



PAZARLAMA ELEMANI

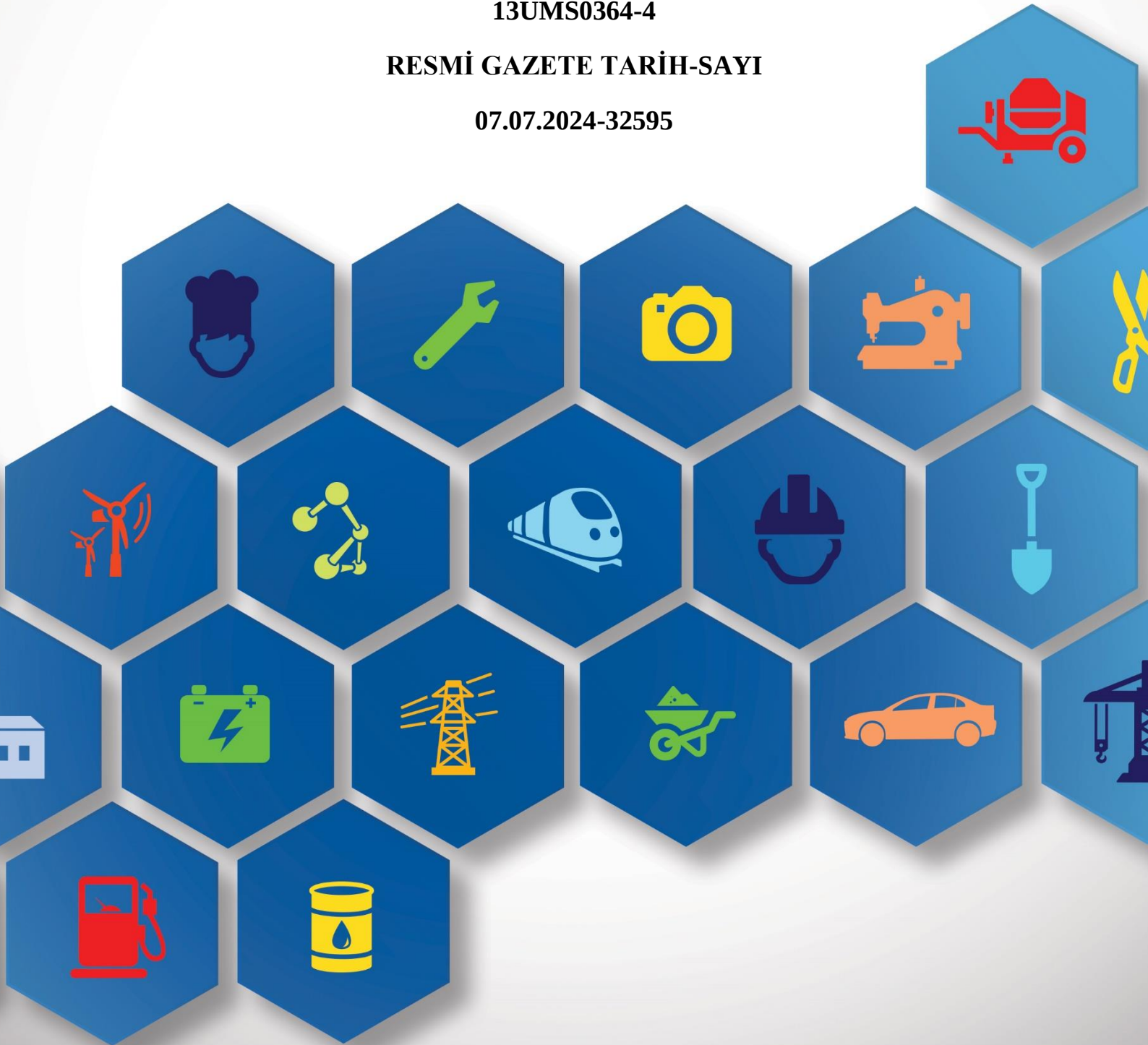
SEVİYE 4

REVİZYON 02

13UMS0364-4

RESMİ GAZETE TARİH-SAYI

07.07.2024-32595



Meslek:	PAZARLAMA ELEMANI
Seviye:	4¹
Referans Kodu:	13UMS0364-4
Standardı Hazırlayan / Güncelleyen Kuruluş(lar):	Hazırlayan: Ankara Ticaret Odası (ATO) Güncelleyen: Mesleki Yeterlilik Kurumu
Standardı Doğrulayan Sektör Komitesi:	MYK Ticaret Sektör Komitesi
MYK Yönetim Kurulu Onay Tarih/Sayı:	18/09/2013 Tarih ve 2013/75 Sayılı Karar Rev 01: 18.12.2019 Tarih ve 2019/165 Sayılı Karar Rev 02: 03.04.2024 Tarih ve 2024/72 Sayılı Karar
Resmi Gazete Tarih/Sayı:	29/11/2013 - 28836 Mükerrer Rev 01: 21/02/2020-31046 (Mükerrer) Rev 02: 07.07.2024-32595
Revizyon No:	02

¹ Mesleğin yeterlilik seviyesi, 8 seviyeli Türkiye Yeterlilikler Çerçevesine göre seviye 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,

