

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Pazarlama İlkeleri	1106135	I	4+1	5	6
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Mesleki Ders				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	İşletme amaçlarına ulaşabilmeleri, pazarı iyi analiz edebilmeleri, pazarlama bileşenlerinin farklılık ve üstünlüklerini öğrenebilmeleri ve doğru pazarlama stratejileri izleyebilmeleri için gerekli olan teorik bilgileri edinmelerini sağlamaktır. Ayrıca uygulama örnekleri ile öğrenciler iş hayatına hazırlanmaya çalışılmaktadır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	<b>Bu dersin sonunda öğrenci;</b> 1-Pazarlamanın temel ilkelerinin kapsamlı faaliyetler bütünü olduğunu kavrar. 2- Pazarlama karmaşasının elemanlarını öğrenir. 3- Pazarlama alanındaki farklı görüş ve teorileri öğrenir. 4-Tutundurma faaliyetlerinin önemini kavrar. 5- Fiyat politikası, ürün politikası, dağıtım kanalları hakkında bilgi sahibi olur. 6- Pazarlama olgusu ve pazarlamanın etki alanları öğrenir.				
Dersin İçeriği	Pazarlamanın Kapsamı, Gelişimi ve Modern Pazarlama Yönetimi, Pazarlama Çevresi, Stratejik Planlama ve Pazarlamanın Rolü, Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırması, Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışı, Endüstriyel (Örgütsel) Pazarlar ve Endüstriyel Alıcı Davranışları, Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazar Seçimi ve Talep Tahminleri, Tutundurma, Kişisel Satış, Reklam, Halkla İlişkiler ve Tanıtım vb.				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Pazarlama Kavramı ve Pazarlamanın Tarihsel Gelişim Süreci, Pazarlama Çevresi: Makro- Mikro Çevre Faktörleri				
2	Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırması				
3	Tüketici Pazarları, Endüstriyel Pazarlar, Pazar Bölümlendirme ve Konumlandırma				
4	Mamul Politikası: Yeni Mamul Geliştirme Süreci, Marka, Ambalaj, Satış Sonrası Hizmetler				
5	Fiyat Politikası, Tutundurma- Bütünleşik Pazarlama İletişimi				
6	Kişisel Satış, Reklam, Halkla İlişkiler, Satış Geliştirme ve Doğrudan Pazarlama				
7	Ara Sınav				
8	Fiyat, Tutundurma (Pazarlama İletişimi)				
9	Reklam ve Halkla İlişkiler				
10	İnternette Pazarlama ve Doğrudan Pazarlama				
11	Dağıtım Kanalları ve Fiziksel Dağıtım (Lojistik)				
12	Pazarlama Yönetiminde Organizasyon, Uygulama ve Denetim				
13	Hizmet Pazarlaması				
14	Uluslararası Pazarlama				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
1- Mal ve hizmetlerin tanıtımı ve pazarlanması için değişen koşulları da göz önünde bulundurarak pazarlama planları üretebilir. 2- Ticarete uygulanan stratejileri analiz edebilir. 3- Finansmanla ilgili genel yorumlama yapabilir.					
<b>Kaynaklar</b>					
Mucuk, İ. (2006). <i>Pazarlama İlkeleri</i> . İstanbul: Türkmen Kitapevi.					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
<b>Ara sınav: % 40</b>					
<b>Final: % 60</b>					
<b>Bütünleme:</b>					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU												
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12
ÖÇ1	3	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4
ÖÇ2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5
ÖÇ3	3	3	2	3	3	4	4	4	5	4	3	5
ÖÇ4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5
ÖÇ5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	3	3	5
ÖÇ6	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5
<b>ÖÇ: Öğrenme Çıktıları 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
Pazarlama İlkeleri	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	3	5