

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Pazarlama İlkeleri	1505209	II	2+0	2	2
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilerin pazarlama ilkelerini ve pazarlamada yönetsel uygulamaları kavramasını sağlamaktır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	<b>Bu dersin sonunda öğrenci;</b> 1) Pazarlamanın temelini teşkil eden kavram ve olguları tanımlar. 2) Pazar çevresi kavramını açıklayarak pazar çevresini oluşturan unsurları analiz eder. 3) Temel pazarlama bileşenlerini analiz eder. 4) Pazarlama bilgi sistemlerini kavrar. 5) Pazarlamadaki güncel gelişmeleri takip eder.				
Dersin İçeriği	Bu derste pazarlama kavramının tanımı ile pazarlama faaliyetlerinin etkilendiği çevresel şartların incelenmesi ve pazarlama sürecinin elemanları olan pazarlama karmasının anlatılması ve pazarlama ile ilgili temel ilkeler incelenecektir.				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Pazarlamaya Giriş ve Pazarlamanın İşletmedeki Rolü				
2	Pazarlama Çevresi ve Pazar Fırsatlarının İzlenmesi				
3	Tüketici ve Tüketici Davranışları				
4	Pazarlama Bilgi Sistemi ve Bilgi Kaynakları				
5	Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Seçimi				
6	Pazarlama Karması ve Ürün Kavramı				
7	Ara sınav				
8	Pazarlama Karması ve Hizmet Kavramı				
9	Fiyat ve Fiyatlandırma				
10	Pazarlama İletişimi ve Tutundurma Karması				
11	Dağıtım Kanalları				
12	Uluslararası Pazarlama				
13	Pazarlama Kontrolü				
14	Pazarlama Etiği ve Sosyal Sorumluluk				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
1-Pazarlama kavramı çerçevesinde pazarlama sürecindeki aşamaları uygulayabilir. 2-Müşteri tiplerine göre sektörel analizler yapabilir. 3-Müşteri odaklı pazarlama stratejilerinin uygulanabilirliğinin test edilmesine yönelik veriler ile çalışabilir ve sonuçlarını yorumlayabilir. 4-Pazarlama stratejilerini etkin bir şekilde kullanabilir.					
<b>Kaynaklar</b>					
Erdoğan, Z. (2014). <i>Pazarlama</i> . Ankara: Ekin Yayıncılık. Mucuk, İ. (2014). <i>Pazarlama İlkeleri</i> . İstanbul: Türkmen Kitabevi. Yükselen, C. (2013). <i>Pazarlama</i> . Ankara: Detay Yayıncılık.					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
<b>Ara sınav: % 40</b>					
<b>Final: % 60</b>					
<b>Bütünleme: % 60</b>					

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	1	1	1	1	1	2	1	2	2	5	4	5	1	5	5
ÖK2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	5	4	5	1	5	5
ÖK3	1	1	1	1	1	2	1	2	2	5	4	5	1	5	5
ÖK4	1	1	1	1	1	2	1	2	2	5	4	5	1	5	5
ÖK5	1	1	1	1	1	2	1	2	2	5	4	5	1	5	5
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>															
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1 Çok Düşük</b>			<b>2 Düşük</b>			<b>3 Orta</b>			<b>4 Yüksek</b>			<b>5 Çok Yüksek</b>		

**Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi**

Ders	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
Pazarlama İlkeleri	1	1	1	1	1	2	1	2	2	5	4	5	1	5	5