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,

ISCO: Uluslararası Standart Meslek Sınıflamasını,

İSG: İş Sağlığı ve Güvenliğini,

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

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

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

KİŞİSEL KORUYUCU DONANIM (KKD): Çalışanı; yürütülen işten kaynaklanan, sağlık ve güvenliği etkileyen bir veya birden fazla riske karşı koruyan, çalışan tarafından giyilen, takılan veya tutulan ve bu amaca uygun olarak tasarımı yapılmış tüm alet, araç, gereç ve cihazları,

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

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

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

MÜŞTERİ PROFİLİ: İşletmenin müşterilerine ait detaylı bilgileri,

PATENT: Herhangi bir süreç, yöntem veya aletin yeni icat edilmiş olduğunun patent ofisi tarafından kabul edilip hukuken korunmasını,

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

PAZARLAMA KARMASI: Ürün (Product), Fiyat (Price), Dağıtım (Place), Tutundurma

(Promotion) kavramlarından oluşan pazarlamanın “4P”sini,

PAZARLAMA: Müşterilerin gereksinimlerini ve beklentilerini anlama ve bu çerçevede mal/hizmetlerin bulunması, fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtımının planlanması, yürütülmesi ve kontrol edilmesi sürecini,

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 DEĞERLENDİRMESİ: İşyerinde 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,

RİSK: Tehlikeden kaynaklanacak kayıp, yaralanma ya da başka zararlı sonuç meydana gelme ihtimalini,

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

1. GİRİŞ	7
2. MESLEK TANITIMI.....	8
2.1. Meslek Tanımı.....	8
2.2. Mesleğin Meslek Sınıflandırma Sistemlerindeki Yeri.....	8
2.3. Mesleğe Yönelik Özel Düzenlemeler	8
2.4. Çalışma Ortamı ve Koşulları.....	9
3. MESLEK PROFİLİ.....	10
3.1. Görevler, İşlemler, Başarım Ölçütleri, Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri .	10
3.2. Kullanılan Araç, Gereç ve Ekipmanlar	20
3.3. Tutum ve Davranışlar	20
Ek: Meslek Standardı Hazırlama ve Doğrulama Sürecinde Görev Alanlar	21

1. GİRİŞ

Pazarlama Elemanı (Seviye 4) ulusal meslek standardı 19/10/2015 tarihli ve 29507 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Ulusal Meslek Standartlarının ve Ulusal Yeterliliklerin Hazırlanması Hakkında Yönetmelik ve 27/11/2007 tarihli ve 26713 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Meslekî Yeterlilik Kurumu Sektör Komitelerinin Kuruluş, Görev, Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik hükümlerine göre MYK’nın görevlendirdiği Ankara Ticaret Odası (ATO) tarafından hazırlanmış, sektördeki ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak değerlendirilmiş ve MYK Ticaret Sektör Komitesi tarafından incelendikten sonra MYK Yönetim Kurulunca onaylanmıştır.

Pazarlama Elemanı (Seviye 4) Ulusal Meslek Standardının 01 ve 02 No’lu revizyonları MYK tarafından yapılmış, MYK Ticaret 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 uygulayarak kalite gereklilikleri 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 meslekî gelişim faaliyetlerine katılan nitelikli kişidir.

2.2. Mesleğin Meslek Sınıflandırma Sistemlerindeki Yeri

ISCO 08: 3322 (Ticari satış temsilcileri)

2.3. Mesleğe Yönelik Özel Düzenlemeler

2872 sayılı Çevre Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.

4857 sayılı İş Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.

6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu yürürlükteki alt mevzuatı.

**Mesleğin icrasına yönelik İSG, Çevre ve diğer konulardaki mevzuata uyulması esastır.*

2.4. 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. Görevlerini gerçekleştirirken pazarlama yönetici ve sorumluları, satış, ürün geliştirme, pazar araştırması, müşteri hizmetleri, reklamcılık gibi alanlarında çalışan uzmanlar ve birimlerle sürekli iletişim halindedir.

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. Mesleğe yönelik olarak ortaya çıkabilecek risklerle kaynağında mücadele edilir ve gerekli iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerine uyularak bu riskler bertaraf edilebilir. Risklerin tamamen ortadan kaldırılamadığı durumlarda ise işveren tarafından sağlanan uygun kişisel koruyucu donanımı kullanarak çalışır.

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

3. MESLEK PROFİLİ

3.1.Görevler, İşlemler, Başarım Ölçütleri, Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri

