



ULUSAL MESLEK STANDARDI

PAZARLAMA SORUMLUSU
SEVİYE 5

REFERANS KODU / ...

RESMİ GAZETE TARİH-SAYI/ ...

Meslek:	PAZARLAMA SORUMLUSU
Seviye:	5¹
Referans Kodu:	
Standardı Hazırlayan Kuruluş(lar):	Ankara Ticaret Odası (ATO)
Standardı Doğrulayan Sektör Komitesi:	MYK Ticaret (Satış ve Pazarlama) Sektör Komitesi
MYK Yönetim Kurulu Onay Tarih/Sayı:	 Tarih ve Sayılı Karar
Resmi Gazete Tarih/Sayı:	
Revizyon No:	00

¹ Mesleğin yeterlilik seviyesi, sekizli (8) seviye matrisinde seviye altı (5) olarak belirlenmiştir.

TERİMLER, SİMGELER VE KISALTMALAR

BT (Bilgi Teknolojileri): Bir işletmenin yönetim ve üretimle ilgili tüm bilgilerinin ve bilgi sistemlerinin işletilmesinde kullanılan her türlü bilgi-işlem araçlarını ve teknolojilerini,

BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA: Belli bir pazarlama hedefine ulaşabilmek için birden fazla pazarlama metodunun bir arada kullanılmasını,

ÇAPRAZ SATIŞ (Cross Selling): Müşterilerin genel satın alma eğilimlerinin analiz edilerek, birbiriyle ilişkili ürün veya hizmetlerin satılmasını,

DAĞITIM AĞI ARACILARI: Bir ürünün arz zincirinin her hangi bir aşamasında yer alan, malların mülkiyet ve değer değişimine yol açan kişi ve kuruluşları,

FAYDALI MODEL: Belli bir ülkede ve dünyada yeni olan ve sanayiye uygulanabilen buluşların sahiplerine belirli bir süre, bu buluş konusu ürünü üretme ve pazarlama hakkının tanınmasını,

FİZİBİLİTE (FEASYBILITY): Mevcut durum ve kaynaklara göre, herhangi bir girişimin işletme, yöntem, fonksiyon, olası performans, maliyet ve ekonomi yönlerinden, yapılabilirliğini ve uygulanabilirliğini sistematik olarak analiz edip değerlendiren çalışmaları ve raporları,

GZFT ANALİZİ: Bir işletmenin güçlü ve zayıf yönlerini ve dış çevreden kaynaklanan fırsat ve tehditleri belirlemekte kullanılan tekniği,

HEDEF PAZAR: İşletmelerin mallarını satmak için pazarlama çabalarını odaklandıkları piyasayı,

ISCO: Uluslararası Standart Meslek Sınıflamasını,

İSG: İş Sağlığı ve Güvenliğini,

İSKONTO: Peşin alındığı veya belli şartlara uyulduğu takdirde mal bedelinden yapılan indirimi,

KADEMELİ SATIŞ: Kişiler aracılığıyla bir ürünün dağıtımını ve satışını,

KAMPANYA: Tüketicuyu özendirmek için belli sürelerde düzenlenen indirimli veya taksitli satışı,

KİŞİSEL SATIŞ: Bir veya daha fazla potansiyel müşteri ile görüşme, karşılıklı konuşma ve satışı sonuçlandırmayı,

KONSEPT (Öz-ürün /Core-Product): Müşterinin ürün veya hizmeti satın alma nedeni/nedenlerini,

KONUMLANDIRMA: Rekabetçi bir ortamda belli bir ürünün diğer rakip ürünlere göre üstün özelliklerinin o ürünün tüketicileri tarafından ortaya konmasını,

LANSMAN: Yeni bir ürün ya da hizmetin tanıtımı amacıyla yürütülen faaliyetler bütünü,

LOYALTY: Sadık müşteri yaratmayı,

MARKA: Bir ticari malı, herhangi bir nesneyi tanıtmaya, benzerinden ayırmaya yarayan özel ad veya işareti,

MARKA DEĞERİ: Marka değeri, marka sahibinin bir markanın kullanımından sağlayabileceği gelecekteki bütün finansal faydaların bu günkü değerini,

MECRA: Gazete, Radyo, Tv, İnternet gibi reklam mesajlarının hedef kitleye ulaştırabileceği, reklam yayın alanlarını,

MEDYA PLANI: Reklamcının mesajını hedeflediği kişilere ulaştırmak üzere medyanın ne şekilde kullanılması gerektiğinin belirlenme sürecini,

MUADİL ÜRÜN: Eşit, denk, eş değer ürünü,

MÜŞTERİ PROFİLİ: İşletmenin müşterilerine ait detaylı dökümanlarını,

MÜŞTERİ SEGMENTASYONU: Marka konumlandırma, pazarlama stratejileri belirleme, müşteri ilişkileri yönetimine ilişkin yönelik olarak pazardaki müşterileri tanımak amacıyla sosyo-ekonomik faktörler, gelir seviyesi, kültür seviyesi, davranış biçimleri, hayat tarzları gibi konularda gruplamayı,

PATENT: Her hangi bir süreç, yöntem veya aletin patent ofisi tarafından yeni icat edilmiş olduğu kabul edilip yasalar ile korunmasını,

PAZAR: Mal ve hizmetlerin satışa sunulduğu, alıcıların ve satıcıların karşılaştıkları, malların sahipliğinin değişiminin yapıldığı yeri,

PAZARLAMA: Müşterilerin gereksinimlerini ve beklentilerini anlama ve bu çerçevede hizmetlerin nasıl tasarlanıp sunulabileceğinin planlaması işlemini,

PAZARLAMA KARMASI: Ürün (Product), Fiyat (Price), Dağıtım (Place), Tutundurma (Promotion) kavramlarından oluşan “4P” ‘yi,

PEST ANALİZİ: Politik, Ekonomik, Sosyal ve Teknolojik Analizler ifadesinin kısaltması olan ve stratejik yönetim süreci için yapılan dış çevre analizinde makro düzeydeki çevresel faktörlerin analizini,

PROSPECTING: Yeni müşteri bulmayı,

RİSK: Tehlikeli bir olayın meydana gelme olasılığı ile sonuçlarının bileşimini,

STRATEJİK PAZARLAMA PLANI: Firmaların orta ve uzun vadede pazarlamaya ilişkin geliştirdikleri stratejilerin ve belirlenen bu stratejilerin uygulamasını da içeren yönetsel süreci,

TEHLİKE: İşyerinde var olan ya da dışarıdan gelebilecek, çalışanı veya işyerini etkileyebilecek zarar ve hasar verme potansiyelini,

TUTUNDURMA: Hedef kitleyi üründen, işletmeden, hizmetlerden, yapılan çalışmalardan haberdar etmek için ve olumlu bir imajın doğmasını sağlamak, var olan imajı pekiştirmek, kötü imajı değiştirmek yönünde yapılan bilinçli, planlanmış, değişik kanallar aracılığıyla yürütülen faaliyetler bütünü,

TÜKETİCİ SEGMENTLERİ: Sosyal, ekonomik, kültürel faktörlere göre sınıflanmış çeşitli tüketici gruplarını,

ÜRÜN/HİZMET YAŞAM EĞRİSİ: Her ticari ürünün bir yükselme, olgunlaşma ve bir gerileme döneminin olacağını, sonra da bir gün bu ürüne pazarda gerek kalmayabileceğini öngören eğriyi,

ÜRÜN/HİZMETE İLİŞKİN SPESİFİKASYONLAR: Ürün/hizmete ilişkin teknik özelliklerin belirtilmesini,

WIN_BACK: Sizi terk etmiş olan müşterinizi geri kazanmayı ifade eder.

İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ	7
2. MESLEK TANITIMI	8
2.1. Meslek Tanımı.....	8
2.2. Mesleğin Uluslararası Sınıflandırma Sistemlerindeki Yeri.....	8
2.3. Sağlık, Güvenlik ve Çevre ile ilgili Düzenlemeler	8
2.4. Meslek ile İlgili Diğer Mevzuat.....	8
2.5. Çalışma Ortamı ve Koşulları.....	9
2.6. Mesleğe İlişkin Diğer Gereklilikler	9
3. MESLEK PROFİLİ	10
3.1. Görevler, İşlemler ve Başarım Ölçütleri	10
3.2. Kullanılan Araç, Gereç ve Ekipman	34
3.3. Bilgi ve Beceriler	34
3.4. Tutum ve Davranışlar	35
4. ÖLÇME, DEĞERLENDİRME VE BELGELENDİRME	36

1. GİRİŞ

Pazarlama Sorumlusu (Seviye 5) ulusal meslek standardı 5544 sayılı Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) Kanunu ile anılan Kanun uyarınca çıkartılan “Ulusal Meslek Standartlarının Hazırlanması Hakkında Yönetmelik” ve “Mesleki Yeterlilik Kurumu Sektör Komitelerinin Kuruluş, Görev, Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik” hükümlerine göre MYK’nın görevlendirdiği Ankara Ticaret Odası (ATO) tarafından hazırlanmıştır.

Pazarlama Sorumlusu (Seviye 5) ulusal meslek standardı, sektördeki ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak değerlendirilmiş, MYK Ticaret (Satış ve Pazarlama) Sektör Komitesi tarafından incelendikten sonra MYK Yönetim Kurulunca onaylanmıştır.

2. MESLEK TANITIMI

2.1. Meslek Tanımı

Pazarlama Sorumlusu (Seviye 5) iş sağlığı, güvenliği ve çevre ile ilgili önlemleri alarak kalite sistemleri çerçevesinde; iş organizasyonu yapan, stratejik pazarlama planlamasının yapılmasına, ürün/hizmet geliştirme çalışmaları ile müşteri ilişkileri yönetim sisteminin geliştirilmesine katkı veren, ürün/hizmetin fiyatlandırma ve tutundurma çalışmalarının yanı sıra ürün/hizmet dağıtım ağı ilişkilerini yürüten, işletmenin bütçeleme çalışmalarına katkı veren, iş geliştirme ve verimlilik çalışmalarını yürüten, pazarlama biriminde kendisine bağlı personeli yöneten ve mesleki gelişim çalışmalarına katılan nitelikli kişidir.

