



**ULUSAL MESLEK STANDARDI**

**PAZARLAMA ELEMANI  
SEVİYE 4**

**REFERANS KODU / 13UMS0364-4**

**RESMİ GAZETE TARİH-SAYI / 29/11/2013 - 28836 Mükerrer**

<b>Meslek:</b>	<b>PAZARLAMA ELEMANI</b>
<b>Seviye:</b>	<b>4<sup>I</sup></b>
<b>Referans Kodu:</b>	<b>13UMS0364-4</b>
<b>Standardı Hazırlayan Kuruluş(lar):</b>	<b>Ankara Ticaret Odası (ATO)</b>
<b>Standardı Doğrulayan Sektör Komitesi:</b>	<b>MYK Ticaret (Satış ve Pazarlama) Sektör Komitesi</b>
<b>MYK Yönetim Kurulu Onay Tarih/Sayı:</b>	<b>18/09/2013 Tarih ve 2013/75 Sayılı Karar</b>
<b>Resmî Gazete Tarih/Sayı:</b>	<b>29/11/2013 - 28836 Mükerrer</b>
<b>Revizyon No:</b>	<b>00</b>

<sup>I</sup> Mesleğin yeterlilik seviyesi, sekizli (8) seviye matrisinde seviye altı (4) olarak belirlenmiştir.

## TERİMLER, SİMGELER VE KISALTMALAR

**AR-GE:** Teknolojinin gelişmesini sağlayacak yeni bilgileri elde etmek veya mevcut bilgilerle yeni malzeme, ürün ve araçlar üretmek, bilgiye dayalı sistematik olarak yeni projeler üretebilmek, süreç ve hizmetler oluşturmak veya mevcut olanları geliştirmek amacı ile yapılan araştırma ve geliştirme çalışmalarını,

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

**BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ:** Belli bir pazarlama hedefine ulaşabilmek için birden fazla pazarlama iletişimi metodunun bir arada ve uyum içinde kullanılmasını,

**DAĞITIM AĞI ARACILARI/DAĞITIM KANALI ARACILARI/DAĞITIM KANALI ÜYELERİ:** Üretimi tamamlanmış ürünlerin fiziksel dağıtımını üstlenen, ürünlerin mülkiyet ve değer değişimine yardımcı olan kişi, kurum ve kuruluşları,

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

**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 indirimini,

**KADEMELİ SATIŞ:** Mal ya da hizmetlerin kişi, kurum, kuruluşlar aracılığıyla kişilerarası ilişkilere dayalı olarak dağıtımının ve satışının yapılmasını,

**KALİTATİF:** Pazarlama probleminin tanımlanmasında, ürünler hakkında hedef grubun duygu, düşünce ve davranış biçimlerini, eğilimlerini küçük örnek gruplarıyla derinlemesine inceleyen analiz yöntemini,

**KAMPANYALI SATIŞ:** Tüketiciyi özendirmek için belli sürelerde düzenlenen indirimli veya taksitli satışı,

**KANTİTATİF:** Pazarı ve pazardaki değişimleri (tüketiciler, rakipler, pazar verileri) sayısal olarak (statiksel) ölçme ve ölçümlemeye dayalı analiz yöntemini,

**KİŞİSEL SATIŞ:** Bir veya daha fazla potansiyel müşterileri bulmayı, iletişim kurmayı, yüz yüze satışı ikna ederek gerçekleştirmeyi, satışı sonuçlandırmayı ve izlemeyi,

**KKD:** Kişisel koruyucu donanımı,

**KONSEPT:** Ürün geliştirme döneminde hedef gruplardaki tüketicilerin istediği nitel ve nicel özellikleri, yaratacağı faydaların ve kullanım ortamlarının tanımlanmasını, kazandırılmasını,

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

**LANSMAN:** Yeni bir ürünün pazara girmesi (girişi) amacıyla yürütülen faaliyetler bütünü,

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

**MARKA DEĞERİ:** Marka sahibinin bir markanın kullanımından sağlayabileceği gelecekteki somut ya da soyut bütün finansal faydaların bugünkü değerini,

**MUADİL ÜRÜN:** Eşit, denk, eş değer ürünü,

**MÜŞTERİ PROFİLİ:** İşletmenin müşterilerine ait detaylı bilgileri,

**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 mal/hizmetlerin bulunması, fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtımının planlanması, yürütülmesi ve kontrol edilmesi sürecini,

**PAZARLAMA KARMASI:** Ürün (Product), Fiyat (Price), Dağıtım (Place), Tutundurma (Promotion) kavramlarından oluşan pazarlamanın "4P" 'sini,

**POP (SATIN ALMA NOKTASI):** Ürünün satışa sunulduğu perakende noktalarda, tüketicinin dikkatini çekmek, ürünü tanıtmak veya hatırlatmak amacıyla hazırlanan; poster, pankart, afiş, dön-kart, raf etiketi, deneme standı, teşhir üniteleri, vitrin için hazırlanmış üniteler ve buna benzer her türlü basılı malzemeleri,

**POS (SATIŞ NOKTASI):** Müşterinin bir mal veya hizmet karşılığında ödeme yaptığı, diğer bir deyişle bir perakende satış işleminin tamamlandığı noktayı,

**RİSK:** Gerçekleşmesi arzu edilmeyen bir olayın meydana gelme olasılığı ile sonuçlarının bileşimini,

**RİSK DEĞERLEMESİ:** İş yerinde var olan ya da dışarıdan gelebilecek tehlikelerin riske dönüşmesine yol açan faktörler ile tehlikelerden kaynaklanan risklerin analiz edilerek derecelendirilmesi ve kontrol tedbirlerinin kararlaştırılması amacıyla yapılması gereken çalışmaları,

**TEHLİKE:** İşyerinde var olan ya da dışarıdan gelebilecek, çalışanı veya işyerini etkileyebilecek zarar veya 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 iletişim ve dağıtım kanalları aracılığıyla yürütülen faaliyetler bütünü

ifade eder.

