

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Meslek Etiği	1106437	IV	2+0	2	2
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Pazarlama uygulamalarının hukuki boyutunun önem kazanmasına paralel olarak pazarlama etiği konusu da sorgulanmaya başlanmıştır. Bu derste, pazarlama etiği konusunun kavramsal ve ölçüm boyutunda öğretilmesi hedeflenerek, sosyal ve toplumsal kazanımlar elde edilmesi amaçlanmaktadır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenci; 1.Etik ve sosyal sorumluluk bilinci oluşur. 2.Pazarlama etiğini bir meslek etiği olarak tanımlar. 3. Etiğin temel sorunlarını tartışır. 4.Pazarlama etiği ve tüketici etiğini analiz eder. 5.Etik davranış ilkelerini listeler. 6.Ahlaki yargıların doğruluğunu ve önemini tartışır.				
Dersin İçeriği	Pazarlama Etiği İle İlgili Temel Kavramlar, Etik ve Ahlak İlişkisi, Etiğin Felsefi Boyutu, Uygulamadan Örnekler ve Örnek Olaylar vb.				
Haftalar	Konular				
1	Etik nedir? Etik-Ahlak ilişkisi ve Etik Sorumluluk ilişkisi				
2	Sorumlulukla İlgili Kavramlar/İşletmelerde Sosyal Sorumluluk/Pazarlamada Sosyal Sorumluluk				
3	Etik Konusuna Felsefi ve Kuramsal Yaklaşımlar				
4	Pazarlamada Etik Konular ve Tüketici Etiği				
5	Tüketici Etiği Nasıl Ölçülür? İdealizm, Rölativizm(Görecelilik) ve Makyavelizm Ölçekleri				
6	Makale Değerlendirilmesi				
7	Ara Sınav				
8	Makale Değerlendirmesi ve Uygulamaya ve Teoriye Katkısının Tartışılması				
9	Makale Değerlendirmesi ve Uygulamaya ve Teoriye Katkısının Tartışılması				
10	Makale Değerlendirmesi ve Uygulamaya ve Teoriye Katkısının Tartışılması				
11	Makale Değerlendirmesi ve Uygulamaya ve Teoriye Katkısının Tartışılması				
12	Makale Değerlendirmesi ve Uygulamaya ve Teoriye Katkısının Tartışılması				
13	Makale Değerlendirmesi ve Uygulamaya ve Teoriye Katkısının Tartışılması				
14	Makale Değerlendirmesi ve Uygulamaya ve Teoriye Katkısının Tartışılması				
Genel Yeterlilikler					
1- Dürüstlük ve etik anlayışının bilincinde olabilir. 2- Pazarlamadaki etik konuları meslek hayatında uygulayabilir. 3- Sosyal sorumlulukla tüketici etiğini ilke edinebilir.					
Kaynaklar					
Torlak, Ö. (2006). <i>Pazarlama Ahlakı</i> . İstanbul: Beta Yayınları.					
Değerlendirme Sistemi					
Ara sınav: % 40					
Final: % 60					
Bütünleme:					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU												
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12
ÖÇ1	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	3	5
ÖÇ2	3	2	3	3	4	4	4	3	3	4	3	5
ÖÇ3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	5	3	5
ÖÇ4	3	3	3	4	3	4	5	3	4	4	4	5
ÖÇ5	3	2	3	3	3	4	5	3	4	4	3	5
ÖÇ6	3	3	2	3	3	4	4	3	3	5	3	5
ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları												
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük		2 Düşük		3 Orta			4 Yüksek		5 Çok Yüksek		

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Ders	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12
Meslek Etiği	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	3	5