2.2. Mesleğin Uluslararası Sınıflandırma Sistemlerindeki Yeri

ISCO 08 : 2431 (Reklam ve pazarlama ile ilgili profesyonel meslek mensupları)

2.3. Sağlık, Güvenlik ve Çevre ile ilgili Düzenlemeler

2872 sayılı Çevre Kanunu
4857 sayılı İş Kanunu
6331 İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu
Binaların Yangından Korunması Hakkında Yönetmelik
Çalışanların İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimlerinin Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik
Güvenlik ve Sağlık İşaretleri Yönetmeliği
İlk Yardım Yönetmeliği
İş Ekipmanlarının Kullanımında Sağlık ve Güvenlik Şartları Yönetmeliği
İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetleri Yönetmeliği
İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği Tüzüğü
İşyeri Bina ve Eklentilerinde Alınacak Sağlık ve Güvenlik Önlemlerine İlişkin Yönetmelik
Kişisel Koruyucu Donanım Yönetmeliği
Kişisel Koruyucu Donanımların İşyerinde Kullanılması Hakkında Yönetmelik

Ayrıca iş sağlığı ve güvenliği ve çevre ile ilgili yürürlükte olan kanun, tüzük, yönetmelik ve diğer mevzuata uyulması ve konu ile ilgili risk değerlendirmesi yapılması esastır.

2.4. Meslek ile İlgili Diğer Mevzuat

213 sayılı Vergi Usul Kanunu
2976 sayılı Dış Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun
3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu
3577 sayılı İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesi Hakkında Kanun
4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun
4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun
4458 sayılı Gümrük Kanunu
4734 sayılı Kamu İhale Kanunu
474 sayılı Gümrük Giriş Tarife Cetveli Kanunu
4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu
488 sayılı Damga Vergisi Kanunu
492 sayılı Harçlar Kanunu

5607 sayılı Kaçakçılıkla Mücadele Kanunu
5684 sayılı Sigortacılık Kanunu
5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu
6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu
6802 sayılı Gider Vergileri Kanunu
551 sayılı Patent Haklarının Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname
556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname
Sınır Ticaret Merkezlerinden Yapılacak İhracat ve İthalata İlişkin Yönetmelik
Yıllık Ücretli İzin Yönetmeliği

Ayrıca, meslek ile ilgili yürürlükte olan kanun, tüzük, yönetmelik ve diğer mevzuata uyulması esastır.

2.5. Çalışma Ortamı ve Koşulları

Pazarlama Sorumlusu (Seviye 5) her türlü ürün ve hizmet sunan işletmelerde çalışabilir. Çalışma ortamı, genellikle büro ortamı olmakla birlikte işlerin özelliğine göre üretim veya hizmet ortamlarında çalışmaları ve seyahat etmeleri gerekebilir. Büro odaklı çalışmalarda, analitik ve dokümanter çalışmalar ile iletişim yoğunluklu faaliyetler söz konusudur. Bu tarz çalışmaya bağlı olarak yoğun bilgi iletişim teknolojisi araçları kullanılmaktadır.

Pazarlama Sorumlusu (Seviye 5), genellikle masa başında oturarak çalışır. Büro ortamında çoğunlukla oturarak çalışmadan kaynaklanan kas ve eklem sorunlarıyla karşılaşma, uzun süreli bilgisayar kullanımından kaynaklı göz bozuklukları riski olabilir.

Hizmet/üretim sahalarında bulunduğu, hareket halinde ve ayakta olabilir. Üretim sahalarındaki çalışma ortamlarında bulunduğu gürültü, toz, kimyasallar gibi unsurlardan etkilenme olasılıkları az da olsa söz konusudur. Bu nedenlerle üretim sahalarında, diğer üretim personeli gibi kişisel koruyucu donanım kullanarak çalışır.

Pazarlama süreçlerinin yönetimi iş yoğunluğuna ve süreçte ortaya çıkan güçlüklerin çözümlerine göre esnek çalışma saatlerini gerekli kılar. Öte yandan pazarlama süreçlerinin yönetimi, içerdiği çalışma koşulları o iş alanının özelliğine göre sektör bilgisi, yabancı dil gibi farklı özellikleri de gerektirir.

2.6. Mesleğe İlişkin Diğer Gereklilikler

Mesleğe ilişkin diğer gereklilik bulunmamaktadır.