Görev	A. İSG ve çevre koruma ile ilgili kuralları takip etmek			
İşlemler		Başarım Ölçütleri		Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri
Kod	Açıklama	Kod	Açıklama	
A.1	Güvenli ve sağlıklı çalışma yöntemlerini uygulamak	A.1.1	İş süreçlerinin özelliğinden ve/veya kuruluştan kaynaklanabilecek risk ve tehlike durumlarında ilgili kişi ya da birimlere bildirimde bulunur.	1. Acil durum türleri ve acil durum talimatlarına uygun davranma 2. Araç, gereç ve ekipmanların güvenli kullanımı ile ilgili talimat ve prosedürler ve bunları iş süreçlerine uygulama 3. Çalışma ortamındaki risk ve tehlikeler 4. Çalışma ortamındaki risk ve tehlikeleri belirleme yöntem ve teknikleri 5. Enerji verimliliği ve temel tasarruf uygulamaları 6. İş sağlığı ve güvenliğinde işverenlerin ve çalışanların hukuki yükümlülükleri 7. Temel atık yönetimi
		A.1.2	Araç, gereç ve ekipmanları talimatlara ve kuruluş prosedürlerine uygun olarak kullanır.	
		A.1.3	İSG konusundaki yasal ve çalışma alanına ait kuralları uygular.	
A.2	Acil durum önlemlerini uygulamak	A.2.1	Acil durumlarda çıkış veya kaçış planlarına uygun hareket eder.	
		A.2.2	Çalışma ortamında oluşan kaza durumlarında, yetki alanındaki prosedürleri yürütür.	
		A.2.3	Acil durumlarda müdahale için acil durum ekibiyle iletişime geçer.	
A.3	Çevre koruma önlemlerini uygulamak	A.3.1	Çalışma ortamında ortaya çıkan çevresel atıkların ve dönüştürülebilir malzemelerin doğru yere iletilmesini sağlar.	
		A.3.2	Kaynakları (enerji, sarf malzemeleri ve benzeri) tasarruflu ve verimli bir şekilde kullanır.	

Görev	B. İş süreçlerinin mevzuata, kuruluş prosedürlerine ve kalite gerekliliklerine uygunluğunu sağlamak			
İşlemler		Başarım Ölçütleri		Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri
Kod	Açıklama	Kod	Açıklama	
B.1	Süreçlerle ilgili mevzuatı uygulamak	B.1.1	Sorumluluğundaki süreçlerin güncel yasal mevzuata ve kuruluş prosedürlerine uygunluğunu kontrol eder.	1. Dosya ve kayıtların dijital ve fiziksel güvenlik önlemleri 2. Pazarlama faaliyetleri ile ilgili temel hukuki ve idari düzenlemeler 3. İş süreçlerinde bilgi gizliliği ve güvenliğini sağlamaya yönelik erişim önlemleri 4. İş süreçlerinde kalite gerekliliklerini sağlama 5. Kişisel verilerin korunması ile ilgili temel hukuki ve idari düzenlemeler
		B.1.2	Mevzuat/prosedür değişimlerine göre sorumluluğundaki süreçleri güncelleyerek ilgili çalışanları bilgilendirir.	
B.2	Kalite gerekliliklerini uygulamak	B.2.1	Kuruluşun hizmet kalite standartlarına uygun prosedürlerin oluşturulmasında yöneticisine/ilgili uzmana yardımcı olur.	
		B.2.2	Kuruluşun kalite yönetim ve hizmet gereklilikleri ile ilgili eğitim faaliyetlerine katılır.	
		B.2.3	Süreç, araç-gereç ve malzemelerin standartlara uygunluğunu denetler.	
		B.2.4	Sorumluluk alanındaki hizmetlere ilişkin şikâyetlerin yönetimini sağlar.	
		B.2.5	Periyodik olarak yürüttüğü faaliyetleri kuruluş prosedürlerine göre raporlar.	
		B.2.6	Süreç iyileştirme ve geliştirme çalışmalarına katılır.	
B.3	Kişisel ve kurumsal bilgilerin gizliliği ve güvenliğini sağlamak	B.3.1	Süreçte edinilen bilgilerin başkalarıyla paylaşılmasını önler.	
		B.3.2	Gizliliğe uymayanlarla ilgili olarak gerekli bildirimleri yapar.	
		B.3.3	Gizlilik kapsamında olup süresi dolan dijital ve basılı belgeleri gizliliği koruyacak şekilde imha eder.	
		B.3.4	Gizli evrakların ve varsa mühürlerin usulüne uygun bir şekilde kullanılmasını ve muhafaza edilmesini sağlar.	

Görev	C. İş organizasyonu yapmak			
İşlemler		Başarım Ölçütleri		Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri
Kod	Açıklama	Kod	Açıklama	
C.1	İş programını hazırlamak	C.1.1	İşletmece belirlenen pazarlama planında yapması gereken işleri bir önceki iş programının gerçekleşme durumuna göre belirler.	1. Pazarlama planı ve bileşenleri 2. Pazarlama planına göre performans durumunu tespit etme 3. Rakip analizi ve veri toplama yöntemleri 4. Satış verileri ve kullanım özellikleri 5. İstatistik yöntemlerini kullanma ve veri düzenleme 6. Pazarlama planına göre iş programı hazırlama 7. Toplantı organizasyonu yapma 8. Sunum ve raporlama yöntemleri 9. Temel iletişim teknikleri 10. Sorun çözme
		C.1.2	Rakip işletmelerin pazarlama faaliyetleri hakkında bilgi toplar.	
		C.1.3	İşletmenin ilgili birimlerinden planlamaya dâhil edilecek ürün özellikleri, stok maliyeti gibi konularda analizler yaparak iş programının veri tabanını oluşturur.	
		C.1.4	Satış biriminden pazarlaması yapılan ürünlere ilişkin verileri (gerçekleşen satışın son durumu, karşılaşılan sorunlar ve benzeri) toplayarak pazarlama aktivite planını hazırlar.	
		C.1.5	Pazarlama planı takvimi ile yapacağı işleri ilişkilendirir.	
		C.1.6	Hazırladığı iş programı hakkında amirini bilgilendirir.	
C.2	Birim içi düzenlenen toplantılara katılmak	C.2.1	Birim içinde katılacağı toplantının gündemine göre ilgili belge, doküman ve raporları hazırlar.	
		C.2.2	Yürüttüğü faaliyetler hakkında birim elemanlarını bilgilendirir.	
		C.2.3	Yürüttüğü faaliyetlerin iyileştirilmesine yönelik önerilerde bulunur.	
		C.2.4	Toplantıda alınan kararları raporlayarak iş planına yansıtır.	