## İÇİNDEKİLER

<b>1. GİRİŞ</b> .....	<b>7</b>
<b>2. MESLEK TANITIMI</b> .....	<b>8</b>
<b>2.1. Meslek Tanımı</b> .....	<b>8</b>
<b>2.2. Mesleğin Uluslararası Sınıflandırma Sistemlerindeki Yeri</b> .....	<b>8</b>
<b>2.3. Sağlık, Güvenlik ve Çevre ile ilgili Düzenlemeler</b> .....	<b>8</b>
<b>2.4. Meslek ile İlgili Diğer Mevzuat</b> .....	<b>8</b>
<b>2.5. Çalışma Ortamı ve Koşulları</b> .....	<b>9</b>
<b>2.6. Mesleğe İlişkin Diğer Gereklilikler</b> .....	<b>9</b>
<b>3. MESLEK PROFİLİ</b> .....	<b>10</b>
<b>3.1. Görevler, İşlemler ve Başarım Ölçütleri</b> .....	<b>10</b>
<b>3.2. Kullanılan Araç, Gereç ve Ekipman</b> .....	<b>21</b>
<b>3.3. Bilgi ve Beceriler</b> .....	<b>21</b>
<b>3.4. Tutum ve Davranışlar</b> .....	<b>22</b>
<b>4. ÖLÇME, DEĞERLENDİRME VE BELGELENDİRME</b> .....	<b>23</b>

## 1. GİRİŞ

Pazarlama Elemanı (Seviye 4) ulusal meslek standardı 5544 sayılı Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) Kanunu ile anılan Kanun uyarınca çıkartılan 5/10/2007 tarihli ve 26664 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Ulusal Meslek Standartlarının Hazırlanması Hakkında Yönetmelik ve 27/11/2007 tarihli ve 26713 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 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 Elemanı (Seviye 4) 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 Elemanı (Seviye 4), birim yöneticisinin nezareti altında, iş sağlığı, güvenliği ve çevre ile ilgili önlemleri alarak kalite sistemleri çerçevesinde; iş organizasyonu yapan, pazarlama planının uygulanmasına, ürün geliştirme çalışmalarına, ürünün dağıtım ve satış geliştirme işlemlerine ve ürün tanıtımına katkı veren, müşteri ilişkilerini destekleyen ve mesleki gelişim faaliyetlerine katılan nitelikli kişidir.

### 2.2. Mesleğin Uluslararası Sınıflandırma Sistemlerindeki Yeri

**ISCO 08:** 3322 (Ticari satış temsilcileri)

### 2.3. Sağlık, Güvenlik ve Çevre ile ilgili Düzenlemeler

2872 sayılı Çevre Kanunu

4857 sayılı İş Kanunu

6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu

Binaların Yangından Korunması Hakkında Yönetmelik

İlk Yardım Yönetmeliği

İş Ekipmanlarının Kullanımında Sağlık ve Güvenlik Şartları Yönetmeliği

İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetleri Yönetmeliği

İşyeri Bina ve Eklentilerinde Alınacak Sağlık ve Güvenlik Önlemlerine İlişkin Yönetmelik

Kişisel Koruyucu Donanım Yönetmeliği

Kişisel Koruyucu Donanımların İşyerinde Kullanılması Hakkında Yönetmelik

Sağlık ve Güvenlik İşaretleri Yönetmeliği

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

474 sayılı Gümrük Giriş Tarife Cetveli Hakkında Kanun

488 sayılı Damga Vergisi Kanunu

492 sayılı Harçlar 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

4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu

5607 sayılı Kaçakçılıkla Mücadele Kanunu

5684 sayılı Sigortacılık Kanunu

5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu

6098 sayılı Türk Borçlar 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

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

## **2.5. Çalışma Ortamı ve Koşulları**

Pazarlama Elemanı (Seviye 4) her türlü mal ve hizmet üreten, dağıtımını yapan 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 Elemanı (Seviye 4), genellikle masa başında oturarak çalışır. Büro ortamında çoğunlukla oturarak çalışmadan kaynaklanan kas ve eklem sorunlarıyla karşılaşmanın yanı sıra duruş bozuklukları ve uzun süreli bilgisayar kullanımından kaynaklı göz bozuklukları riski olabilir.

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 kişisel koruyucu donanım kullanarak çalışabilirler. Mesleğin icrası esnasında iş sağlığı ve güvenliği önlemlerini gerektiren kaza ve yaralanma riskleri bulunmaktadır.

Pazarlama süreçlerinin yürütülmesi yoğun iş temposunda ve stres altında çalışabilmeyi ve süreçte ortaya çıkan güçlüklerin zamanında çözümlenmesi için esnek çalışma saatlerini gerekli kılar.