3. MESLEK PROFİLİ

3.1. Görevler, İşlemler ve Başarım Ölçütleri

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
A	Pazarlama biriminde İSG ve çevre güvenliği önlemlerinin alınmasını desteklemek (devamı var)	A.1	Pazarlama biriminde İSG kurallarını uygulamak	A.1.1	Pazarlama birimi ofisinde gerekli ikaz ve yönlendirme levhalarının uygun şekilde asılmasını sağlar.
				A.1.2	Pazarlama birimi ofisinde yangın ekipmanlarının yasal koşullarına göre bulundurulması için gerekli işlemleri yapar.
				A.1.3	Çalışma ortamında yangın önlemlerinin uygulanmasını kontrol eder.
				A.1.4	Üretim yapan işletmelerde, personelin sağlık durumuna ilişkin bilgi ve kayıtları İK birimine iletir.
				A.1.5	Üretim yapan işletmelerde, personelin portör muayenelerine iştirak etmesini sağlar.
				A.1.6	Ofis güvenlik prosedürlerinin uygulanması için gerekli işlemleri yapar.
				A.1.7	Üretim yapan işletmelerde ve üretim sahalarında, İSG önlemlerine uygun davranır.
		A.2	Pazarlama biriminde acil durum prosedürlerini uygulamak	A.2.1	İSG kurulu kararlarına göre acil durum ekiplerinin çalışmalarına katılır.
				A.2.2	Acil durum tatbikatlarına yapılan planlamalara göre katılır.
				A.2.3	Birim acil tahliye kapılarının ve merdivenlerinin işlevsel bulundurulması için gerekli işlemleri yürütür.
				A.2.4	Acil durum anında görevleri kapsamında müdahalelere iştirak eder.
				A.2.5	Acil durumlarda yapılan müdahalelerin tutanak altına alır.
				A.2.6	Aldığı eğitime göre gerekli durumda ilkyardım müdahalesinde bulunur.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
A	Pazarlama biriminde İSG ve çevre güvenliği önlemleri alınmasını desteklemek	A.3	Pazarlama biriminde çevre güvenliği kurallarını uygulamak	A.3.1	Ürün/hizmetin pazarlama süreçlerinde çevre güvenliğine uygunluğunu takip eder
				A.3.2	Ürün/hizmetin çevre güvenliği riski halinde riski önleyici çalışmalar yürütür.
				A.3.3	Ürün/hizmetin çevre güvenliği açısından ortaya çıkan sorunların çözümüne ilişkin kamuoyunda olumlu imaj geliştirmeye yönelik projeleri yürütür.
				A.3.4	Ofis atıklarının firmanın prosedürlerine göre bertaraf edilmesi için gerekli işlemleri yürütür.
				A.3.5	Ofis ekipmanlarının talimatlarına göre koruyucu önlemlerle kullanımını sağlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
B	İş organizasyonu yapmak (devamı var)	B.1	Pazarlama birimi iş programlarının hazırlanmasına katkı vermek	B.1.1	Bütçe, stratejik hedefler, stok maliyeti, ürünün özelliği, pazarlama stratejilerine ve modeline göre ürün/hizmetleri gruplandırır.
				B.1.2	Rakip işletmelerin pazarlama faaliyetlerinin takip edilmesini sağlar.
				B.1.3	İşletmenin ilgili birimlerinden planlamaya dâhil edilecek, ürün özellikleri, stok maliyeti gibi konularda bilgi alır.
				B.1.4	Satış biriminden gerçekleşen satışların son durumu, karşılaşılan sorunlar vb. hakkında bilgi alır.
				B.1.5	Belirleme ve değerlendirmelerine göre yapılacak işleri önceliklendirir.
				B.1.6	Belirleme ve değerlendirmelerine göre günlük, haftalık, aylık iş programlarını işletmenin formatına uygun olarak hazırlar.
				B.1.7	Hazırladığı iş programına amirinden onay alır.
				B.1.8	Onaylanmış iş programı hakkında birim personelini bilgilendirir.
		B.2	İşletme içi düzenlenen toplantılara katılmak	B.2.1	İşletme içinde katılacağı toplantının gündemine göre ilgili belge, doküman ve raporların hazırlanmasını sağlar.
				B.2.2	İşletmenin ilgili birimlerine planlanan pazarlama faaliyetlerine ilişkin süreç, amaç ve hedefler gibi hususlarda bilgi verir.
				B.2.3	Toplantıda görüşülen konulara ilişkin gerekçeli öneriler sunar.
				B.2.4	Üretilen hizmetin veya ürünün kalitesinin geliştirilmesine ve üretim süreçlerinin iyileştirilmesine yönelik pazarlama önerilerinde bulunur.
				B.2.5	Toplantıda alınan kararları iş planına yansıtır.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
B	İş organizasyonu yapmak (devamı var)	B.3	Pazarlama birimi için temin edilen araç-gereç, malzeme, donanım ve hizmetlerin uygunluğunu tespit etmek	B.3.1	Pazarlama biriminin satış dâhil tüm aşamalarda ihtiyacı olan tanıtım malzemeleri, bilgilendirme formaları, internet sitesi, e-posta sistemleri, sponsorluklar gibi araç-gereç, malzeme ve donanım ihtiyaçlarını pazarlama amacına uygun olarak belirlenmesini sağlar.
				B.3.2	Belirlediği araç-gereç, malzeme ve donanım ihtiyaçlarının temin edilmesi hususunu amirin onayına sunar.
				B.3.3	Temin edilen araç-gereç, malzeme ve donanımın amaca uygunluğunu değerlendirerek sonuçları amire bildirir.
		B.4	Pazarlama süreçlerine ilişkin kayıtların arşivlenmesini sağlamak	B.4.1	Pazarlama süreçleri kayıtlarının arşivlenmesine ilişkin format ve model geliştirir.
				B.4.2	Geliştirdiği format ve modele uygun olarak kayıtların arşivlenmesini ve yedeklenmesini sağlar.
				B.4.3	İşletmenin güvenlik prosedürlerine uygun olarak arşivin güvenliğini (yedekleme) sağlar.
		B.5	İşletmeyi dış organizasyonlarda temsil etmek	B.5.1	İşletmenin dâhil olduğu sektördeki fuar, toplantı, eğitim vb. faaliyetleri takip eder.
				B.5.2	İşletmenin tanıtımı için uygun bulunduğu organizasyonlara katılım hususunu amire önerir.
				B.5.3	Uygun bulunan organizasyonun özelliği ve hedef kitlesine göre işletmeyi temsil edecek faaliyetleri belirleyerek amire önerir.
				B.5.4	Belirlenen organizasyonlarda gerekli faaliyetleri yürütür/ yürütülmesini sağlar.
				B.5.5	Dış organizasyonlarda gerçekleştirilen faaliyetlerin etkinliğini değerlendirerek amire raporlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
B	İş organizasyonu yapmak	B.6	Proje ve ihale bazlı alımlar için teklif/sözleşme hazırlanmasına yardım etmek	B.6.1	Müşterinin ihtiyaç duyduğu ürün veya hizmete ilişkin spesifikasyonlar, işlevler, kalite standartları, termin ve teslim şekli gibi şartlara yönelik öneriler oluşturur.
				B.6.2	Müşterinin tanımlamış olduğu spesifikasyonlar ve şartlara uygun olarak hazırlanacak teklif için işletme birimleri ile gerekli koordinasyonu sağlar.
				B.6.3	Ürün ve hizmete ilişkin oluşturulan teklif/sözleşmenin yasal alt yapısının uygunluğunu değerlendirerek gerekli izinlerin alınmasını sağlar.
				B.6.4	Ürün ve hizmete ilişkin oluşturulan teklif/sözleşme için işletmenin prosedürlerine uygun olarak ilgili birimlerden onay alır.
				B.6.5	Ürün ve hizmetler için belirlenmiş ve önerilen şartlara ilişkin müşteriyle mutabakata varır.
				B.6.6	Mutabakata varılan şartların teklif/sözleşme metnine yansıtılmasını sağlar.
				B.6.7	Hazırlanan sözleşmenin imzalanma sürecini takip eder.
				B.6.8	İmzalanan sözleşmeyi ilgili birime ürün/hizmet hakkında bilgilendirme yaparak teslim eder.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
C	Stratejik pazarlama planlamasının yapılmasına katkı vermek (devamı var)	C.1	Mevcut durum analizini yapmak	C.1.1	Firmanın geçmiş döneme ilişkin en az 3 yıllık (bu süre ürün/hizmet kategorisine göre değişir) satış, pazar payı, müşteri portföyü, ürün portföyü değişiklikleri, pazar ve pazar konumu değişiklikleri, maliyet ve harcamalar, pazarlama etkinlikleri gibi verilerini pazarlama stratejisi açısından değerlendirir.
				C.1.2	Diğer departmanların faaliyet raporlarını inceleyerek pazarlama planına veri sağlar.
				C.1.3	İşletmeye ve işletmenin pazarlama süreçlerine ilişkin PEST, iç ve dış paydaş analizini yapar.
				C.1.4	İşletmenin ilişkili olduğu makro ve mikro çevre bileşenlerini pazarlama potansiyeli açısından analiz eder.
				C.1.5	İnsan, bilgi, teknoloji, finans, taşınmaz mal vb. işletme kaynaklarını içeren işletme içi mevcut durum analizini yapar.
				C.1.6	Yaptığı inceleme ve değerlendirmelere göre işletmenin GZFT analizini yapar.
				C.1.7	Veri toplama ve analiz sonuçlarından elde ettiği verilere göre mevcut durum analiz raporunu hazırlayarak amire iletir.
		C.2	Alternatif pazarlama stratejileri geliştirmek	C.2.1	Mevcut durum analizine göre alternatif pazarlama strateji önerileri geliştirir.
				C.2.2	Temel pazarlama stratejisinin belirlenmesine ilişkin düzenlenen toplantılara iştirak eder.
				C.2.3	Ürün/hizmet, marka, müşteri tipleri, rakipler, yasal koşullar, çevresel koşullar, pazar koşulları, satın alma gücü gibi değişkenlere göre pazarlama karması strateji önerileri geliştirir.
				C.2.4	Hazırladığı alternatif pazarlama ve pazarlama karması stratejilerini amire sunarak onayını alır.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
C	Stratejik pazarlama planlamasının yapılmasına katkı vermek (devamı var)	C.3	Pazarlama amaç ve hedeflerinin belirlenmesine katkı vermek	C.3.1	Ürün/hizmetin pazarlanmasına ilişkin ilgili birimlerle işbirliği kurarak; tüketici, tüm tedarikçiler, çalışanlar ve yöneticiler de dâhil olmak üzere sürdürülebilir işletme amaçlarına ilişkin öneriler geliştirir.
				C.3.2	Belirlediği amaçları sayısal hedeflere dönüştürerek amire sunar.
		C.4	Pazarlama bilgi sistemini oluşturmak	C.4.1	Pazarlama planlaması yapılacak ürünler/hizmetlere yönelik pazar ve pazarlama araştırmaları yapılmasını sağlar.
				C.4.2	Müşteri bilgilerinin toplanması için gerekli araç ve yöntemleri oluşturur/belirler.
				C.4.3	Ürün/ hizmete bağlı olarak müşteri segmentlerinin (ayrımları) çok amaçlı etkin bir şekilde yapılmasına yönelik segmentasyon modeli geliştirir.
				C.4.4	Müşterilere ilişkin elde edilen bilgilerin veri tabanında toplanmasını sağlar.
				C.4.5	Müşteri veri ve bilgileri uygun istatistik ve matematiksel yöntemlerle analiz eder.
