

PAZARLAMA YÖNETİMİ

Editör

Deniz ZEREN



© Copyright 2025

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

ISBN	Sayfa ve Kapak Tasarımı
978-625-375-786-1	Akademisyen Dizgi Ünitesi
Kitap Adı	Yayıncı Sertifika No
Pazarlama Yönetimi	47518
Editör	Baskı ve Cilt
Deniz ZEREN	Vadi Matbaacılık
ORCID iD: 0000-0003-1197-5375	
Yayın Koordinatörü	Bisac Code
Yasin DİLMEN	BUS043000
	DOI
	10.37609/akya.4015

Kütüphane Kimlik Kartı
Pazarlama Yönetimi / ed. Deniz Zeren.
Ankara : Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2025.
239 s. : tablo, şekil. ; 160x235 mm.
Kaynakça var.
ISBN 9786253757861

GENEL DAĞITIM
Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A Yenışehir / Ankara
Tel: 0312 431 16 33
siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

ÖNSÖZ

İçinde yaşadığımız dünyada ürünlerin üretilmesinden önce başlayıp, satışından da sonra devam eden pazarlama faaliyetleri sürecini anlamak işletmeler, pazarlama profesyonelleri kadar, hangi sektörde, nasıl bir uzmanlığımız olursa olsun, günlük yaşamımızda birer tüketici olarak, hepimiz için önemli. Elinizde, 'Pazarlama Yönetimi' başlığı altında aklınızda şekillenen sorulara cevap verebilecek, teorik altyapıyla güçlendirilmiş, deneyimle demlenmiş, güncel uygulamalarla desteklenmiş bir kitap tutuyorsunuz.

Yıllardır pazarlama alanında akademik yayınlar yapan, aktif olarak lisans ve lisansüstü düzeyde dersler veren, birlikte çalışmaktan keyif alan ve aynı ekolden gelen akademisyenler olarak bir 'Pazarlama Yönetimi' kitabında buluşmak uzun süredir üzerine düşündüğümüz bir fikirdi. Teknolojide yaşanan gelişmeler ve özellikle yapay zekanın ivmeli yükselişi pazarlama alanında da bir çok yeni kavramın doğmasına ve eskilerinin yeni uygulamalara yerini bırakmasına sebep olmuşken, bu fikri hayata geçirmek konusunda değerli yayınevimizden gelen teklif tetikleyici, yayın ekibinin verdiği destek kolaylaştırıcı oldu. Sevdiğin işi yapmak her zaman keyifliyken, bu işi hayata aynı pencereden baktığın insanlarla yapmak daha da keyifli oldu. Kitabın fikir aşamasından yayınlanmasına kadar geçen sürece destek veren, emeği geçen herkese teşekkür ederiz.

Bu kitap, verdikleri koşulsuz destekle bizi yüreklendiren, hep yanımızda olan değerli ailelerimize ithaf edilmiştir.

Prof. Dr. Deniz ZEREN
Editör, 2025

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 1	Pazarlama Yönetimine Giriş	1
	Deniz ZEREN	
BÖLÜM 2	Stratejik Pazarlama Planlaması	17
	Hatice DOĞAN SÜDAŞ	
BÖLÜM 3	Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazar Seçimi ve Konumlandırma	45
	Fatma DEMİRCİ OREL	
	Abdil ARIK	
	Ömer KANDAZ	
BÖLÜM 4	Tüketici Davranışları ve Örgütsel Davranışlar	67
	Selin KÖKSAL ARAÇ	
BÖLÜM 5	Pazarlama Araştırması.....	99
	Fatma DEMİRCİ OREL	
BÖLÜM 6	Ürün.....	129
	Hatice DOĞAN SÜDAŞ	
BÖLÜM 7	Hizmet Pazarlaması.....	155
	Hilal İNAN	
BÖLÜM 8	Fiyat ve Temel Fiyatlandırma Kararları	167
	Deniz ZEREN	
BÖLÜM 9	Dağıtım Kanalları ve Pazarlama Lojistiği	181
	Fatma DEMİRCİ OREL	
BÖLÜM 10	Tutundurma.....	207
	Selin KÖKSAL ARAÇ	

YAZARLAR

Dr. Öğr. Üyesi Selin KÖKSAL ARAÇ

*Çukurova Üniversitesi, İİBF, İşletme
Bölümü, Pazarlama AD.*

Arş. Gör. Abdil ARIK

*Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari
Bilimler Fakültesi, Pazarlama AD.*

Prof. Dr. Hilal İNAN

*Çukurova Üniversitesi, İİBF, İşletme
Bölümü, Pazarlama AD.*

Arş. Gör. Ömer KANDAZ

*Çukurova Üniversitesi, İİBF, İşletme
Bölümü, Pazarlama AD.*

Prof. Dr. Fatma DEMİRCİ OREL

*Çukurova Üniversitesi, İİBF, İşletme
Bölümü, Pazarlama AD.*

Prof. Dr. Hatice DOĞAN SÜDAŞ

*Çukurova Üniversitesi, İİBF, İşletme
Bölümü, Pazarlama AD.*

Prof. Dr. Deniz ZEREN

*Çukurova Üniversitesi, İİBF, İşletme
Bölümü, Pazarlama AD.*