## **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 kalite, çevre, iş sağlığı ve güvenliği çalışmalarını desteklemek (devamı var)	A.1	Pazarlama biriminde İSG kurallarının uygulanmasına katkı vermek	A.1.1	Pazarlama birimi ofisinde, gereken ikaz ve yönlendirme levhalarını uygun şekilde asar.
				A.1.2	Pazarlama birimi ofisinde işletme talimatlarına göre yangın önlemlerini uygular.
				A.1.3	Üretim yapan işletmelerde ve üretim sahalarında prosedürlerle tanımlanmış kişisel İSG önlemlerini alır.
		A.2	Acil durum prosedürlerinin uygulanmasına iştirak etmek	A.2.1	Acil durum ekiplerinin çalışmalarına katılır.
				A.2.2	Acil durum tatbikatlarına yapılan planlamalara göre katılır.
				A.2.3	Birim acil tahliye kapılarını ve merdivenlerini işlevsel konumda bulundurur.
				A.2.4	Acil durum anında görevleri kapsamında müdahalelere iştirak eder.
				A.2.5	Aldığı eğitime göre gerekli durumda ilkyardım müdahalesinde bulunur.
		A.3	Pazarlama biriminde çevre güvenliği kurallarının uygulamasını desteklemek	A.3.1	Ürünün pazarlama süreçlerinde yasal düzenlemelerde belirtilen çevre güvenliği ölçütleri ve prosedürlerine dair işlemleri, işletme talimatlarına ve amirin yönlendirmesine göre uygular.
				A.3.2	Üründen kaynaklanan çevre güvenliği riski bulunması halinde riski önleyici çalışmaları yasal düzenlemelerde belirtilen çevre güvenliği ölçütlerine göre yürütür.
				A.3.3	Ofis atıklarını firmanın prosedürlerine göre imha eder.
				A.3.4	Ofis ekipmanlarını talimatlarına uygun şekilde kullanır.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
A	Pazarlama biriminde kalite, çevre, iş sağlığı ve güvenliği çalışmalarını desteklemek	A.4	İşletmenin yönetim sistemlerinin belgelendirilmesine yardım etmek	A.4.1	Belgelendirme sürecinde amiri tarafından talep edilen bilgi, belge hazırlama gibi ilgili hazırlıklara yönelik işlemleri yürütür.
				A.4.2	Pazarlama süreçlerinin yönetim sistemleri gereklerine göre yapılan uygulamalarının kayıtlarını tutar.
				A.4.3	Pazarlama süreçlerinin sistem gereklerine göre yapılan iç denetiminde verilen görevleri yerine getirir.
				A.4.4	Pazarlama süreçlerinin sistem gereklerine göre yapılan dış denetimlerinde, verilen göreve göre denetçilere nezaret eder.
		A.5	Kalite standartlarına ilişkin yönetim sistemlerinin pazarlama süreçlerinde uygulanmasına katkı vermek	A.5.1	Pazarlama süreçlerini işletmenin yönetim sistemleri talimatlarına uygun olarak yürütür.
				A.5.2	Pazarlama süreçleri uygulamalarının kayıtlarını yönetim sistemleri gereklerine göre tutar.
				A.5.3	Pazarlama sürecine ilişkin yapılan kalite denetimleri sonucunda, iyileştirme çalışmalarına ilişkin öneri geliştirir.
				A.5.4	Pazarlama sürecine ilişkin yapılan kalite denetimleri sonucunda, iyileştirme çalışmalarını verilen görevler çerçevesinde yürütür.
		A.6	BT tabanlı kurumsal kaynak planlama sistemlerini uygulamak	A.6.1	Pazarlamada BT tabanlı kurumsal kaynak planlama sisteminin kullanımına ilişkin eğitimlere işletmenin görevlendirmesine göre katılır.
				A.6.2	İşletme tarafından sağlanan BT tabanlı kurumsal kaynak planlama sistemini; pazarlama ile ilgili yürüttüğü işlemlerde, sistemin teknik özelliklerine ve yönergelerine göre kullanır.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
<b>B</b>	İş organizasyonu yapmak (devamı var)	<b>B.1</b>	İş programını hazırlamak	<b>B.1.1</b>	İşletmece belirlenen pazarlama planında yapması gereken işleri bir önceki iş programının gerçekleşme durumuna göre belirler.
				<b>B.1.2</b>	Rakip işletmelerin pazarlama faaliyetleri hakkında bilgi toplar.
				<b>B.1.3</b>	İşletmenin ilgili birimlerinden planlamaya dâhil edileceği ürün özellikleri, stok maliyeti gibi konularda analizler yaparak iş programının veri tabanını oluşturur.
				<b>B.1.4</b>	Satış biriminden pazarlaması yapılan ürünlere ilişkin gerçekleşen satışın son durumu, karşılaşılan sorunlar vb. hakkında bilgi toplayarak pazarlama aktivite planını hazırlar.
				<b>B.1.5</b>	Pazarlama planı takvimi ile yapacağı işleri ilişkilendirir.
				<b>B.1.6</b>	Hazırladığı iş programı hakkında amirini bilgilendirir.
		<b>B.2</b>	Birim içi düzenlenen toplantılara katılmak	<b>B.2.1</b>	Birim içinde katılacağı toplantının gündemine göre ilgili belge, doküman ve raporları hazırlar.
				<b>B.2.2</b>	Yürüttüğü faaliyetler hakkında birim elemanlarını bilgilendirir.
				<b>B.2.3</b>	Yürüttüğü faaliyetlerin iyileştirilmesine yönelik önerilerde bulunur.
				<b>B.2.4</b>	Toplantıda alınan kararları raporlayarak iş planına yansıtır.
		<b>B.3</b>	Pazarlama birimi için gerekli araç, gereç, malzeme, donanım ve hizmetler için talepte bulunmak	<b>B.3.1</b>	Pazarlama biriminin satış dâhil tüm aşamalarda ihtiyacı olan tanıtım malzemeleri, bilgilendirme formları, internet sitesi, e-posta sistemleri, sponsorluklar gibi araç, gereç, malzeme ve donanım gibi ihtiyaçlarını belirler.
				<b>B.3.2</b>	Belirlediği araç, gereç, malzeme ve donanım ihtiyaçlarının temin edilmesi hususunu amirin onayına sunar.
				<b>B.3.3</b>	Temin edilen araç, gereç, malzeme ve donanımın amaca uygunluğunu değerlendirerek sonuçları amire bildirir.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
B	İş organizasyonu yapmak	B.4	Pazarlama süreçlerine ilişkin kayıtları arşivlemek	B.4.1	Pazarlama süreçleri kayıtlarını işletmenin format ve arşiv modeline uygun bir şekilde kaydeder.
				B.4.2	Düzenlediği kayıtları kullanıma hazır şekilde arşivler.
				B.4.3	Arşivlediği kayıtların işletme prosedürüne ve yöntemine göre yedeklerini alır.
				B.4.4	İşletmenin güvenlik prosedürlerine uygun olarak arşiv güvenlik önlemlerini alır.
		B.5	Fuar, sergi, konferans, seminer vb. etkinliklerin yürütülmesine destek vermek	B.5.1	İşletmenin dahil olduğu sektördeki fuar, sergi, konferans, eğitim, seminer vb. etkinlikleri takip eder.
				B.5.2	İşletmenin katılacağı etkinliklere zamanında başvurma ve katılım işlemlerini yürütür.
				B.5.3	Etkinliklerin yapılacağı yerdeki stant ve sergilenecek ürünleri, tanzim teşhir tekniklerine uygun biçimde marka değerine göre yaratıcı bir şekilde yerleştirir.
