

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Pazarlama İlkeleri	1006334	3	3+0	3	4
<b>Ön koşul Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	Türkçe				
<b>Dersin Türü</b>	Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>					
<b>Dersi Verenler</b>					
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Bu ders ile öğrencinin, pazarlamanın temel kavramları, pazarlama yöntem ve stratejileri hakkında bilgi sahibi olması amaçlanmaktadır.				
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları</b>	<p><b>Bu dersin sonunda öğrenci;</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pazarlamanın tarihsel gelişimini açıklar.</li> <li>2. Pazar türlerini sınıflandırır.</li> <li>3. Pazarlamanın temel kavramlarını açıklar.</li> <li>4. Pazar bölümlendirmesi, hedefleme, konumlandırma planlaması yapar.</li> <li>5. Pazarlama karması araçlarını tasarlar.</li> <li>6. Pazarlama bağlamında iş dünyasında yaşanmakta olan olayları ve değişimleri (dijitalleşme dahil) eleştirel ve rasyonel bir bakış açısıyla değerlendirir.</li> </ol>				
<b>Dersin İçeriği</b>	Pazarlamanın tanımı, kapsamı, gelişimi, pazarlama ile ilgili temel kavramlar, pazarlamada yeni trendler, pazarlama çevresi, stratejik pazarlama ve pazarlamanın rolü, işletme misyonu, işletme amaçları, portföy oluşturulması, pazarlama bilgi sistemi ve pazarlama araştırması, pazar kavramı, tüketici pazarı ve tüketici davranışı, endüstriyel (örgütsel) pazar ve endüstriyel alıcı davranışları; pazar bölümleme, hedef pazar seçimi; pazar hedefleme; pazar konumlandırma gibi konuları içermektedir.				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Pazarlamanın konusu, kapsamı, gelişimi ve pazarlama konusunda son gelişmeler ve dijitalleşme				
2	Pazarlama Çevresi				
3	Stratejik pazarlama ve pazarlamanın rolü				
4	Pazarlama araştırması ve bilgi sistemi				
5	Tüketici pazarları ve tüketici davranışı				
6	Tüketici karar süreci				
7	Endüstriyel pazarlar ve uluslararası pazarlar				
8	Pazar bölümlendirme				
9	Hedef pazar seçimi				
10	Pazar konumlandırma				
11	Pazarlama karması elemanlarından mamul				
12	Pazarlama karması elemanlarından fiyat				
13	Pazarlama karması elemanlarından tutundurma				
14	Pazarlama karması elemanlarından dağıtım				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
Modern pazarlamanın temel kavramları ve işletmelerde pazarlama faaliyetleri hakkında gerekli bilgi ve donanıma sahip olur ve bunu uygulamaya koyabilir.					
<b>Kaynaklar</b>					
Mucuk, İ. (2015). <i>Pazarlama ilkeleri</i> . İstanbul: Türkmen Yayıncılık.					
Kotler, P., ve Armstrong, G. (2013). <i>Principles of Marketing</i> . Pearson Education.					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
Eğitim-öğretim dönemi başında ders izlenceleri formunda açıklanacaktır.					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
ÖK1	3	3	3	4	3	3	4	3	5	1	1	1	4	3	3
ÖK2	4	4	4	4	3	3	3	3	4	1	1	1	4	4	3
ÖK3	5	4	4	4	3	3	4	3	4	1	1	1	4	4	3
ÖK4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	1	1	1	4	4	4
ÖK5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4
ÖK6	5	5	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4
ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları															
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek		

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Dersin Adı	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
Pazarlama İlkeleri	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	1	1	4	4