

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Pazarlama İlkeleri	1004328	III	3+0	3	5
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Verenler					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu ders ile öğrencinin, pazarlamanın temel kavramları, pazarlama yöntem ve stratejileri hakkında bilgi sahibi olması amaçlanmaktadır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	<p>Bu dersin sonunda öğrenci;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pazarlamanın tarihsel gelişimini açıklar. 2. Pazar türlerini sınıflandırır. 3. Pazarlamanın temel kavramlarını açıklar. 4. Pazar bölümlendirmesi, hedefleme, konumlandırma planlaması yapar. 5. Pazarlama karması araçlarını tasarlar. 6. Pazarlama bağlamında iş dünyasında yaşanmakta olan olayları ve değişimleri (dijitalleşme dahil) eleştirel ve rasyonel bir bakış açısıyla değerlendirir. 				
Dersin İçeriği	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 bölümlendirme, hedef pazar seçimi; pazar hedefleme; pazar konumlandırma gibi konuları içermektedir.				
Haftalar	Konular				
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	Tüketici karar süreci II				
8	Endüstriyel pazarlar ve uluslararası pazarlar				
9	Pazar bölümlendirme				
10	Hedef pazar seçimi				
11	Pazar konumlandırma				
12	Pazarlama karması elemanlarından mamul				
13	Pazarlama karması elemanlarından fiyat				
14	Pazarlama karması elemanlarından tutundurma ve dağıtım				
Genel Yeterlilikler					
1. Modern pazarlamanın temel kavramları ve işletmelerde pazarlama faaliyetleri hakkında gerekli bilgi ve donanımına sahip olur ve bunu uygulamaya koyabilir.					
Kaynaklar					
Kotler, P., ve Armstrong, G. (2013). <i>Principles of Marketing</i> . Pearson Education.					
Mucuk, İ. (2015). <i>Pazarlama ilkeleri</i> . İstanbul: Türkmen Yayıncılık.					
Değerlendirme Sistemi					
Eğitim-Öğretim dönemi başında ders izlenceleri formunda açıklanacaktır.					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU																
	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15	PÇ 16
ÖK1	3	3	3	4	3	3	4	3	5	1	1	1	4	3	3	3
ÖK2	4	4	4	4	3	3	3	3	4	1	1	1	4	4	3	3
ÖK3	5	4	4	4	3	3	4	3	4	1	1	1	4	4	3	4
ÖK4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	1	1	1	4	4	4	4
ÖK5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	4
ÖK6	5	5	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	5
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

Ders Adı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15	PÇ 16
Pazarlama İlkeleri	4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	1	1	4	4	4	4