				B.5.4	Etkinliğe katılım sonrası gerçekleşen faaliyetleri ve elde edilen kazanımları amire raporlar.
				B.5.5	Etkinlik esnasında tespit edilen potansiyel müşteri ilişkileri ve iş olanakları hakkında amiri bilgilendirir.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
C	Pazarlama planının uygulanmasına katkı vermek	C.1	Mevcut durum analizi için veri toplamak	C.1.1	Firmanın ürün kategorisine göre geçmiş döneme ilişkin satış, pazar payı, müşteri portföyü, ürün portföyü ile pazar ve pazar konumu değişiklikleri, pazarlama etkinlikleri gibi sorumluluk alanı içerisindeki verileri toplar.
				C.1.2	Firmanın geçmiş dönemlerine ilişkin topladığı verileri işletme formatında uygun bir şekilde raporlayarak amirine iletir.
		C.2	Pazarlama bilgi sisteminin oluşturulmasına katkı vermek	C.2.1	İşletmenin talepleri doğrultusunda pazar ve pazarlama araştırmalarını yapar.
				C.2.2	Müşteri bilgilerini işletme tarafından belirlenen yöntemlerle toplar.
				C.2.3	Ürüne bağlı olarak tüketici segmentleri (grupları) oluşturur.
				C.2.4	Elde edilen bilgileri veri tabanında toplayıp pazarlama süreçlerindeki ihtiyaçlara göre dönemsel raporlar hazırlayarak amirine sunar.
		C.3	Pazarlama karması yönetim çalışmaları için veri toplamak	C.3.1	Ürüne ilişkin işletme tarafından belirlenen dönemsel fiyatlandırma, iskonto ve kampanyaların satışları artırmadaki etkinliğini inceler.
				C.3.2	İşletme tarafından dönemsel olarak planlanmış ürün tutundurma faaliyetlerinin sonuçlarını inceleyerek tutundurma stratejilerinin rekabetçilik düzeyinin geliştirilmesine yönelik önerilerde bulunur.
				C.3.3	Dağıtım ağı (kanallar, araçlar, lojistik vb.) için yapılmış uzun dönemli planlar hakkında aldığı bilgileri kullanarak karlı ve yenilikçi dağıtım kanallarının oluşturulması için önerilerde bulunur.
				C.3.4	İşletmenin pazarlama bütçesi ile faaliyet planlarında yer alan harcama kalemleri ile pazarlama bütçesinde gerçekleştirilen harcamaları sistematik bir biçimde karşılaştırır.
				C.3.5	Pazarlama karmasına ilişkin topladığı bilgileri, pazarlama ve satış hedefleri ile tutarlı bir biçimde yıllık pazarlama aksiyonlarına dönüştürerek iş planına yansıtır.
		C.4	Pazarlama karması planlamasının izlenmesine katkı vermek	C.4.1	Pazarlama karması planlamasının, belirlenen performans göstergelerine göre zaman, harcama, satış, müşteri sayısı, vb. unsurlar açısından etkinliği, etkililiği ve verimliliğine ilişkin verileri toplar.
				C.4.2	Pazarlama karması planlamasına ilişkin topladığı verileri, belirlenen performans göstergelerine göre değerlendirerek hazırladığı raporu amirine sunar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
D	Ürün geliştirme çalışmalarına katkı vermek (devamı var)	D.1	Ürün geliştirme çalışmaları için gereken verileri toplamak	D.1.1	Ürünün nitelik ve özelliklerine göre müşteriye sunduğu faydaları belirler.
				D.1.2	Piyasadaki benzer ürünlerin nitelik ve özelliklerine ilişkin bilgi toplar.
				D.1.3	Piyasaya sunulacak yeni ürünlere ilişkin ürün yaşam dönemlerindeki uygulamaların sonuçlarını raporlar.
				D.1.4	Ürünlere ilişkin müşteri geri bildirimleri, ihtiyaçları, beklentileri ve alguları ile pazarlama bilgi sistemindeki verileri kullanarak hazırladığı raporu amirine sunar.
				D.1.5	İşletmenin pazarlama planının etkinliğini arttırmak ve hata riskini azaltmak için ihtiyaç duyduğu; piyasa koşulları ve rakiplere ilişkin işletme içi ve işletme dışı bilgi kaynaklarından elde ettiği verileri amirine iletir.
		D.2	Ürün markalaşma çalışmalarına katkı vermek	D.2.1	Piyasaya sunulacak yeni ürünlerin lansmanına yönelik müşteri nezdinde ürün testleri veya hizmet pilot uygulamaları yapar.
				D.2.2	Markanın pazarda tanıtımı ve tutundurması çalışmalarını izler.
				D.2.3	Ürün testleri ve hizmet pilot uygulamaları ile diğer tutundurma faaliyetlerine ilişkin izleme sonuçlarından elde ettiği bilgileri değerlendirerek amirine raporlar.
		D.3	Ürüne yönelik piyasa araştırması yapmak	D.3.1	Piyasadaki aynı/benzer ürünlerin satış fiyatı, üretici firma ve ürünün konumu, marka değeri, müşteri potansiyeli vb. konularda bilgi toplar.
				D.3.2	Piyasadaki aynı/benzer ürünlere dair ödeme şekli ve koşullarına (nakit, vadeli, vb) ilişkin verileri toplar.
				D.3.3	Piyasadaki aynı/benzer ürünlere dair indirim/iskonto oranları ile dönemler/ kampanyalara ilişkin bilgileri toplar.
				D.3.4	Piyasadan edindiği; aynı/benzer ürünler, satış fiyatları, müşteriler, rakipler vb konularla ilgili kantitatif ve kalitatif bilgileri periyodik olarak (dönemsel) amirine raporlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
<b>D</b>	Ürün geliştirme çalışmalarına katkı vermek (devamı var)	<b>D.4</b>	Ürün tutundurma çalışmalarına katkı vermek	<b>D.4.1</b>	Çeşitli satış kanallarından hedef müşteri kitlesinin firmaya bakış açıları, beklentileri ve talepleri ile ilgili bilgileri alır.
				<b>D.4.2</b>	Dış çevreden rakiplerin ürünlerini hangi kanal ve medya aracılığı ile teşhir ettiğini belirleyerek müşterilerin, rakipler ve geçmiş reklam çalışmalarına ilişkin görüşlerini alır.
				<b>D.4.3</b>	Satış promosyonlarına ilişkin sektör ve rakiplerce kullanılan yöntemleri gözlem ve saha araştırmalarıyla belirler.
				<b>D.4.4</b>	Kendisine bildirilen müşteri profiline uygun pazarlama strateji ve yöntemleri hakkında öneriler geliştirir.
				<b>D.4.5</b>	Doğrudan pazarlama ile kitlesel iletişim araçları dışındaki mecraları kullanarak pazarlama iletişim çalışmalarını; hedef kitle ile marka arasında ilişki kuran, bağlılık yaratan, satın almaya teşvik eden, interaktif, somut, davetkâr, katılımcı ve sonuçları ölçülebilen bir biçimde uygular.
				<b>D.4.6</b>	Reklam çalışmalarına ilişkin yapılan periyodik distribütör, toptancı, perakendeci görüşleri ve müşteri anketleri vb. yöntemler ile reklam faaliyetlerinin etkililiğine ilişkin görüş ve öneriler oluşturur.
				<b>D.4.7</b>	Ürün tutundurma çalışmalarına yönelik iç ve dış çevreden, sosyal medyadan elde ettiği olumlu/olumsuz görüşleri amirine raporlar.



Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
D	Ürün geliştirme çalışmalarına katkı vermek	D.5	Satış geliştirme faaliyetlerinin düzenlenmesine katkı vermek	D.5.1	Müşteri ihtiyaçları ve ürüne ilişkin değerlendirmeler hakkında bilgi toplar.
				D.5.2	Rakiplerin uyguladığı; gösteriler, sergiler, yarışmalar, özel indirim, promosyon, çekiliş vb. satış geliştirme faaliyetlerine ilişkin verileri toplar.
				D.5.3	Topladığı verileri kullanarak gösteriler, sergiler, yarışmalar, özel indirim, promosyon, çekiliş, çapraz satış vb. alternatif satış düzenlemeleri hakkında öneriler geliştirerek amirinin görüşüne sunar.
		D.6	İşletme/marka imajının geliştirilmesi ve itibarının artırılması çalışmalarına katkı vermek	D.6.1	İşletme imajı ve itibarının korunması ve sürdürülmesi için gerekli stratejileri pazarlama çalışmalarına yansıtır.
				D.6.2	Dış çevreyi sürekli izleyerek işletmenin imajı ve itibarına zarar verecek tehdit olup olmadığını araştırır.
				D.6.3	Dış çevreden firma imajı ve itibarına yönelik olarak algılamalara ilişkin elde ettiği verileri amirine raporlar.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
E	Ürün dağıtım ağı ilişkilerinin yürütülmesine katkı vermek	E.1	Dağıtım ağı aracılara ilişkin bilgi toplamak	E.1.1	İşletme tarafından belirlenen dağıtım ağı etkinliğine ilişkin diğer departmanlardan bilgi toplar.
				E.1.2	Dağıtım ağı aracısı adaylarına ilişkin referans, piyasadaki güvenilirlik durumu, finansal/mali güç, insan kaynağı ve altyapı gibi unsurlara ilişkin bilgileri toplar.
				E.1.3	Dağıtım ağı aracılarında referanslar, hukuki belgeler ve gerekli görülmesi durumunda alınan teminatlarla ilişkin güvence belgelerini temin eder.
				E.1.4	Topladığı bilgi ve belgeleri amirine sunar.
		E.2	Ürün dağıtım ağı aracıları ile ilişkileri yürütmek	E.2.1	Dağıtım ağı aracılara işletme tarafından belirlenen dönemlik satış hedefi ve stratejilerini aktarır.
				E.2.2	Dağıtım ağı aracılarında düzenlenmesi planlanan promosyon, kampanya vb. faaliyetler hakkında amirini bilgilendirir.
				E.2.3	Dağıtım ağı aracılarının ihtiyaç, beklenti ve önerilerini belirlemek amacıyla periyodik olarak toplantı, yüz yüze görüşme vb. faaliyetlere katılır.
				E.2.4	Pazarda etkinlik ve/veya karlılık düştüğünde farklı kanallardan ihtiyaç/beklenti/önerileri belirleyerek amirine raporlar.
				E.2.5	Dağıtım ağı aracıları arasında çatışmaların meydana gelmesi ve/veya aracılarda performansının düşmesi durumunda işletme tarafından belirlenen düzeltici faaliyetleri yürütür.
		E.3	Ürün dağıtım ağında yer alan aracılarda performansının değerlendirilmesine katkı vermek	E.3.1	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 bilgisi vb.) göre periyodik olarak dağıtım ağı aracılarının performansına ilişkin verileri toplar.
				E.3.2	Planlanan hedeflerin tutturulamaması durumunda dağıtım ağı aracılara ilişkin (toplantı, karşılıklı görüşme, yazışma vb. yöntemlerle) düzeltici faaliyet önerilerini amirine iletir.
				E.3.3	İlgili birimlerin işbirliğinde dağıtım ağı aracılara ilişkin düzeltici faaliyetleri yürütür.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
F	Müşteri ilişkilerinin geliştirilmesine katkı vermek	F.1	Müşteriyi tanımlayıcı verileri toplamak	F.1.1	İşletmenin pazarlama stratejisine göre tanımlanan müşteri profiline ilişkin satış elemanları ve müşteri araştırma/anketlerinden topladığı verileri bilgiye dönüştürerek pazarlama araçları için kullanır.
				F.1.2	Tanımlanan müşteri profiline ilişkin topladığı verileri belirlenmiş segmentlere uygun olarak müşteri ilişkileri yönetimi sistemi veri tabanına kaydeder.
				F.1.3	Veri tabanına girdiği müşteri profili/özelliklerinden müşterinin tüketim ya da endüstriyel pazarda faaliyet göstermesine göre beklenti, ihtiyaç, memnuniyet, şikayet vb. bilgileri raporlayarak amirine iletir.
		F.2	Müşteri hizmetlerinin geliştirilmesine katkı vermek	F.2.1	Müşteri memnuniyetine ilişkin işletme tarafından belirlenen yöntemlere uygun olarak araştırmalar yapar.
				F.2.2	Müşterinin kendisini özel hissedeceği ürün özellikleri ve faydalarına ilişkin bilgileri ve önerilerini ilgili departmanlara aktararak ürünlerin müşteri ihtiyaçları çerçevesinde geliştirilmesi çalışmalarına katılır.
				F.2.3	İşletme tarafından belirlenen müşteri ilişkileri sürecindeki satış öncesi, satış esnası ve satış sonrası aşamalara ilişkin belirlenen pazarlama stratejileri ve müşteri profili/özelliklerine ilişkin elde ettiği verilerden yararlanarak müşterilere yönelik geliştirilebilecek kişisel ve kişiselleştirilmiş pazarlama programları için önerilerde bulunur.
				F.2.4	Müşteriye erişimde kullanacağı iletişim araçlarının (haber bültenleri, elektronik postalar, sosyal ağ vb. ) her birinin önem derecesini (etkinlik/maliyet) belirleyerek pazarlama planlamasında kullanılmak üzere amire raporlar
		F.3	Satış sonrası müşteri hizmetlerinin geliştirilmesine katkı vermek	F.3.1	Satış sonrası hizmet sürecinde belirlediği müşteri memnuniyetsizliğine ilişkin verileri şikâyet yönetimine katkı sağlaması amacıyla değerlendirir.
				F.3.2	Satış sonrası hizmetlerde yaşanan olumsuzlukları firmanın ilgili pazarlama ve müşteri ilişkileri birimlerine raporlayarak iletir.
				F.3.3	Satış sonrası hizmet sürecinde elde ettiği verilere göre satış sonrası hizmetlerin yeniden düzenlenmesi çalışmalarına katılır.