				C.4.6	Analiz ettiği veri ve bilgileri pazarlama süreçlerindeki ihtiyaçlara göre dönemsel olarak raporlayarak amire iletir.
		C.5	Hedef pazar belirleme ve konumlandırma çalışmalarını yürütmek	C.5.1	Belirlenen strateji ile yaptığı analizlere göre potansiyel pazar alternatiflerini tespit eder.
				C.5.2	Tespit ettiği potansiyel pazar alternatiflerinden pazarlama amaç, hedef ve stratejilerine göre hedef pazarı/pazarları belirler.
				C.5.3	Hedef pazardaki ürünler/hizmetler/markalar/kurumlar/fikirler vb. pazar araştırma sonuçlarından elde edilen verilere göre işletmenin ürün/hizmetlerinin nasıl konumlandırılabileceğine (lider, izleyici, meydan okuyucu, fırsatçı, vb.) belirlemelerini amire sunar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
C	Stratejik pazarlama planlamasının yapılmasına katkı vermek	C.6	Pazarlama karmasının planlamasına katkı vermek	C.6.1	Pazarlama amaç, hedef ve stratejilerine göre ürün/hizmet portföyünün belirlenmesine yönelik işlemleri yürütür.
				C.6.2	Ürün/hizmetin dönemsel fiyatlandırmasını, iskontoları ve kampanyaların belirlenmesine ilişkin öneriler ve alternatifler geliştirir.
				C.6.3	Ürün/hizmet tutundurma faaliyetlerini dönemsel olarak planlar.
				C.6.4	Dağıtım ağının (kanallar, araçlar, lojistik vb.) uzun dönemli olarak belirlenmesine yönelik işlemleri yürütür.
				C.6.5	Hazırladığı pazarlama karması planını amire sunar.
		C.7	Pazarlama planlamasının izleme ve değerlendirmesini yapmak	C.7.1	Pazarlama karması planlamalarının, belirlenen performans göstergelerine (KPI) göre; zaman, harcama, satış, maliyet, karlılık, müşteri sayısı vb. unsurlar açısından performansını periyodik olarak izler.
				C.7.2	Yaptığı izleme sonuçlarına göre, pazarlama planlamalarının gerçekleşme ve ilerleme sürecini kontrol eder.
				C.7.3	Kontrol sonuçlarına göre pazarlama sürecinde, düzeltici faaliyetler ve revizyon önerilerini amire sunar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
D	Ürün/hizmet geliştirme çalışmalarına katkı vermek (devamı var)	D.1	Ürün/hizmetin özelliklerinin belirlenmesine katkı vermek	D.1.1	Ürün/hizmete ilişkin teknik özellikler, içerik, işlevsellik, kalite, güvenlik, performans vb. özellikleri tüketicinin ihtiyaç ve beklentileri ile karşılaştırır.
				D.1.2	Ürün/hizmetin nitelik ve özelliklerinden yararlanarak belirlediği müşteri faydalarını, tüketicilerin ihtiyaç ve talepleri ile karşılaştırır..
				D.1.3	Ürünün sunum şekli, iç ambalaj, dış ambalaj, garanti, servis gibi unsurların, müşteri beklentileri ve ürünün özellikleri/kişiliği ile uygunluğunu karşılaştırır. .
				D.1.4	Hizmetin sunum şekli, içeriği, kalitesi, performansı, nitelikleri gibi özellikleri tüketicilerin ihtiyaç ve beklentileri ile karşılaştırır.
				D.1.5	Piyasadaki benzer ürün/hizmetlerin özelliklerine ilişkin bilgi toplar/toplanmasını sağlar.
				D.1.6	Karşılaştırma sonuçları ve topladığı bilgilere göre ürün/hizmet özelliklerine ilişkin önerilerini amire sunar.
		D.2	Ürün/hizmet konsepti (core-product) geliştirilmesine katkı vermek (devamı var)	D.2.1	Ürün/hizmete ilişkin müşteri geri bildirimleri, ihtiyaçları, beklentileri ve algılarını, pazarlama bilgi sistemindeki verileri kullanarak belirler.
				D.2.2	Satış biriminden piyasa koşulları ve rakiplerin durumlarına dair temin ettiği bilgileri ürün/hizmet konsepti geliştirmede kullanır.
				D.2.3	AR-GE ve üretimden ürün/hizmet geliştirme/yileştirmeye yönelik bilgileri alır..
				D.2.4	Ürün/hizmetin estetik, ürün/hizmete atfedilecek özellikler/karakteri gibi kişiliğinin tanımlanması çalışmalarına katılır.
				D.2.5	Değerlendirmeler ve belirlenen teknik ve işlevsel özelliklere göre numune ürünün geliştirilmesine veya hizmetin pilot uygulamasına katkı verir.
				D.2.6	Ürün/hizmetin belirlenen özelliklerine, satış miktarına, karlılığına, pazar yapısına ve pazar doygunluğuna göre, ürün/hizmet yaşam eğrisinin belirlenmesine yönelik çalışmaları yürütür.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
D	Ürün/hizmet geliştirme çalışmalarına katkı vermek (devamı var)	D.2	Ürün/hizmet konsepti (core-product) geliştirilmesine katkı vermek	D.2.7	Ürün/hizmet yaşam eğrisine göre lansman (ürünü piyasaya sokma) dönemlerinin belirlenmesine yönelik çalışmaları yürütür.
				D.2.8	Ürün yaşam eğrisi ve lansman çalışmalarının sonuçlarına göre ürün/hizmeti yeniden konumlandırma dönemlerini tespit eder.
				D.2.9	Ürün/hizmetlere yönelik belirlediği lansman ve yeniden konumlandırma dönemleri için amirden onay alır.
				D.2.10	Geliştirilen ürün/hizmetin yasal sürecinin uygunluğu hakkında diğer birimlerden bilgi alır.
		D.3	Ürün/hizmetin markalaşma çalışmalarını yürütmek	D.3.1	Ürün/hizmete göre markalaşma süreci aşamalarını tespit eder/edilmesini sağlar.
				D.3.2	Ürünün/hizmetin markalaştırılmasında, patent, faydalı model, tescil gibi yasal alt yapı çalışmalarını yürütür.
				D.3.3	Piyasaya sunulacak yeni ürünlerin lansmanına yönelik müşteri nezdinde ürün testleri veya hizmet pilot uygulamaları yapar/ yaptırır.
				D.3.4	Uygulamalar neticesinde elde ettiği verilere göre lansman ve tutundurma stratejilerini belirler/belirlenmesini sağlar.
				D.3.5	Markanın pazarda tanıtım ve tutundurma çalışmalarını takip eder.
				D.3.6	Marka kimliği, kişiliği, marka değerinin belirlenmesine yönelik araştırmalar yapar/ yapılmasını sağlar.
				D.3.7	Araştırma sonuçlarına göre ürün geliştirme, konumlandırma ve konsept belirleme çalışmaları için gerekli revizyonları diğer birimlerle koordine eder.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
D	Ürün/hizmet geliştirme çalışmalarına katkı vermek	D.4	Ürün/hizmet yelpazesinin oluşturulmasına katkı vermek	D.4.1	Ürün yelpazesine dâhil edilecek yeni ürünleri ürün yaşam eğrisine göre belirler.
				D.4.2	Ürün/hizmetin pazar taleplerine göre çeşitlendirilmesi ve farklılaştırılmasına yönelik araştırma çalışmalarını yürütür.
				D.4.3	Ürün yelpazesinden çıkartılacak ürünler hakkında öneride bulunur.
				D.4.4	Ürün yelpazesinden çıkartılacak ürünlere ilişkin amirden onay alır.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
E	Ürün/hizmetin fiyatlandırma çalışmalarının yürütmek	E.1	Ürün/hizmet için fiyat tespiti çalışmalarına katkı vermek	E.1.1	Ürün/hizmetin satış fiyatı, firma ve ürünün konumu, müşteri potansiyeli, marka değeri, muadil ürünün piyasa fiyatları vb. değişkenleri değerlendirerek satılabilir bir fiyat aralığı belirler.
				E.1.2	Satılabilir fiyat aralığından, işletmenin hedeflediği kârlılık oranı, maliyet ve piyasa koşullarını değerlendirerek belirlediği satış fiyatı önerisini amire sunar.
		E.2	Ödeme koşullarının (opsiyon) belirlenmesini çalışmalarına katkı vermek	E.2.1	Piyasadaki aynı/benzer ürün/hizmete dair ödeme şekli ve koşullarına (nakit, vadeli, vb) ilişkin bilgileri alır.
				E.2.2	Ürün/hizmete ilişkin belirlenen satış fiyatını farklı ödeme koşullarına göre çeşitlendirir.
		E.3	İndirim/iskonto oranlarının ve dönemlerinin/ kampanyaların tespitine katkı vermek	E.3.1	Piyasadaki aynı/benzer ürün/hizmete dair indirim/iskonto oranlarının ve dönemlerinin/ kampanyaların bilgilerini toplar.
				E.3.2	Hedeflenen kâr, stok ve satış durumuna göre indirim/iskonto oranları ile dönemler/ kampanyalar ve kampanya fiyatlarına ilişkin öneriler geliştirir.
				E.3.3	Topladığı bilgileri ve önerilerini amire iletir.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
F	Ürün/hizmet tutundurma çalışmalarını yürütmek (devamı var)	F.1	Bütünleşik pazarlama iletişimi çalışmalarına katkı vermek	F.1.1	İşletmenin planladığı pazarlama faaliyetlerine ilişkin bütçe, kalemleri hakkında bilgi alır.
				F.1.2	Rakiplerin ürünlerini hangi kanal ve medyada teşhir ettiği ile müşterinin rakipler hakkındaki ve geçmiş reklam çalışmalarına ilişkin dış çevreden alınan görüşleri değerlendirir.
				F.1.3	İç ve dış çevreden aldığı bilgilere göre stratejik iletişim mecra ve araçları hakkında önerilerde bulunur.
				F.1.4	Stratejik iletişim mecra ve araçlarında kullanılacak; slogan, görsel dizayn özellikleri, yer/mekan gibi unsurlar hakkında önerilerde bulunur.
				F.1.5	Stratejik iletişim araçları için kullanılacak mecra, ekip, malzeme ve süreyi dikkate alarak bütçe hazırlığı yapar.
				F.1.6	Bütünleşik pazarlama iletişimi için yaptığı çalışmaları takvimlendirerek amirin onayına sunar.
		F.2	Kişisel satış çalışmalarının düzenlenmesine katkı vermek	F.2.1	Çeşitli satış kanallarından hedef müşteri kitlesinin firmaya bakış açıları, beklentileri ve talepleri ile ilgili bilgi alarak elde ettiği bilgileri amire raporlar.
				F.2.2	Kendisine bildirilen müşteriye yönelik pazarlama stratejisine ilişkin satış birimi ile koordinasyon kurar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
F	Ürün/hizmet tutundurma çalışmalarını yürütmek (devamı var)	F.3	Reklam çalışmalarını yürütmek	F.3.1	Reklamı yapılacak ürün/hizmetin reklamda kullanılacak öncelik ve özelliklerini pazarlama stratejileri ile uyumlu bir biçimde belirler.
				F.3.2	Reklam materyallerinin (katalog, broşür, afiş vb.); görsel dizaynı, ebatları, içeriği, içerisinde yer alacak ürün/hizmet tanıtım bilgileri, kullanılacak slogan ve sunulacak mesajları pazarlama stratejileri ile uyumlu bir biçimde geliştirir.
				F.3.3	Pazarlama stratejisi açısından uygun sponsorluk alternatifleri veya gelen sponsorluk taleplerini şirket politika ve stratejileri açısından inceleyerek amire raporlar.
				F.3.4	Promosyon ürünleri için müşteri kitlesinin profili, firmanın kimliği, ürün/hizmet çeşidine göre öneriler geliştirir.