Görev	C. İş organizasyonu yapmak				
İşlemler		Başarım Ölçütleri		Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri	
Kod	Açıklama	Kod	Açıklama		
C.3	Pazarlama birimi ihtiyaçlarını temin etmek	C.3.1	Pazarlama araçlarına yönelik (tanıtım malzemeleri, bilgilendirme formları, internet sitesi, e-posta sistemleri, sponsorluklar gibi) tüm ihtiyaçları belirler.	- Pazarlama araçlarına yönelik ihtiyaçların belirlenmesi ve temini - Pazarlama araçlarının amaca uygunluğunun kontrolü - Pazarlama süreçleri ile ilgili kayıt ve arşiv yönetimi - Etkinlik yönetimi - Pazarlama standı kurma ve ürün tanıtım yöntem ve teknikleri	
		C.3.2	Belirlediği pazarlama araçları ihtiyaçlarının temin edilmesi hususunu amirin onayına sunar.		
		C.3.3	Temin edilen pazarlama araçlarının amaca uygunluğunu değerlendirerek sonuçları amire bildirir.		
C.4	Pazarlama süreçlerine ilişkin kayıtları arşivlemek	C.4.1	Pazarlama süreçleri kayıtlarını işletmenin format ve arşiv modeline uygun bir şekilde kaydeder.		
		C.4.2	Düzenlediği kayıtları kullanıma hazır şekilde arşivler.		
		C.4.3	Arşivlediği kayıtların işletme prosedürüne ve yöntemine göre yedeklerini alır.		
		C.4.4	İşletmenin güvenlik prosedürlerine uygun olarak arşiv güvenlik önlemlerini alır.		
C.5	Etkinlik organizasyonlarına destek vermek	C.5.1	İşletmenin dâhil olduğu sektördeki etkinlikleri (fuar, sergi, konferans, eğitim, seminer ve benzeri) takip eder.		
		C.5.2	İşletmenin katılacağı etkinliklere zamanında başvurma ve katılım işlemlerini yürütür.		
		C.5.3	Etkinliklerin yapılacağı yerdeki stant ve sergilenecek ürünleri, tanzim teşhir tekniklerine uygun biçimde marka değerine göre yaratıcı bir şekilde yerleştirir.		
		C.5.4	Etkinliğe katılım sonrası gerçekleşen faaliyetleri ve elde edilen kazanımları amire raporlar.		
		C.5.5	Etkinlik esnasında tespit edilen potansiyel müşteri ilişkileri ve iş olanakları hakkında amiri bilgilendirir.		

Görev		D. Pazarlama planının uygulanmasına katkı vermek		
İşlemler		Başarım Ölçütleri		Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri
Kod	Açıklama	Kod	Açıklama	
D.1	Mevcut durum analizi için veri toplamak	D.1.1	Firmanın geçmiş döneme ilişkin verilerinin (satış hacmi, pazar payı, müşteri portföyü, ürün portföyü ile pazar ve pazar konumu değişiklikleri, pazarlama etkinlikleri gibi) toplanmasına katkı verir.	1. Temel pazarlama ilkeleri 2. Pazarlama bilgi sistemi ve bileşenleri 3. Veri toplama ve raporlama teknikleri 4. Pazarlama planlamasına yönelik veri toplama ve raporlama 5. Pazarlama karmasına yönelik veri toplama ve raporlama
		D.1.2	Firmanın geçmiş dönemlerine ilişkin topladığı verileri işletme formatında uygun bir şekilde raporlayarak amire iletir.	
D.2	Pazarlama bilgi sisteminin oluşturulmasına katkı vermek	D.1.1	İşletmenin talepleri doğrultusunda pazar ve pazarlama araştırmalarını yapar.	
		D.1.1	Müşteri bilgilerini işletmece belirlenen yöntemlerle toplar.	
		D.1.1	Ürüne bağlı olarak tüketici segmentleri (grupları) oluşturur.	
		D.1.1	Elde edilen bilgileri veri tabanında toplayıp pazarlama süreçlerindeki ihtiyaçlara göre dönemsel raporlar hazırlayarak amire sunar.	
D.3	Pazarlama karmasının yönetimi çalışmalarına katkı vermek	D.3.1	Ürüne ilişkin işletmece belirlenen dönemsel fiyatlandırma, iskonto ve kampanyaların satışları artırmadaki etkinliğini denetler.	
		D.3.2	İşletmece dönemsel olarak planlanmış ürün tutundurma faaliyetlerinin sonuçlarını denetleyerek tutundurma stratejilerinin rekabetçilik düzeyinin geliştirilmesine yönelik önerilerde bulunur.	
		D.3.3	Dağıtım ağı (kanallar, araçlar, lojistik ve benzeri) için yapılmış uzun dönemli planlar hakkında aldığı bilgileri kullanarak karlı ve yenilikçi dağıtım kanallarının oluşturulması için önerilerde bulunur.	
		D.3.4	İşletmenin pazarlama bütçesi ile faaliyet planlarında yer alan harcama kalemleri ile pazarlama bütçesinde gerçekleştirilen harcamaları sistematik bir biçimde karşılaştırır.	
		D.3.5	Pazarlama karmasına ilişkin topladığı bilgileri, pazarlama ve satış hedefleri ile tutarlı bir biçimde yıllık pazarlama aksiyonlarına dönüştürerek iş planına yansıtır.	