Görevler		İşlemler		Başarım Ölçütleri	
Kod	Adı	Kod	Adı	Kod	Açıklama
G	Mesleki gelişim faaliyetlerine katılmak	G.1	Bireysel mesleki gelişimini sağlamak	G.1.1	Eğitim ihtiyaçlarına göre ilgili birim veya kuruluşlar tarafından pazarlama ve ilgili diğer konulara ilişkin düzenlenen eğitim programlarını izleyerek katılım sağlar.
				G.1.2	Meslek ve sektördeki gelişmeleri ilgili kaynaklardan izleyerek çalışmalarına yansıtır.
				G.1.3	Görevleriyle ilgili mevzuat ve norm değişikliklerini işletmenin ilgili birimlerinden veya dış kaynakların yayınlarından izleyerek yürüttüğü işlemlere yansıtır.
				G.1.4	Kişisel kariyer hedeflerine göre kısa ve uzun dönemli mesleki gelişimini planlayarak uygular.
		G.2	Ekip arkadaşlarına mesleki eğitimler vermek	G.2.1	Ekip arkadaşlarına gerektiğinde işi uygulamalı olarak gösterir.
				G.2.2	Mevcut dokümanları meslektaşlarıyla paylaşır.
		G.3	Sektördeki yenilik ve AR-GE çalışmalarını izlemek	G.3.1	Sektörel yenilikleri ve AR-GE çalışmalarını izlemek amacıyla fuarlara, eğitimlere, bilimsel toplantılara katılır.
				G.3.2	Bilgi iletişim teknolojileri, sosyal medya ile diğer akademik ve sektörel kaynaklardan, sektörel yenilikleri takip eder.
				G.3.3	İşletmede değerlendirilebilecek yenilikler hakkında ilgilileri bilgilendirir.