				F.3.5	Reklam için hangi mecra ve araçların kullanması gerektiğine ilişkin taslak medya planı hazırlar.
				F.3.6	Doğrudan pazarlama çalışmalarını (e-pazarlama, satış makineleri, tele-satış vb.) yürütür/yürütülmesini sağlar.
				F.3.7	Periyodik müşteri anketleri, distribütör görüşmeleri gibi yöntemlerle reklam faaliyetlerinin etkililiğini izler.
				F.3.8	En çok müşteri çekilen reklam kanal(lar)ını belirleyerek bütünsel pazarlama iletişim çalışmalarının düzenlenmesi için öneride bulunur.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
F	Ürün/hizmet tutundurma çalışmalarını yürütmek (devamı var)	F.4	Fuar, sergi, konferans, seminer vb. tanıtım etkinlikleri yürütmek	F.4.1	İşletmenin sektörü ve pazarlanacak ürün/hizmete ilişkin düzenlenen fuar, sergi, konferans, seminer vb. etkinlikleri takip eder.
				F.4.2	Etkinliklerin konusu, tarihi, yeri, kapsamı, katılımcı ve ziyaretçi profiline göre işletmenin katılım seviyesi hakkında önerilerde bulunur.
				F.4.3	İşletmenin katılacağı etkinliklere zamanında başvurulmasını ve katılım işlemlerinin yürütülmesini sağlar.
				F.4.4	Katılacağı etkinliklerde hitap edeceği hedef kitleye uygun olarak potansiyel müşteri profilini belirler.
				F.4.5	Etkinliklere özel uygulanacak kampanya, fiyat, promosyon vb. hakkında öneride bulunur.
				F.4.6	Belirlediği potansiyel müşterileri; işletme, etkinlikte sergileyeceği/tanıtacağı ürün/hizmetler, kampanyalar ve fiyatları hakkında bilgilendirir.
				F.4.7	Etkinliklerin yapılacağı yerde uygun stand ve sergilenecek/tanıtılacak ürün/hizmetler hakkında önerilerde bulunur.
				F.4.8	Düzenlenen fuar, sergi, konferans, seminer vb. etkinliklere katılır/ katılımı koordine eder.
				F.4.9	Etkinliğe katılım sonrası gerçekleşen faaliyetleri ve elde edilen kazanımları değerlendirerek raporlar.
				F.4.10	Etkinlik esnasında tespit edilen potansiyel müşterileri ve iş olanaklarını takip eder.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
F	Ürün/hizmet tutundurma çalışmalarını yürütmek	F.5	Satış geliştirme faaliyetlerini düzenlemek	F.5.1	Müşterinin ihtiyaç ve ürün/hizmete ilişkin erişilebilirlik, fiyat, ambalaj, sunum, kalite, performans, kullanılabilirlik konularındaki değerlendirmelerini alarak ürün/hizmet tutundurma çalışmalarıyla ilişkilendirir.
				F.5.2	Rakiplerin uyguladığı gösteriler, sergiler, yarışmalar, özel indirim, kampanya, promosyon, çekiliş vb. satış geliştirme faaliyetlerini izler.
				F.5.3	Yaptığı değerlendirme sonuçlarına göre gösteriler, sergiler, yarışmalar, özel indirim, kampanya, promosyon, çekiliş, çapraz satış vb. alternatif satış düzenlemeleri hakkında öneri geliştirir.
				F.5.4	Önerdiği satış geliştirme faaliyetlerinin maliyetini belirler.
				F.5.5	Önerdiği satış geliştirme faaliyetleri için işletme içindeki ilgili birimlerin görüş ve onayını alır.
				F.5.6	Onaylanan satış geliştirme faaliyetlerinin uygulanma sürecini takip ederek amire raporlar.
		F.6	Halkla ilişkiler ve duyurum faaliyetlerini yürütmek	F.6.1	Toplum için özel ve önemli günlerde sunulacak mesajların içeriği ve yayınlanacağı mecralar hakkında öneriler geliştirir.
				F.6.2	Bu mesajların belirlenen mecralarda yayınlanmasını takip eder.
				F.6.3	Potansiyel müşteri grupları ve iş ortaklarının olduğu toplantı, organizasyon, sempozyum gibi ortamlarda işletmesinin tanıtımını yapar.
				F.6.4	İşletmenin sosyal sorumluluk çalışmalarını yürütür/yürütülmesini sağlar.
				F.6.5	Halkla ilişkiler ve duyurum çalışmalarının reklam ajansı ile yapılması durumunda, ajansla yapılan sözleşmeyi yürütür.
		F.7	İşletmenin imaj/marka çalışmalarını desteklemek	F.7.1	İşletme imajının korunması ve sürdürülmesi için strateji önerileri geliştirir.
				F.7.2	Dış çevreden firma imajının algılanmasına ilişkin elde ettiği veriler ile geliştirdiği strateji önerilerini amire ve ilgili birimlere bildirir/raporlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
G	Ürün/hizmet dağıtım ağı ilişkilerini yürütmek (devamı var)	G.1	Ürün/hizmet dağıtım ağı (kanal, araçlar vb.) oluşturulmasına katkı vermek	G.1.1	Kanal türü, araçları, kanal kriterleri belirleme, seçme modellerini oluşturulmasına katkı verir.
				G.1.2	Kaç kademeli satış ağı kullanılması gerektiğine yönelik fizibilite raporu hazırlar/hazırlanmasını sağlar.
				G.1.3	İşletmenin belirlediği kriterlere uygun dağıtım ağı alternatiflerini değerlendirir.
				G.1.4	Dağıtım ağı araçları adaylarına ilişkin; referanslar, piyasadaki güvenilirlik durumu, finansal/mali güç, insan kaynağı ve altyapı gibi unsurlara ilişkin bilgileri inceler.
				G.1.5	Dağıtım ağı araçları referanslar, hukuki belgeler ve gerekli görülmesi durumunda alınan teminata ilişkin güvence belgelerini inceler.
				G.1.6	Yaptığı inceleme ve değerlendirmelere göre uygun dağıtım ağı araçlarını önerir.
				G.1.7	Dağıtım ağı araçlarına ilişkin dosyaların hazırlanmasına yönelik işlemleri yürütür.
				G.1.8	Ürün/hizmetlere ilişkin pazarlama stratejisi doğrultusunda dağıtım ağı araçlarının eğitimlerini koordine eder.
		G.2	Dağıtım ağı araçları ile yapılacak sözleşmenin hazırlanmasına destek vermek	G.2.1	Dağıtım ağı araçları ile imzalanacak sözleşme metnin hazırlanmasını sağlar.
				G.2.2	Hazırlanan sözleşme metnine ilgili birimlerin görüşünü alarak amirin onayına sunar.
				G.2.3	Onay aldığı sözleşmelerin dağıtım ağı araçları ile imzalanma sürecini takip eder.
		G.3	Ürün/hizmet dağıtım ağı araçları ilişkilerini koordine etmek	G.3.1	Dağıtım ağı araçları için dönemlik satış hedef ve kotaları ile satış stratejilerini oluşturur.
				G.3.2	Dağıtım ağı araçları ile ortaklaşa promosyon, kampanya vb. faaliyetleri yürütür/yürütülmesini sağlar.
				G.3.3	Dağıtım ağı araçlarının ihtiyaç, beklenti ve önerilerini belirlemek amacıyla periyodik olarak toplantı, yüz yüze görüşme vb. faaliyetleri yürütür/yürütülmesini sağlar...
				G.3.4	Belirlediği ihtiyaç/beklenti/önerileri amire raporlar.
				G.3.5	Dağıtım ağı araçlarını bilgilendirme süreci ve faaliyetlerini takip eder.
				G.3.6	Pazarlama stratejisinde yönetim tarafından gerekli görülen düzenlemeleri yapar.
				G.3.7	Dağıtım ağı araçları arasında çatışmaların meydana gelmesi ve/veya araçların performansının düşmesi durumunda uygulanacak düzeltici faaliyetleri belirler.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
G	Ürün/hizmet dağıtım ağı ilişkilerini yürütmek	G.4	Ürün/hizmet dağıtım ağında yer alan araçların performansını izlemek	G.4.1	Satış miktar ve tutarları, müşteri geri beslemeleri ve dış çevreden topladığı bilgilere (aracının rakip firmalarla ilişkisinin bulunup bulunmadığı, aracının sorumluluklarını tam olarak yerine getirip getirmediği vb.) göre periyodik olarak dağıtım ağı araçlarının performansına ilişkin verileri izler.
				G.4.2	Planlanan hedeflerin tutturulamaması durumlarında dağıtım ağı araçlarına ilişkin (toplantı, karşılıklı görüşme, yazışma vb. yöntemlerle) düzeltici faaliyetleri belirleyerek amire iletir.
				G.4.3	İlgili birimlerin işbirliğinde dağıtım ağı araçlarına ilişkin düzeltici, önleyici faaliyetlerin yürütülmesini koordine eder.
				G.4.4	Düzeltilici faaliyet uygulamalarını değerlendirerek sonuçlarını amire raporlar.
				G.4.5	Düzelme olmaması durumunda, amirin yönlendirmesine göre, dağıtım ağı araçlarının sözleşmesinin iptal işlemlerini yürütür.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
H	Müşteri ilişkileri yönetim sisteminin geliştirilmesine katkı vermek (devamı var)	H.1	Müşteri segmentlerinin belirlenmesine katkı vermek	H.1.1	Müşteri profilini/özelliklerini işletmenin pazarlama stratejilerine uygun değişkenleri/kriterleri kullanarak tanımlar.
				H.1.2	Tanımladığı müşteri profilini/özelliklerini veri tabanına girer/girilmesini sağlar.
				H.1.3	Veri tabanına girdiği müşteri profili/özelliklerinden; davranış, beklenti, alışkanlık, ihtiyaç, sosyo-ekonomik durum, cinsiyet, yaş vb. göre müşteri gruplarını tanımlar.
				H.1.4	Tanımladığı müşteri gruplarını amirin onayına sunar.
		H.2	Müşteri hizmetlerini geliştirmek	H.2.1	Müşteri ilişkileri sürecindeki satış öncesi, satış esnası ve satış sonrası aşamalarının belirlenmesine pazarlama stratejileri doğrultusunda destek verir.
				H.2.2	Müşteri hizmetleri sisteminin müşteri algı ve beklentilerine göre kalite standartları, politika ve prensiplerinin belirlenmesine destek verir.
				H.2.3	Müşteri memnuniyetine ilişkin yapılan araştırma sonuçlarını değerlendirerek ilgili işletme süreçlerine yansıtılmasını sağlar.
				H.2.4	İşletmenin ürün/hizmetlerinin müşteri ihtiyaçları çerçevesinde geliştirilmesi için müşterinin kendisini özel hissedeceği ürün/hizmet özellikleri/faydalarına ilişkin önerilerini amire iletir.
				H.2.5	Müşteriye erişimde kullanacağı iletişim araçlarını (haber bültenleri, elektronik postalar, sosyal ağ vb.) müşteri profilinde tanımlanan özellikleri dikkate alarak belirler.
		H.3	Müşteri hizmet stratejilerinin geliştirilmesine katkı vermek	H.3.1	Müşteri ile ilişkilerde; işletmeyi terk etmiş olan müşterileri geri kazanmak (win-back), sadık müşteri yaratmak (loyalty), yeni müşteri bulmak (prospecting), çapraz satış (cross selling) gibi) gibi stratejilerinin uygulama sonuçlarını değerlendirir.
				H.3.2	Müşteri profili/özelliklerine uygun olarak müşterilere yönelik uygulanabilecek kişisel ve kişiselleştirilmiş pazarlama programlarını geliştirerek amire iletir.
				H.3.3	Müşteri segmentlerine sunulacak hizmetlere ilişkin veritabanı oluşturur.