Görev	D. Pazarlama planının uygulanmasına katkı vermek		
İşlemler	Başarım Ölçütleri		Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri
Kod	Açıklama	Kod	
D.4	Pazarlama karması planlamasının izlenmesine katkı vermek	D.4.1	Pazarlama karması planlamasının, belirlenen performans göstergelerine göre (zaman, harcama, satış, müşteri sayısı ve benzeri unsurlar açısından) etkinliğini, etkililiği ve verimliliğine ilişkin verileri toplar.
		D.4.2	Pazarlama karması planlamasına ilişkin topladığı verileri, belirlenen performans göstergelerine göre değerlendirerek hazırladığı raporu amirine sunar.

Görev	E. Ürün geliştirme çalışmalarına katkı vermek			
İşlemler		Başarım Ölçütleri		Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri
Kod	Açıklama	Kod	Açıklama	
E.1	Ürün geliştirme çalışmaları için gereken verileri toplamak	E.1.1	Ürünün nitelik ve özelliklerine göre müşteriye sunduğu faydaları belirler.	1. Ürün geliştirme süreci 2. Ürün nitelik ve özelliklerini tanımlama 3. Müşteri ihtiyaç ve beklentilerini tanımlama 4. Rakip ürünleri ve piyasa eğilimlerini belirleme 5. Ürün yaşam döngüsü 6. Ürün testleri ve uygulama özellikleri 7. Markalaşma süreci 8. Ürün lansman stratejileri
		E.1.2	Piyasadaki benzer ürünlerin nitelik ve özelliklerine ilişkin bilgi toplar.	
		E.1.3	Piyasaya sunulacak yeni ürünlere ilişkin ürün yaşam dönemlerindeki uygulamaların sonuçlarını raporlar.	
		E.1.4	Ürünlere ilişkin müşteri geri bildirimleri, ihtiyaçları, beklentileri ve algıları ile pazarlama bilgi sistemindeki verileri kullanarak hazırladığı raporu amirine sunar.	
		E.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.	
E.2	Ürün markalaşma çalışmalarına katkı vermek	E.2.1	Piyasaya sunulacak yeni ürünlerin lansmanına yönelik müşteri nezdinde ürün testleri veya hizmet pilot uygulamaları yapar.	
		E.2.2	Markanın pazarda tanıtımı ve tutundurması çalışmalarını izler.	
		E.2.3	Ürün testleri ve hizmet pilot uygulamaları ile diğer tutundurma faaliyetlerine ilişkin izleme sonuçlarından elde ettiği bilgileri değerlendirerek amirine raporlar.	

Görev	E. Ürün geliştirme çalışmalarına katkı vermek			
İşlemler		Başarım Ölçütleri		Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri
Kod	Açıklama	Kod	Açıklama	
E.3	Ürüne yönelik piyasa araştırması yapmak	E.3.1	Piyasadaki aynı/benzer ürünler hakkında bilgi (satış fiyatı, üretici firma ve ürünün konumu, marka değeri, müşteri potansiyeli ve benzeri konularda) toplar.	9. Rakip ürünlerde fiyatlandırma stratejileri 10. Rakip ürünlerde marka ve konumlandırma 11. Rakip ürünlerde ödeme ve finansman yöntemleri 12. Rakip ürünlerde kampanya ve promosyon yöntemleri 13. Rakip ürünlerde müşteri tercihleri ve satınalma alışkanlıkları 14. Rakip ürünlerle ilgili veri toplama ve analiz etme
		E.3.2	Piyasadaki aynı/benzer ürünlere dair ödeme şekli ve koşullarına (nakit, vadeli ve benzeri) ilişkin verileri toplar.	
		E.3.3	Piyasadaki aynı/benzer ürünlere dair indirim/iskonto oranları ile dönemler/kampanyalara ilişkin bilgileri toplar.	
		E.3.4	Piyasadan edindiği; aynı/benzer ürünler, satış fiyatları, müşteriler, rakipler ve benzeri konularla ilgili kantitatif ve kalitatif bilgileri periyodik olarak (dönemsel) amirine raporlar.	

