-1.2 Ulusal, uluslararası ve kurumsal bilimsel araştırma projelerinin sayısını arttırmak, proje kültürünün yaygınlaştırılmasını sağlamak.

H-1.3 Akademik personele yönelik bilimsel araştırma imkân ve desteklerini geliştirmek.

H-1.4 Öğrencilerin bilimsel araştırma yapma, yenilikçilik ve girişimcilik becerilerini geliştirmek.

A-3: Paydaşlarla iletişim ve etkileşimin geliştirilmesi.

H-1.3 Paydaşlarla birlikte toplumsal duyarlılığın artırılmasında üniversite-paydaş iş birliğini geliştirmek.

H-1.4 Öğrencilerin sosyal ve kişisel gelişimlerini desteklemek.



TC
TRABZON ÜNİVERSİTESİ
BEŞİKDÜZÜ MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
PAZARLAMA PROGRAMI
DANIŞMA KURULU
TOPLANTI TUTANAĞI



Ek 3:

Program Öğrenme Çıktıları

1. Pazarlama alanı ile ilgili temel düzeyde kuramsal ve uygulamalı bilgilere sahiptir ve kullanır.
2. İş hayatında ihtiyaç duyacağı genel matematik, bilgi ve iletişim teknolojileri ve temel istatistik bilgisini yapay zekâ teknikleri ile birlikte kullanarak elde etmiş oldukları bilgileri iş süreçlerine uygular.
3. Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında genel kültür ve tarih bilinci ile farkındalık yaratarak sürekli eğitim ve kendini geliştirme felsefesini benimsemelerini sağlar.
4. Güncel pazarlama yaklaşımları doğrultusunda perakende sektöründe mağaza yönetimi, satış teknikleri, müşteri ilişkileri yönetimi ve pazarlama iletişim tekniklerini uygular.
5. Dijital pazarlama, reklam, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün ve marka yönetimi kavramlarını bilir, e-ticaret süreçlerini satış teknikleriyle birleştirerek iş yaşamında uygular.
6. Satın alma süreci kapsamında tüketici davranışlarını bilir ve bu davranışların nedenlerini araştırma yöntem ve tekniklerini kullanarak analiz eder.
7. İşletme yönetimi, girişimcilik, halkla ilişkiler, kongre ve fuar organizasyonu, kalite yönetimi, lojistik ve tedarik zinciri yönetimi süreçlerini bilir ve uygular.
8. Türk dili ve bir yabancı dili sözlü ve yazılı etkin iletişim kuracak derecede bilir. Alanındaki bilgileri takip ederek mesleki yabancı dilini kullanır.
9. Teorik ve uygulamalı pazarlama, pazarlama mevzuatı, ekonomi, ihracat ve gümrük mevzuatları ile etik kavramlarını bilir; bunları ulusal ve uluslararası pazarlama alanında uygular.
10. Pazarlama araştırmalarına yönelik yöntem ve teknikleri kullanarak problemleri saptar, tanımlar, veri toplar, analiz eder ve çözer; bu amaca uygun yapay zeka tekniklerini de içeren yöntemleri seçer, uygular ve yorumlar.