				H.3.4	Müşteri hizmetleri kapasite planlamasını yapar/yapılmasına destek verir.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
H	Müşteri ilişkileri yönetim sisteminin geliştirilmesine katkı vermek	H.4	Satış sonrası müşteri hizmetleri sürecinin geliştirilmesine katkı vermek	H.4.1	Pazarlama stratejisine uygun satış sonrası servis, garanti, iade, değişim vb. hizmet prosedürlerinin belirlenmesine destek verir.
				H.4.2	Satış sonrası hizmetlerde yaşanan olumsuzlukları firmanın ilgili birimlerine iletir.
				H.4.3	Satış sonrası hizmet süreci uygulamalarının sonuçlarından elde ettiği verileri değerlendirerek iyileştirme önerilerini amire iletir..
				H.4.4	Satış sonrası hizmet sürecinde elde ettiği verilere göre satış sonrası hizmetlerin yeniden düzenlenmesine katkıda bulunur.
				H.4.5	Yeniden düzenlenen satış sonrası hizmet süreci uygulamalarını değerlendirerek sonuçlarını amire raporlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
I	İşletmenin bütçeleme çalışmalarına katkı vermek	I.1	Pazarlama bütçesinin hazırlanmasına destek vermek	I.1.1	Geçmiş yılın pazarlama bütçesinin gerçekleşme durumunu pazarlama hedeflerinde belirlenen rakamlarla karşılaştırarak değerlendirir.
				I.1.2	Satış hedefleri çerçevesinde pazarlama ihtiyaçlarının belirlenmesine yönelik analiz çalışmalarını yaparak sonuçları amire raporlar.
				I.1.3	İhtiyaçlara göre bir sonraki dönemin pazarlama faaliyetleri hakkında önerilerde bulunur.
				I.1.4	Öneride bulunduğu faaliyetlere ilişkin hazırladığı bütçe taslağını amirin onayına sunar.
		I.2	İşletmenin genel bütçelemesine katkı vermek	I.2.1	Genel bütçe çalışmalarında kullanılmak üzere kendisinden talep edilen satış hedeflerine ilişkin tutar, miktar, cins vb. bilgileri hazırlar.
				I.2.2	Hazırladığı bilgileri firmanın formatına uygun olarak raporlayarak amire onaylatır.
		I.3	Pazarlama birimi ile ilgili planlanan bütçeyi uygulamak	I.3.1	Pazarlama birimi ile ilgili bütçe kullanımlarının belirlenen giderlere uygunluğunu takip eder.
				I.3.2	Bütçelenmiş ve/veya bütçelenmemiş harcamalar için gerekli onay işlemlerini yürütür/yürütülmesini sağlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
J	İş geliştirme ve verimlilik çalışmalarını yürütmek	J.1	Pazarlama süreçlerinde hedeflere ve ihtiyaca göre yeni iş modelleri geliştirilmesine katkı vermek	J.1.1	Pazarlama süreçlerinde hedeflere ve ihtiyaca göre yeni iş modelleri geliştirmek için, pazarlamanın performans, gerçekleşen bütçe ve kalite sonuçlarını değerlendirerek raporlar.
				J.1.2	Pazarlama birimi yeni operasyonları ve düzenlemelerinin süreç tasarımını, iş akışını ve yol haritasının oluşturulmasına katkı verir.
				J.1.3	Kendisinden talep edilmesi durumunda öngörülen operasyonların fizibilite çalışmasını yapar.
		J.2	İşletmenin ulusal ve uluslararası standartlara ilişkin yönetim sistemlerinin belgelendirilmesine katkı vermek	J.2.1	Değerlendirme sürecinde kalite birimince talep edilen hazırlıklar ile bilgi ve belgeleri sağlar.
				J.2.2	Pazarlama süreçlerinin yönetim sistemleri gereklerine göre yapılan uygulamalarının dokümanite edilmesini kontrol eder.
				J.2.3	Pazarlama süreçlerinin sistem gereklerine göre yapılan iç ve dış denetimler esnasında verilen görevleri yerine getirir.
		J.3	Ulusal ve uluslararası standartlara ilişkin yönetim sistemlerini pazarlama süreçlerinde uygulamak	J.3.1	Pazarlama süreçlerinde yönetim sistemleri gereklerine göre yapılan uygulamaların, talimatlarına uygun olarak yürütülmesi için gerekli işlemleri yapar.
				J.3.2	Pazarlama süreçlerinin yönetim sistemleri gereklerine göre yapılan uygulamalarının kayıt altına alınmasını kontrol eder.
				J.3.3	Süreçlerin uygulanabilirliğini denetler.
				J.3.4	Süreçlerin uygulanmasında karşılaşılan olumsuzlukları giderici iyileştirme önerilerinde bulunur.
		J.4	Sektördeki yenilik ve AR-GE çalışmalarını izlemek	J.4.1	Sektörel yenilikleri ve AR-GE çalışmalarını fuarlara, eğitimlere, bilimsel toplantılara katılarak izler.
				J.4.2	Bilgi iletişim teknolojileri ile diğer akademik/sektörel kaynaklardan, sektörel yenilikleri takip eder.
				J.4.3	İşletmede değerlendirilebilecek yenilikler hakkında ilgilileri bilgilendirerek, uygun olanları pazarlama süreçlerini geliştirmede ele alır.
		J.5	İş süreçlerinde kurumsal kaynak planlama sistemini (BT tabanlı) uygulamak	J.5.1	Pazarlama konularında kurumsal kaynak planlama sistemine ilişkin eğitimlere katılır.
				J.5.2	Pazarlama kurumsal kaynak planlama sistemini; pazarlamayla ilgili tüm süreçlerde, sistemin teknik özelliklerine ve yönergelerine göre pazarlama süreçlerinde planlama, takip ve kontrol işlemlerinde kullanır.
				J.5.3	Pazarlama ile ilgili kurumsal kaynak planlama sistemini birim personelinin kullanmasını sağlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
K	Pazarlama biriminde kendisine bağlı personeli yönetmek	K.1	Personelinin görev tanımlarının hazırlanmasına katkı vermek	K.1.1	İnsan kaynakları birimi ile birlikte iş süreçlerine göre kuruluşun organizasyon şemasının hazırlanmasına katkı verir.
				K.1.2	İş süreçlerine göre pazarlama birimi personelinin önerilerini de alarak mevcut görev tanımları, yetkinlikleri ve performans kriterleri hakkında önerilerde bulunur.
				K.1.3	Yapılan görev, yetkinlik ve performans kriterleri tanımları için insan kaynakları biriminden teyit alır.
		K.2	Personel ilişkilerini geliştirmek	K.2.1	Kuruluşun temel politikalarını personele aktarır/aktarılmasını sağlar.
				K.2.2	Kendisine bağlı personelin motivasyonunu destekler.
				K.2.3	Kendisine bağlı personelin iş süreçleri ve çalışma koşullarına ilişkin önerilerini alarak değerlendirir.
				K.2.4	Kendisine bağlı personelin görev disiplini geliştirmesini sağlar.
		K.3	Kendisine bağlı personelin performans değerlendirmesini yapmak	K.3.1	Personelin görevlerine ve iş dağılımına göre mesleki bilgi, beceri ve diğer mesleki niteliklerini (ekiple çalışma, zamanlama, hız, vb.) becerilerini değerlendirir.
				K.3.2	Personelin iş disiplini mesai saatlerine uyma, verilen görevleri yapma, iş süreçlerine uygun davranma, uygun kılık-kıyafet gibi işletme kurallarına uyma durumunu değerlendirir.
				K.3.3	Personelin verimliliğini hata/hatasızlık durumu, ürettiği iş miktarına ve niteliğine göre değerlendirir.
				K.3.4	Kendi yaptığı değerlendirmeleri, somut şekilde örnekleyerek ve verilerle destekleyerek performans formuna doldurur.
				K.3.5	Değerlendirme sonuçlarına ve ihtiyaca göre, personelin performansını artırıcı; ödül, terfi, ihtar, görev değişimi, eğitim talebi gibi önlemleri belirler.
				K.3.6	Belirlediği önlemlerden terfi, ihtar, görev değişimi ve işletme birimleri kapasitesiyle yapılabilecek eğitimlere ilişkin öneride bulunur.
				K.3.7	Değerlendirme sonuçları ile ödüllendirme ve işletme birimleri kapasitesiyle yapılamayacak eğitimlere ilişkin taleplerini amire ve/veya insan kaynakları birimine iletir.
		K.4	Personelin terfi ve ödül işlemlerinin yürütülmesini sağlamak	K.4.1	Performans değerlendirmesi sonuçlarına göre terfi edecek ve/veya ödüllendirilecek elemanları belirler.
				K.4.2	Terfi ve ödül için belirlenen elemanları amire ve/veya ilgili birime bildirir.
				K.4.3	Terfi eden personelin yeni görevine ve pozisyonuna oryantasyonuna ilişkin işlemleri yürütür.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
L	Mesleki gelişim çalışmalarını yürütmek	L.1	Pazarlama birimi personelinin eğitim planlama ve organizasyon çalışmalarını yürütmek	L.1.1	Birimde işe yeni başlayan personelin uyum ve tanıtım programlarından geçmelerini sağlar.
				L.1.2	Birim personelinin bilgi, beceri, mesleki tutum ve iş alışkanlıkları konularındaki eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesine, insan kaynakları biriminin yönlendirmesine göre katkıda bulunur.
				L.1.3	İnsan kaynakları birimince yapılan programa göre personelinin eğitimlere katılımını organize eder.
				L.1.4	İnsan kaynakları birimi ile birlikte alınan eğitimlerin belgelendirilmesini veya kayıt altına alınmasını sağlar
				L.1.5	Alınan eğitimin etkinliğine ilişkin değerlendirme yaparak insan kaynakları birimine geribildirimde bulunur.
		L.2	Birim personelinE hizmet içi eğitim vermek	L.2.1	Birim personeline yapılacak işlere ilişkin iş talimatlarını, bilgi ve deneyimlerini aktarır.
				L.2.2	Gerektiğinde işi uygulamalı olarak gösterir.
				L.2.3	Kendisinde mevcut olan dokümanları personeliyle paylaşır.
				L.2.4	Pazarlama personelinin yürüttüğü iş süreçlerinde gözleyerek gördüğü aksaklıkları düzeltir.
				L.2.5	İnsan kaynakları birimince yapılan organizasyona göre görev alacağı hizmet içi eğitimlerini; konu, katılımcı özellikleri ve ihtiyaçları, eğitim hedeflerine göre planlar.
				L.2.6	Birim personeline pazarlama konularında vereceği hizmet içi eğitimleri amaca uygun yöntemler kullanarak gerçekleştirir.
				L.2.7	Verdiği iş başı eğitimlerini uygun yöntem ve araçlarla değerlendirerek amire geri bildirimde bulunur.
		L.3	Bireysel mesleki gelişimini sağlamak	L.3.1	Kendisinin eğitim ihtiyaçlarına göre ilgili kuruluşlar tarafından pazarlama ve diğer ilgili konulara ilişkin düzenlenen eğitim programlarını izleyerek katılır.
				L.3.2	Meslek ve sektördeki gelişmeleri ilgili kaynaklardan izleyerek çalışmalarına yansıtır.
				L.3.3	Görevleriyle ilgili mevzuat ve norm değişikliklerini, işletmenin ilgili birimlerinden veya dış kaynakların yayınlarından izleyerek çalışmalarına yansıtır.
				L.3.4	Kişisel kariyer hedeflerine göre kısa ve uzun dönemli mesleki gelişimini planlayarak uygular.