Görev	E. Ürün geliştirme çalışmalarına katkı vermek				
İşlemler		Başarım Ölçütleri		Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri	
Kod	Açıklama	Kod	Açıklama		
E.4	Ürün tutundurma çalışmalarına katkı vermek	E.4.1	Çeşitli satış kanallarından hedef müşteri kitlesinin firmaya bakış açıları, beklentileri ve talepleri ile ilgili bilgileri alır.	15. Hedef müşteri analizi ve satış kanalları 16. Rakip ve piyasa gözetimi yapma 17. Satış promosyonlarına yönelik araştırma ve raporlama 18. Pazarlama strateji ve yöntemleri 19. Pazarlama iletişim çalışmaları yapma 20. Reklam çalışmalarının etkililiğini değerlendirme 21. İç ve dış çevre görüşlerini raporlama	
		E.4.2	Dış çevreden rakiplerin ürünlerini hangi kanal ve medya aracılığı ile teşhir ettiğini belirleyerek müşterilerin, rakipler ve geçmiş reklam çalışmalarına ilişkin görüşlerini alır.		
		E.4.3	Satış promosyonlarına ilişkin sektör ve rakiplerce kullanılan yöntemleri gözlem ve saha araştırmalarıyla belirler.		
		E.4.4	Kendisine bildirilen müşteri profiline uygun pazarlama strateji ve yöntemleri hakkında öneriler geliştirir.		
		E.4.5	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.		
		E.4.6	Reklam çalışmalarına ilişkin yapılan periyodik distribütör, toptancı, perakendeci görüşleri ve müşteri anketleri ve benzeri yöntemler ile reklam faaliyetlerinin etkililiğine ilişkin görüş ve öneriler oluşturur.		
		E.4.7	Ürün tutundurma çalışmalarına yönelik iç ve dış çevreden, sosyal medyadan elde ettiği olumlu/olumsuz görüşleri amirine raporlar.		

Görev	E. Ürün geliştirme çalışmalarına katkı vermek		
İşlemler	Başarım Ölçütleri		Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri
Kod	Açıklama	Kod	
E.5	Satış geliştirme faaliyetlerinin düzenlenmesine katkı vermek	E.5.1	Müşterinin ihtiyaçları ve ürüne ilişkin değerlendirmeler hakkındaki bilgileri toplar.
		E.5.2	Rakiplerin uyguladığı; gösteriler, sergiler, yarışmalar, özel indirim, promosyon, çekiliş ve benzeri satış geliştirme faaliyetlerini izler.
		E.5.3	Yaptığı değerlendirme sonuçlarına göre etkinlikler ve satış geliştirme faaliyetleri hakkında öneriler geliştirerek amirinin görüşüne sunar.
E.6	İşletme/marka imajının geliştirilmesi ve itibarının artırılması çalışmalarına katkı vermek	E.6.1	İşletme imajı ile itibarının korunması ve sürdürülmesi için gerekli stratejileri pazarlama çalışmalarına yansıtır.
		E.6.2	Dış çevreyi sürekli izleyerek işletmenin imajı ve itibarına zarar verecek tehdit olup olmadığını araştırır.
		E.6.3	Dış çevreden firma imajı ve itibarına yönelik olarak algılamalara ilişkin elde ettiği verileri amirine raporlar.

- 22. Müşteri ihtiyaçları ile ilgili veri toplama ve analiz etme
- 23. Ürün değerlendirmeleri ile ilgili veri toplama ve analiz etme
- 24. Rakip satış geliştirme faaliyetlerini izleme ve değerlendirme
- 25. İmaj ve itibarın marka değerine etkisini araştırma
- 26. Dış çevreyi izleme ve tehdit araştırma yapma
- 27. Dış çevre algısının firma imajı ve itibarına etkisini araştırma

Görev		F. Ürün dağıtım ağı ilişkilerinin yürütülmesine katkı vermek		
İşlemler		Başarım Ölçütleri		Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri
Kod	Açıklama	Kod	Açıklama	
F.1	Dağıtım ağı aracılara ilişkin bilgi toplamak	F.1.1	İşletme tarafından belirlenen dağıtım ağı etkinliğine ilişkin diğer departmanlardan bilgi toplar.	- Dağıtım kanalları ve araçları - Dağıtım kanalları ve araçlarının seçim kriterleri - Dağıtım ağı araçları ile iletişim yöntemleri - Dağıtım araçlarının faaliyetlerini izleme ve raporlama
		F.1.2	Dağıtım ağı aracısı adaylarına ilişkin (referans, piyasadaki güvenilirlik durumu, finansal/mali güç, insan kaynağı ve altyapı) bilgileri toplar.	
		F.1.3	Dağıtım ağı araçlarından referanslar, hukuki belgeler ve gerekli görülmesi durumunda alınan teminatlara ilişkin güvence belgelerini temin eder.	
		F.1.4	Topladığı bilgi ve belgeleri amirine sunar.	
F.2	Ürün dağıtım ağı araçları ile ilişkileri yürütmek	F.2.1	Dağıtım ağı aracılara işletme tarafından belirlenen dönemlik satış hedefi ve stratejilerini aktarır.	
		F.2.2	Dağıtım ağı araçlarınca düzenlenmesi planlanan promosyon, kampanya ve benzeri faaliyetler hakkında amirini bilgilendirir.	
		F.2.3	Dağıtım ağı araçlarının ihtiyaç, beklenti ve önerilerini belirlemek amacıyla periyodik olarak toplantı, yüz yüze görüşme ve benzeri faaliyetlere katılır.	
		F.2.4	Pazarda etkinlik ve/veya karlılık düştüğünde farklı kanallardan ihtiyaç/beklenti/önerileri belirleyerek amirine raporlar.	
		F.2.5	Dağıtım ağı araçları arasında çatışmaların meydana gelmesi ve/veya araçların performansının düşmesi durumunda işletme tarafından belirlenen düzeltici faaliyetleri yürütür.	