### 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 (faturalandırma, sevkiyat, araştırma, müşteri veri tabanı, fiyatlandırma, MRP, ERP vb.)
6. KKD (Sahada bulunduğu; iş elbisesi, baret, maske, eldiven, gözlük, bone, vb.)
7. Ofis araç ve gereçleri (makas, maket bıçağı, zımba vb.)
8. Ofis ekipmanları (fotokopi makinesi, faks, tarayıcı vb.)
9. Ofis yazılımları
10. Satış kiti (el terminali, POP malzemesi ve POS cihazı, tanıtım CD'si, broşür, katalog, numune, fatura, seyahat/iş programı vb.)
11. Sesli kayıt cihazları
12. Ticari belgeler (irsaliye, fatura, psf, sipariş formu vb.)
13. Yangın ekipmanları

### 3.3.Bilgi ve Beceriler

1. Acil durum bilgisi
2. Araç, gereç ve ekipman bilgisi ve kullanma becerisi
3. Araştırma, analiz ve değerlendirme bilgi ve becerisi
4. Bilgisayar ve BT okuryazarlığı (ofis programları dahil) ve sosyal medyayı kullanma bilgi ve becerisi
5. Çalıştığı sektör ile ilgili mevzuat ve normlara dair bilgi
6. Çalıştığı sektörde üretim süreçleri ile standartlarına dair temel bilgi
7. Çalıştığı sektördeki ürünler ve bunların özelliklerine ilişkin bilgi
8. Çevre koruma yöntemleri bilgisi
9. Dağıtım ağı uygulama bilgisi
10. Dikkat ve konsantrasyon becerisi
11. Doğrulama ve kıyaslama bilgi ve becerisi
12. Ekip içinde çalışma becerisi
13. Empati yapma becerisi
14. Fiyatlandırma, MRP, ERP vb. işletme yazılımlarını kullanma bilgi ve becerisi
15. İş sağlığı ve güvenliği bilgisi
16. İşyeri çalışma prosedürleri bilgisi
17. Kalite yönetim sistemlerine dair temel uygulama bilgi ve becerisi
18. Kayıt tutma ve raporlama bilgi ve becerisi
19. Müşteriler, tüketiciler ve çalışanları ikna becerisi
20. Pazarlama süreçleri bilgisi
21. Pazarlama süreçleri ile ilgili teknik terimler bilgisi
22. Sayısal ve sayılarla düşünme becerisi
23. Sorun çözme bilgi ve becerisi
24. Sözleşme hazırlama bilgi ve becerisi

25. Sözlü ve yazılı iletişim ve sosyal etkileşim becerisi
26. Temel düzeyde çalıştığı sektördeki ürünlerin kalite kontrol ile son muayene ve deney uygulama yöntemleri ve süreçleri bilgisi
27. Temel düzeyde işletme ürün üretim süreçlerinde arşivleme uygulamaları bilgisi
28. Temel düzeyde muhasebe bilgisi
29. Temel düzeyde pazarlamada reklam ve tanıtım uygulamaları bilgi ve becerisi
30. Temel düzeyde satış uygulamaları bilgi ve becerisi
31. Temel düzeyde ticari hukuk bilgisi
32. Temel düzeyde ticari ve mali mevzuata ilişkin bilgi
33. Temel düzeyde veri okuma ve yorumlama uygulamaları bilgi ve becerisi
34. Ticari ve mali belgelere ilişkin bilgi
35. Tüketici hakları bilgisi
36. Yabancı dil bilgisi (dış pazarlama ve ihracat yapan işletmeler için)
37. Zaman yönetimi becerisi