3.2. Kullanılan Araç, Gereç ve Ekipman

1. Bilgisayar
2. Görüntüleme cihazları (Fotoğraf makinesi, kamera, projeksiyon cihazı)
3. Hesap makinesi
4. İletişim araçları (telefon, telsiz vb.)
5. Kaynak planlama yazılım sistemleri (Fiyatlandırma, MRP, ERP, vb.)
6. KKD (Sahada bulunduğunda; iş elbisesi, baret, maske, eldiven, gözlük, bone, vb.)
7. Ofis araç-gereçleri (makas, maket bıçağı, zımba vb.)
8. Ofis ekipmanları (fotokopi makinesi, faks, tarayıcı, vb.)
9. Ofis yazılımları
10. Sesli kayıt cihazları
11. Yangın ekipmanları

3.3. Bilgi ve Beceriler

1. Acil durum bilgisi
2. Analitik düşünme yeteneği
3. Araç, gereç ve ekipman bilgisi
4. Bilgisayar ve BİT okuryazarlığı (World, excell gibi ofis programları dâhil) becerileri
5. Çalışma ortamındaki tehlike işaretleri bilgisi
6. Çalıştığı sektör ile ilgili mevzuat ve normlara dair bilgi
7. Çalıştığı sektörde hizmet/üretim süreçleri ile standartlarına dair temel bilgi
8. Çalıştığı sektördeki hizmet/ürünlerin kalite kontrol ile son muayene ve deney uygulama yöntemleri ve süreçlerine dair temel bilgi
9. Çalıştığı sektördeki ürünler/hizmetler ve bunların özelliklerine ilişkin ileri seviyede bilgi
10. Çalıştığı sektörün hizmet/üretim ile ilgili temel teknik terimler bilgisi
11. Çevre koruma yöntemleri bilgisi
12. Dağıtım ağı yönetimi uygulamaları bilgi ve becerisi
13. Dış ticaret ve ihracat uygulamaları bilgi ve becerisi
14. Eğitim verme ve yöneticinin kariyer gelişimi uygulamaları bilgi ve becerisi
15. Ekip içinde çalışma becerisi
16. Etkili müzakere ve çatışma yönetimi bilgi ve becerisi
17. Etkili sorun çözme bilgi ve becerisi
18. Etkili zaman yönetimi becerisi
19. Etkin koordinasyon ve süreç yönetimi becerileri
20. Finansal ve iş piyasası verilerini okuma ve yorumlama bilgi ve becerisi
21. Fiyatlandırma, MRP, ERP, vb. işletme yazılım sistemlerini etkin kullanma bilgi ve becerileri
22. Gelişmiş dikkat ve konsantrasyon yeteneği
23. İleri düzeyde sözlü ve yazılı iletişim becerisi
24. İş Kanunu ve ilgili mevzuata dair temel bilgi
25. İş sağlığı ve güvenliği bilgisi
26. İş yeri çalışma prosedürleri bilgisi
27. İşletme hizmet/üretim süreçlerinde arşivleme uygulamalarında temel bilgi

28. İşletme hizmet/üretim süreçlerinde kalite ve yönetim sistemleri (iş ve süreç geliştirme dâhil) uygulamaları bilgi ve becerisi
29. Kayıt tutma ve raporlama bilgi ve becerisi
30. Pazarlama süreçleri bilgisi
31. Pazarlama süreçleri ile ilgili teknik terimler bilgisi
32. Pazarlamada reklam ve tanıtım uygulamaları bilgi ve becerisi
33. Pazarlamada süreç tasarımı ve planlama bilgi ve becerisi
34. Satış uygulamaları bilgi ve becerisi
35. Sayısal ve sayılarla düşünme yeteneği
36. Stratejik düşünme becerisi
37. Temel düzeyde maliyetlendirme ve bütçe uygulamaları bilgi ve becerisi
38. Temel düzeyde muhasebe bilgisi
39. Temel düzeyde veri okuma, yorumlama ve işleme uygulamaları bilgi ve becerisi
40. Ulusal ve uluslararası kalite standartları ve belgelendirme süreçlerine dair bilgi

3.4. Tutum ve Davranışlar

1. Bilgi, tecrübe ve yetkisi dahilinde karar vermek
2. Çalışma ortamında iş disiplini sağlamada doğru, etkili tutum ve davranışlara sahip olmak
3. Çalışma ortamında iş disiplinine sahip olmak
4. Çalışma zamanını iş emrine uygun şekilde etkili ve verimli kullanmak
5. Çalışmalarında planlı ve organize olmak
6. Çevre korumaya karşı duyarlı olmak
7. Çevre, kalite ve İSG mevzuatında yer alan düzenlemeleri benimsemek
8. İşyeri çalışma prensiplerine uymak
9. İşyeri menfaatlerini gözetmek
10. İşyerinde doğru kişilerden, zamanında ve doğru bilgi almak ve aktarmak
11. İşyerine ait araç, gereç ve malzemelerin kullanımına özen göstermek
12. Kaynakların verimli kullanılmasına özen göstermek
13. Mesleğine ilişkin konulara yönelik yaşam boyu öğrenmeyi gerçekleştirmek
14. Mesleğine ilişkin konularda astlarına doğrudan ve etkili geri beslemede bulunmak
15. Mesleğine ilişkin yeniliklere ve yeni fikirlere açık olmak ve astlarını yeniliğe teşvik etmek
16. Meslek etiğine uygun davranmak
17. Pazarlama süreçlerinde dikkatli gözlem ve analiz yapmak
18. Pazarlama süreçlerinde risklere karşı öngörülü ve hazırlıklı olmak
19. Pazarlama süreçlerinde satış, araçlar, yasal müeyyideler, piyasa koşulları ile süreç ve kalite olarak çok odaklı çalışmak
20. Pazarlama süreçlerinin yönetiminde hızlı ve pratik davranmak
21. Pazarlama süreçlerinin yönetiminde mali, hukuki ve iktisadi detaylara özen göstermek ve bu konulardaki kuralların uygulanmasında duyarlı olmak
22. Pazarlama süreçlerinin yönetiminde uyarı ve eleştirilere açık olmak
23. Pazarlama süreçlerinin yönetiminde, yetki sınırları içinde, etkili ve hızlı inisiyatif kullanmak
24. Problemleri eksiksiz olarak amirlerine aktarmak
25. Tehlike durumlarını dikkatle algılayıp ilgilileri bilgilendirmek
26. Temizlik, düzen ve işyeri tertibine özen göstermek
27. Yoğun iş temposunda ve stres altında etkili çalışmak

4.ÖLÇME, DEĞERLENDİRME VE BELGELENDİRME

Pazarlama Sorumlusu (Seviye 5) meslek standardını esas alan ulusal yeterliliklere göre belgelendirme amacıyla yapılacak ölçme ve değerlendirme, gerekli çalışma şartların sağlandığı ölçme ve değerlendirme merkezlerinde yazılı ve/veya sözlü teorik ve uygulamalı olarak gerçekleştirilecektir.

Ölçme ve değerlendirme yöntemi ile uygulama esasları bu meslek standardına göre hazırlanacak ulusal yeterliliklerde detaylandırılır. Ölçme ve değerlendirme ile belgelendirmeye ilişkin işlemler Mesleki Yeterlilik, Sınav ve Belgelendirme Yönetmeliği çerçevesinde yürütülür.

Ek: Meslek Standardı Hazırlama Sürecinde Görev Alanlar

1. Meslek Standardı Hazırlayan Kuruluşun Meslek Standardı Ekibi

Seçil DERELİ, Ankara Ticaret Odası Üye İlişkileri Müşavirliği-Proje Koordinatörü
Prof. Dr. İlhan SEZGİN, EDUSER Ltd. Şti.- Teknik Editör, Mesleki Teknik Eğitim Emekli Öğretim Üyesi
Aişe AKPINAR, EDUSER Ltd. Şti.-Meslek Standardı Çalışma Grubu Teknik Ekip Koordinatörü ve Moderatör
Hayrünnisa SALDIROĞLU, EDUSER Ltd. Şti., Meslek Standardı Hazırlama Çalıştay-DACUM Moderatörü, Eğitim ve Kariyer Danışmanı
Selcen AVCI , EDUSER Ltd. Şti., Meslek Standardı Hazırlama Çalıştay-DACUM Eş-Moderatörü ve Raportör
Ali ÇAKIROĞLU, EDUSER Ltd. Şti., Meslek Standardı Hazırlama Çalıştay-DACUM Eş-Moderatörü ve Raportör
Eyyüp ONAT, EDUSER Ltd. Şti., Meslek Standardı Hazırlama Çalıştay-DACUM Eş-Moderatörü ve Raportör

2. Meslek Standardı Hazırlanmasına Destek Veren Kişi, Kurum ve Kuruluşlar

Ankara Form Kağıt Sanayi Pazarlama ve Ticaret A.Ş.
Ayakkabı Dünyası – Akbacakoğlu Kundura Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Drogsan İlaçları Sanayi ve Ticaret A.Ş.
ERG İnşaat A.Ş.
Keys Danışmanlık ve Eğitim Ltd. Şti.
Murat Un Sanayi A.Ş.
Nurol Makine ve Sanayi A.Ş.
ORS – Ortadoğu Rulman Sanayi A.Ş.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği
Pimakine Otomotiv İnşaat Makine Pazarlama İhracat İthalat Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.
Üner Yapı İnşaat Taahhüt Yapım Sanayi ve Ticaret A.Ş.