Görev	F. Ürün dağıtım ağı ilişkilerinin yürütülmesine katkı vermek			
İşlemler		Başarım Ölçütleri		Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri
Kod	Açıklama	Kod	Açıklama	
F.3	Ürün dağıtım ağında yer alan araçların performansının değerlendirilmesine katkı vermek	F.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 ve benzeri) göre periyodik olarak dağıtım ağı araçlarının performansına ilişkin verileri toplar.	5. Dağıtım ağı araçlarının performans verileri ve kullanım özellikleri 6. Dağıtım ağı araçlarının performansını izleme ve değerlendirme
		F.3.2	Planlanan hedeflerin tutturulamaması durumunda dağıtım ağı araçlarına ilişkin (toplantı, karşılıklı görüşme, yazışma ve benzeri yöntemlerle) düzeltici faaliyet önerilerini amirine iletir.	
		F.3.3	İlgili birimlerin işbirliğinde dağıtım ağı araçlarına ilişkin düzeltici faaliyetleri yürütür.	

Görev	G. Müşteri ilişkilerinin geliştirilmesine katkı vermek			
İşlemler		Başarım Ölçütleri		Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri
Kod	Açıklama	Kod	Açıklama	
G.1	Müşteriyi tanımlayıcı verileri toplamak	G.1.1	Satış elemanları ve araştırmalardan müşteri profiline yönelik elde edilen verileri analiz ederek pazarlama araçlarında kullanır.	- Müşteri profiline ilişkin veriler ve kullanım özellikleri - Müşteri ilişkileri yönetimi ile ilgili sistemler ve kullanım özellikleri - Güncel pazarlama trendlerini takip etme - Müşteri ihtiyaçlarına uygun ürün geliştirme süreci - İletişim araçlarının etkinlik/maliyet düzeyini tespit etme - Kişiselleştirilmiş pazarlama programları - Müşteri şikâyetlerini çözme - Müşteri memnuniyet araştırmaları - Satış sonrası müşteri deneyimini tespit etme ve raporlama
		G.1.2	Tanımlanan müşteri profiline ilişkin topladığı verileri belirlenmiş segmentlere uygun olarak müşteri ilişkileri yönetimi sistemi veri tabanına kaydeder.	
		G.1.3	Veri tabanına girdiği müşteri profili/özelliklerinden müşterinin tüketim ya da endüstriyel pazarda faaliyet göstermesine göre beklenti, ihtiyaç, memnuniyet, şikâyet ve benzeri bilgileri raporlayarak amirine iletir.	
G.2	Müşteri hizmetlerinin geliştirilmesine katkı vermek	G.2.1	Müşteri memnuniyetine ilişkin işletme tarafından belirlenen yöntemlere uygun olarak araştırmalar yapar.	
		G.2.2	Müşterinin kendisini özel hissedeceği ürün özellikleri ve faydalarına ilişkin bilgileri ve önerilerini ilgili birimlere aktararak ürünlerin müşteri ihtiyaçları çerçevesinde geliştirilmesi çalışmalarına katılır.	
		G.2.3	Satış öncesi, esnası ve sonrası aşamalarda belirlenen pazarlama stratejileri ve müşteri profilleri üzerinden elde ettiği verileri kullanarak, kişisel ve kişiselleştirilmiş pazarlama programlarına yönelik öneriler geliştirir.	
		G.2.4	Müşteriye erişimde kullanacağı iletişim araçlarının her birinin önem derecesini (etkinlik/maliyet) belirleyerek pazarlama planlamasında kullanılmak üzere amire raporlar.	
G.3	Satış sonrası müşteri hizmetlerinin geliştirilmesine katkı vermek	G.3.1	Satış sonrası hizmet sürecinde belirlediği müşteri memnuniyetsizliğine ilişkin verileri şikâyet yönetimine katkı sağlaması amacıyla değerlendirir.	
		G.3.2	Satış sonrası hizmetlerde yaşanan olumsuzlukları firmanın ilgili pazarlama ve müşteri ilişkileri birimlerine raporlayarak iletir.	
		G.3.3	Satış sonrası hizmet sürecinde elde ettiği verilere göre satış sonrası hizmetlerin yeniden düzenlenmesi çalışmalarına katılır.	