### **3.4. Tutum ve Davranışlar**

1. Bilgi, tecrübe ve yetkisi dâhilinde karar vermek
2. Çalışma ortamında iş disiplini sağlamada doğru, etkili tutum ve davranışlara sahip olmak
3. Çalışma zamanını iş emrine uygun şekilde etkili ve verimli kullanmak
4. Çalışmalarında planlı ve organize olmak
5. Çevre korumaya karşı duyarlı olmak
6. Çevre, kalite ve İSG mevzuatında yer alan düzenlemeleri benimsemek
7. İşyeri çalışma prensiplerine uymak
8. İşyerinde doğru kişilerden, zamanında ve doğru bilgi almak ve aktarmak
9. İşyerine ait araç, gereç ve malzemelerin kullanımına özen göstermek
10. Kaynakların verimli kullanılmasına özen göstermek
11. Mesleğine ilişkin konulara yönelik hayat boyu öğrenmeyi gerçekleştirmek
12. Mesleğine ilişkin konularda paylaşımcı olmak
13. Mesleğine ilişkin yeniliklere ve yeni fikirlere açık olmak
14. Meslek etiğine uygun davranmak
15. Pazarlama süreçlerinde müşteri odaklı olmak
16. Pazarlama süreçlerinde risklere karşı öngörülü ve hazırlıklı olmak
17. Pazarlama süreçlerinde satış, araçlar, yasal müeyyideler, piyasa koşulları ile süreç ve kalite olarak çok odaklı çalışmak
18. Pazarlama süreçlerinin yürütülmesinde hızlı ve pratik davranmak
19. Problemleri eksiksiz olarak amirlerine aktarmak
20. Sorumluluğu dâhilindeki iş ve işlemlerde insiyatif almak
21. Tehlike durumlarını dikkatle algılayıp ilgilileri bilgilendirmek
22. Temizlik, düzen ve işyeri tertibine özen göstermek

#### **4. ÖLÇME, DEĞERLENDİRME VE BELGELENDİRME**

Pazarlama Elemanı (Seviye 4) meslek standardını esas alan ulusal yeterliliklere göre belgelendirme amacıyla yapılacak ölçme ve değerlendirme, gerekli 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 30/12/2008 tarihli ve 27096 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 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**

Ali ZELZELE -Dükkan Ajans-Şirket Sahibi,

A. Yasir KILIÇASLAN, Kardelen Boya ve Kimya Sanayi Ticaret Ltd. Şti.-Satış Temsilcisi,

Cem KÜÇÜKTEPEPINAR, Küçüktepepinar Eğitim ve Danışmanlık-Şirket Sahibi,

Duran DURAN, YAP-SAN İnşaat Dekorasyon Turizm Emlak Reklam ve Bilişim Sigorta Acenteliği İthalat ve İhracat Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.-Muhasebe Sorumlusu,

Necla ŞAHİN CARLAK, Hurmatat-Rast Grup Ltd. Şti.-Satış Koordinatörü,

Nermin ZELZELE, Dükkan Ajans-Pazarlama Sorumlusu,

Oya BAŞARSLAN, Nusrat İnşaat Turizm Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.-Fabrika Müdürü,

Ömer TAŞDEMİR, Perdecı Ömer-Şirket Sahibi,



Serkan UZUN, ÜNTES Isıtma Klima Soğutma Sanayi ve Ticaret A.Ş.-Genel Müdür Yardımcısı,  
Soner KUNAR, Tunç Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Ticaret ve Sanayi Ltd. Şti.-Pazarlama Sorumlusu,

Türkey İNANÇ, Alpin Sigorta Aracılık Hizmetleri Ltd. Şti.-Şirket Sahibi.

#### **4. Görüş İstenen Kişi, Kurum ve Kuruluşlar**

Acıbadem Sağlık Hizmetleri ve Ticaret A.Ş.

Afyon Üniversitesi Kocatepe Afyon MYO Pazarlama Bölümü

Aksigorta A.Ş.

Altınıyıldız 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

CLUB JOLLY Turizm ve Ticaret Ltd. Şti.

Coca-Cola İçecek A.Ş.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bayramiç MYO Pazarlama Bölümü

Denizbank A.Ş.

Denizli Sanayi Odası

Denizli Ticaret Odası  
Devlet Personel Başkanlığı  
Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu  
Dimes Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.  
Doğan Gazetecilik A.Ş.  
Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği  
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.  
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.  
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.  
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  
Türkiye Garanti Bankası A.Ş.  
Türkiye İhracatçılar Meclisi  
Türkiye İstatistik Kurumu  
Türkiye İş Kurumu İş ve Meslek Danışmanlığı Dairesi Başkanlığı  
Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu  
Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu  
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  
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.  
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)
Fatma GÖKMEN,	Sektör Komitesi Temsilcisi (Özürlü ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü)

## 6. MYK Yönetim Kurulu

Bayram AKBAŞ,	Başkan (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Temsilcisi)
Doç. Dr. Ömer AÇIKGÖZ,	Başkan Vekili (Milli Eğitim Bakanlığı Temsilcisi)
Prof. Dr. Mahmut ÖZER,	Üye (Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Temsilcisi)
Bendevi PALANDÖKEN,	Üye (Meslek Kuruluşları Temsilcisi)
Dr. Osman YILDIZ,	Üye (İşçi Sendikaları Konfederasyonları Temsilcisi)
Mustafa DEMİR,	Üye (İşveren Sendikaları Konfederasyonu Temsilcisi)