3. Teknik Çalışma Grubu Üyeleri

B. Tekin TUĞAÇ, ASELSAN A.Ş.-Pazarlama Müdürü
Cem KÜÇÜKTEPEPINAR, Küçüktepepinar Eğitim ve Danışmanlık-Şirket Sahibi,
Cem TAŞDELER, ROKETSAN A.Ş.-Pazar Geliştirme Lideri
Derya Filiz DALGA, Düş Sokağı Medya Grup Danışmanlık Ticaret Ltd. Şti.-Genel Müdür
İlter MADENCAN, Madencan Çelik Profil Maline Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.-Genel Müdür
Mehmet ÖZGÜÇLÜ, ASELSAN A.Ş.-Pazarlama Uzman Yardımcısı
Mustafa ÖZTÜRK, Öz-Şanlı Turizm Taahhüt İnşaat Gıda Emlak Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.-Şirket Müdürü

Nurçin SÖNMEZ UZUNYOL, Antalya Kuyumculuk İnşaat Turizm Gıda Tarım Hayvancılık Sanayi ve Ticaret A.Ş.-Kurucu Yönetici

Özgür KÜRÜM, ASELSAN A.Ş.- Pazarlama Koordinatörü

Recep KESKİN, Oskar Pastaneleri Ticaret ve Sanayi Ltd. Şti.-Üretim ve Satın Alma Müdürü

Türkey İNANÇ, Alpin Sigorta ve Aracılık Hizmetleri A.Ş.-Şirket Sahibi

Yaşar ÜZÜMCÜ, Murat Un Sanayi A.Ş.-Satış ve Pazarlama Müdürü

Yusuf ÖZTÜRK, Özkul Karo İnşaat Maden Sanayi ve Ticaret A.Ş.-İthalat ve İhracat Müdürü

4. Görüş İstenen Kişi, Kurum ve Kuruluşlar

Acıbadem Sağlık Hizmetleri ve Ticaret A.Ş.

Afyon Üniversitesi Kocatepe Afyon MYO Pazarlama Bölümü

Aksigorta A.Ş.

Altınyıldız Mensucat ve Konfeksiyon Fabrikaları A.Ş.

Anadolu Üniversitesi Eskişehir MYO Pazarlama Bölümü

Anı Turizm A.Ş.

Ankara Aydınlikevler Ticaret Meslek Lisesi

Ankara Fatma Yaşar Önen Ticaret Meslek Lisesi

Ankara Sanayi Odası

Ankara Ticaret Meslek Lisesi

Ankara Yenimahalle Ticaret Meslek Lisesi

Aras Kargo Yurtiçi ve Yurtdışı Taşımacılık A.Ş.

Arçelik A.Ş.

Aroma Bursa Meyve Suları ve Gıda Sanayi A.Ş.

Asaş Ambalaj Baskı Sanayi ve Ticaret A.Ş.

ASELSAN Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Atasay Kuyumculuk Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Avea İletişim Hizmetleri A.Ş.

Balıkesir Sanayi Odası

Balıkesir Ticaret Odası

Balıkesir Üniversitesi Balıkesir MYO Pazarlama Bölümü

Başkent Üniversitesi Ankara Hastanesi

Baymak Makina Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Bilkent Üniversitesi Uygulamalı Teknoloji Ve İşletmecilik Yüksekokulu

Boğaziçi Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Uluslararası Ticaret Bölümü

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası

Bütünleşik Pazarlama ve İletişim Derneği (BPİDER)

CLUB JOLLY Turizm ve Ticaret Ltd. Şti.

Coca-Cola İçecek A.Ş.
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bayramiç MYO Pazarlama Bölümü
Dedeman Turizm Yatırımları A.Ş.
Denizbank A.Ş.
Denizli Sanayi Odası
Denizli Ticaret Odası
Devlet Personel Başkanlığı
Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu (DİSK)
Dimes Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Doğan Gazetecilik A.Ş.
Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği (DPİD)
Doğuş Çay ve Gıda Maddeleri Üretim Pazarlama İthalat İhracat A.Ş.
Dokuz Eylül Üniversitesi İzmir MYO Pazarlama Bölümü
Dünya Göz Hastanesi Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Eczacıbaşı-Baxter Hastane Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Ege Bölgesi Sanayi Odası
Ege Seramik Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Enternasyonal Hilton Otelleri A.Ş.
Erpiliç Entegre Tavukçuluk Üretim Pazarlama ve Ticaret Ltd. Şti.
Eti Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Ets Ersoy Turistik Servisleri A.Ş.
Feza Gazetecilik A.Ş. (Zaman Gazetesi)
Fırat Plastik Kauçuk Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Fine Otel Turizm İşletmeciliği A.Ş. (Rixos Oteller Grubu)
Ford Otomotiv Sanayi A.Ş.
Galeri Kristal Turizm İnşaat Pazarlama ve Ticaret A.Ş. (Crystal Hotels)
Gazi Üniversitesi İşletme Eğitimi Bölümü-Pazarlama Öğretmenliği
Gaziantep Sanayi Odası
Gaziantep Ticaret Odası
Goodyear Lastikleri T.A.Ş.
Gülâylar Uluslararası Kuyumculuk Mücevherat Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Güneş Ekspres Havacılık A.Ş. (Sun Express)
Güneş Sigorta A.Ş.
Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
Hakan Plastik Boru ve Profil Sanayi Ticaret A.Ş.
Hak-İş Konfederasyonu
HAVELSAN Hava Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.
İpek Kağıt Sanayi ve Ticaret A.Ş.
İstanbul Kağıthane İTO Ticaret Meslek Lisesi
İstanbul Kültür Üniversitesi İşletmecilik MYO Pazarlama Bölümü
İstanbul Sanayi Odası
İstanbul Ticaret Odası
İstanbul Ticaret Üniversitesi MYO Dış Ticaret Bölümü
İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Pazarlama Bölümü
İstanbul Üsküdar Ticaret Meslek Lisesi
İstikbal Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş.
İzmir Ekonomi Üniversitesi MYO Pazarlama Bölümü
İzmir Ticaret Odası
Karadeniz Teknik Üniversitesi Trabzon MYO Dış Ticaret Bölümü
Kocaeli Sanayi Odası
Kocaeli Ticaret Odası
Kocaeli Üniversitesi Kocaeli MYO Pazarlama Bölümü
Konya Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Pazarlama Bölümü
Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
Kütahya Porselen Sanayi A.Ş.
Lokman Hekim Engürüsağ Sağlık Turizm Eğitim Hizmetleri ve İnşaat Taahhüt A.Ş.
Mapfre Genel Sigorta A.Ş.
Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü
Mehmet Ali Büyükhanlı Ticaret Meslek Anadolu Ticaret Meslek Lisesi
Menderes Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Mercedes-Benz Türk A.Ş.
Merkez Gazete Dergi Basım Yayıncılık Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Mersin Ticaret ve Sanayi Odası
Mersin Üniversitesi Mersin MYO Pazarlama Bölümü
MNG Kargo Yurtiçi ve Yurtdışı Taşımacılık A.Ş.
Mopak Kağıt Karton Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Novartis Sağlık Gıda ve Tarım Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Oyak-Renault Otomotiv Fabrikaları A.Ş.
Pamukkale Turizm A.Ş.
Pazarlama Kamuoyu Araştırmacıları Derneği
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği (PPAD)
Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.
Polisan Boya ve Sanayi Ticaret A.Ş.

ROKETSAN Roket Sanayii ve Ticaret A.Ş.
Sabah Gazetesi Merkez Gazete Dergi Basım Yayıncılık Sanayi ve Ticaret A.Ş.
SALTUR Turizm İnşaat İthalat İhracat İmalat Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.
Sanovel İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş.
SETUR Seyahat Acenteleri Ltd. Şti.
Siemens Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Şeker Piliç ve Yem Sanayi Ticaret A.Ş.
T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı
T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi
T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
T.C. Milli Eğitim Bakanlığı
T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü
T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü
T.C. Başbakanlık Gümrük Müsteşarlığı
TOFAŞ Türk Otomotiv Fabrikası A.Ş.
Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.
Türk Hava Yolları A.O.
Türk Henkel Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Türk Pirelli Lastikleri A.Ş.
Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK)
Türkiye Garanti Bankası A.Ş.
Türkiye İhracatçılar Meclisi
Türkiye İstatistik Kurumu
Türkiye İş Kurumu İş ve Meslek Danışmanlığı Dairesi Başkanlığı
Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu (TÜRK-İŞ)
Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK)
Türkiye Kooperatif, Ticaret ve Büro İşçileri Sendikası
Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
Türkiye Personel Yönetimi Derneği
Türkiye Ticaret, Koop, Eğitim, Büro ve Güzel Sanatlar İşçileri Sendikası
Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Pazarlama Bölümü
Ulusoy Seyahat Nakliyat A.Ş.
Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş.
Ülker Bisküvi Sanayi A.Ş.
Varan Turizm Seyahat A.Ş.

Vestel Beyaz Eşya Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Vitra Karo Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Vodafone Telekomünikasyon A.Ş.

Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.

Yataş Yatak ve Yorgan Sanayi Ticaret A.Ş.

Yeşim Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Yıldız Teknik Üniversitesi MYO Pazarlama Bölümü

Yurtbay Seramik Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Yurtiçi Kargo Servisi A.Ş.

Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı

5. MYK Sektör Komitesi Üyeleri ve Uzmanlar

Musa BEŞPARMAK,	Başkan (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği)
Doç. Dr. Ünsal BAN,	Başkan Vekili (Yükseköğretim Kurulu)
Tayibe KAVAK,	Üye (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı)
Engin COŞKUNCA,	Üye (Milli Eğitim Bakanlığı)
Adnan BENLİ,	Üye (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı)
Fuat UYSAL,	Üye (Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu)
Jak ESKİNAZİ,	Üye (Türkiye İhracatçılar Meclisi)
Gürsel DOĞRU,	Üye (Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu)
Seyfullah ŞAHİN,	Üye (Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu)
Hilal DOĞRUÖZ ÖZER,	Üye (Mesleki Yeterlilik Kurumu)

6. MYK Yönetim Kurulu

Bayram AKBAŞ,	Başkan (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Temsilcisi)
Prof. Dr. Oğuz BORAT,	Başkan Vekili (Milli Eğitim Bakanlığı Temsilcisi)
Doç. Dr. Ömer AÇIKGÖZ,	Üye (Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Temsilcisi)
Prof. Dr. Yücel ALTUNBAŞAK,	Üye (Meslek Kuruluşları Temsilcisi)
Dr. Osman YILDIZ,	Üye (İşçi Sendikaları Konfederasyonları Temsilcisi)
Celal KOLOĞLU,	Üye (İşveren Sendikaları Konfederasyonu Temsilcisi)