Görev	H. Mesleki gelişim faaliyetlerini yürütmek		
İşlemler	Başarım Ölçütleri		Mesleki Bilgiler ve Uygulama Becerileri
Kod	Açıklama	Kod	
H.1	Bireysel mesleki gelişimi konusunda çalışmalar yapmak	H.1.1	Kendi konularıyla ilgili eğitim ihtiyaçlarını amirleriyle de görüşerek belirler.
		H.1.2	Eğitim ihtiyaçlarıyla ilgili periyodik veya bir defaya özgü eğitimleri araştırarak uygun olanlarına katılım için talepte bulunur.
		H.1.3	Mesleki ve kişisel gelişim için gerekli araştırma faaliyetlerini gerçekleştirir.
		H.1.4	Pazarlama yönetimi ile ilgili yeni teknik ve gelişmeleri takip eder.
H.2	Birlikte çalıştığı kişilerin mesleki gelişimine katkı sunmak	H.2.1	Bilgi ve deneyimlerini birlikte çalıştığı kişilere aktarır.
		H.2.2	Sorumluluğundaki süreç ve uygulamalar ile ilgili bilgilendirme toplantıları ve eğitimler yapar.

1. Araştırma yöntem ve teknikleri
2. Bireysel eğitim ihtiyacını belirleme
3. Mesleki veri ve kaynakları izleme ve değerlendirme
4. Kariyer gelişim süreçleri
5. Mesleki portföy oluşturma, değerlendirme ve güncelleme
6. Bilgi paylaşımı ve delegasyon süreçleri

3.2. Kullanılan Araç, Gereç ve Ekipmanlar

1. Bilgisayar ve çevre birimleri (yazıcı, tarayıcı, harici bellek ve benzeri)
2. İletişim araçları (video-konferans sistemleri, faks, internet erişimi ve benzeri)
3. Kaynak ve uygulama dokümanları (genel formlar, prosedürler, iş talimatları, toplu/ bireysel iş sözleşmeleri ve benzeri)
4. Ofis araçları (fotokopi makinesi, evrak imha cihazı ve benzeri)
5. Kaynak planlama yazılım sistemleri (faturalandırma, sevkiyat, araştırma, müşteri veri tabanı, fiyatlandırma, ihtiyaç planlama ve benzeri)
6. Kişisel koruyucu donanımlar (iş elbisesi, baret, maske, eldiven, gözlük, bone ve benzeri)
7. Satış kiti (el terminali, POP malzemesi ve POS cihazı, broşür, katalog, numune, fatura, seyahat/iş programı ve benzeri)

3.3. Tutum ve Davranışlar

1. Bilgi, tecrübe ve yetkisi dâhilinde karar vermek
2. Çalışma zamanını iş emrine uygun şekilde etkili ve verimli kullanmak
3. Çalışmalarında planlı ve organize olmak
4. Çevre korumaya karşı duyarlı olmak
5. Çevre, kalite ve İSG mevzuatında yer alan düzenlemeleri benimsemek
6. İşyeri çalışma prensiplerine uymak
7. İşyerine ait araç, gereç ve malzemelerin kullanımına özen göstermek
8. Kaynakların verimli kullanılmasına özen göstermek
9. Kişisel ve kurumsal bilgi ve belgelerin gizliliğine özen göstermek
10. Meslek etiğine uygun davranmak
11. Pazarlama süreçlerinde müşteri odaklı olmak
12. Yönetim mekanizmaları ve ilgili kişi ve kurumlara doğru ve zamanında bilgi vermek

Ek: Meslek Standardı Hazırlama ve Doğrulama 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
Hayrünisa SALDIROĞLU, EDUSER Ltd. Şti., Meslek Standardı Hazırlama Çalıştay, DACUM Moderatörü, Eğitim ve Kariyer Danışmanı
Salcen 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.

2. 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,
Türkay İNANÇ, Alpin Sigorta Aracılık Hizmetleri Ltd. Şti.-Şirket Sahibi.

3. 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 Kâğıt Sanayi ve Ticaret A.Ş.
İstanbul Kâğıthane 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.
Vitro 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

4. MYK Sektör Komitesi Üyeleri ve Uzmanlar

Musa BEŞPARMAK,
Prof. Dr. Aslıhan NASIR,
Eylül ÇEBİ,
Gölnur İNAN,
Hilal YILDIZ,
Fuat UYSAL,
Melih KOÇ,
Aytuğ BALAMAN,
Mustafa Sema SÜRÜCÜ,
Süleyman ARIKBOĞA,

Başkan (Türkiye Odalar Borsalar Birliği)
Başkan Vekili (Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı)
Üye (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı)
Üye (Milli Eğitim Bakanlığı)
Üye (Ticaret Bakanlığı)
Üye (Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu)
Üye (Türkiye İhracatçılar Meclisi)
Üye (Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu)
Üye (Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu)
Üye (Mesleki Yeterlilik Kurumu)

5. MYK Yönetim Kurulu Üyeleri

Prof. Dr. Mustafa Necmi İLHAN,
Prof. Dr. Mehmet SARIBIYIK,
Fethullah GÜNER,
Bendevi PALANDÖKEN,
Eda AKBULUT,
Celal KOLOĞLU,

Başkan (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Temsilcisi)
Başkan Vekili (Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Temsilcisi)
Üye (Milli Eğitim Bakanlığı Temsilcisi)
Üye (Meslek Kuruluşları Temsilcisi)
Üye (İşçi Sendikaları Konfederasyonları Temsilcisi)
Üye (İşveren Sendikaları Konfederasyonu Temsilcisi)