

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
PAZARLAMA İLKELERİ	HİT1132630	Güz Dönemi	2+0	2	4
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Ön Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Fatma Betül ORTAKÖY				
Dersi Verenler	Öğr.Gör. Reha TARTICI				
Dersin Yardımcıları	-				
Dersin Amacı	Bu dersin amacı; modern pazarlamanın temel kavramları ve uygulaması hakkında öğrencinin bilgi ile donanımını sağlamaktır. pazarlamanın temel kavramları ve gelişimi, pazarlama çevresi, stratejik pazarlama, pazarlama araştırması, tüketici pazarları ve tüketici davranışı, endüstriyel pazarlar, pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi, pazar konumlandırma, pazarlama karması; ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma konularına değinilmektedir.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Pazarlama Kavramı, Pazarlamanın Temelleri, Pazarlama Anlayışında Değişim,Pazar Bölümlendirme ve Pazarlama Çevresi,Tüketici Davranışları,Pazarlama Yönetimi,Stratejik Pazarlama Planlaması,Rekabet ve Büyüme Stratejileri,Konumlandırma,Ürün-Hizmetler ve Marka Yönetimi,Fiyat Kararları,Fiyatlandırma Stratejileri,Dağıtım Kanalı Stratejileri,Tutundurma Stratejileri,Güncel Pazarlama Kavramları,Proje Sunumları; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları	Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri			
1. Pazarlamanın temelini teşkil eden kavram ve olguları tanımlayabilecektir.	10, 13, 14, 16, 2, 4, 5, 9	A, E			
1.1. Pazarlamanın ve ilgili konseptlerin özellikleri ile ilgili örnekler verir.	10, 13, 14, 16, 4, 5, 6, 9				
1.2. Üretim, ürün, satış ve pazarlama yaklaşımlarını kavrar.	13, 16, 6, 9				
2. Pazar çevresi kavramı çerçevesinde pazar çevresini oluşturan unsurları analiz edecektir.	13, 9	A, D, E, F			
2.1. Pazarlama bilgi sistemleri kavramını anlatır.	13, 4, 9				
2.2. Pazarlama yönetimi açısından gerekli olan bilgi türlerini belirleyerek analiz edebilir.	10, 13, 16, 4, 9				
2.3. Pazarlama yönetimi açısından pazar çevresinin çıkarımlarını belirler.	10, 16, 9				
3. Pazar bölümlenme ve hedef pazar seçimi kavramını ve stratejilerini öğrenebilecektir.	13, 9	A, E, F			
3.1. Pazar bölümlenme sürecini ve kriterlerini öğrenerek, hedef pazar seçimi olgusunu uygulayabilir.	10, 13, 16, 9				
3.2. Hedef pazar seçim stratejilerinin farklı şirketlerde uygulanma biçimlerini öğrenir.	13, 16, 4, 9				
4. Tüketici davranışlarının sebeplerini anlayarak yorumlar.	4, 9	A, E, F			
4.1. Tüketici satın alma sürecini kavrar.	10, 13, 16, 6, 9				
4.2. Tüketici davranışlarını etkileyen sosyal, psikolojik ve durumsal faktörleri kavrar.	10, 13, 16, 6, 9				
5. Temel pazarlama bileşenlerini pazarlama süreci içindeki yerlerini anlayabilecektir.	4, 9	A, E, F			
5.1. Pazarlama planı ve stratejik pazarlama planlaması kavramlarını tanımlar, ilgili öğeleri belirler, stratejik pazarlama planı geliştirip uygulayabilecektir.	13, 9	A, E, F			
5.2. Pazarlama karması elemanlarından ürün bileşenini kavrar.	10, 13, 14, 16, 4, 5, 6, 9				
5.3. Pazarlama karması elemanlarından fiyat bileşenini kavrar.	10, 13, 14, 16, 4, 5, 6, 9				
5.4. Pazarlama karması elemanlarından dağıtım bileşenini kavrar.	10, 13, 14, 16, 4, 5, 6, 9				
5.5. Pazarlama karması elemanlarından tutundurma bileşenini kavrar.	10, 13, 14, 16, 4, 5, 6, 9				
6. Bir işletmenin pazarlama faaliyetlerini analiz ederek pazarlama programlarını oluşturabilecektir.	13, 9	A, E, F			
6.1. Pazarlamadaki güncel gelişmeleri takip ederek yeni stratejilerin oluşturulmasında kullanır.	10, 16, 9				
6.2. Pazarlama bağlamında iş dünyasında yaşanmakta olan güncel olayları ve gelişmeleri değerlendirerek rasyonel bir bakış açısıyla pazarlama programlarını geliştirebilecektir.	10, 13, 9				
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 13: Örnek Olay Yöntemi, 14: Bireysel Çalışma Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 2: Proje Temelli Öğrenme Modeli, 4: Sorgulama Temelli Öğrenme Modeli, 5: İşbirlikli Öğrenme Modeli, 6: Deneyimle Öğrenme Modeli, 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, D: Sözlü Sınav, E: Ödev, F: Proje Görevi				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Pazarlama Kavramı, Pazarlamanın Temelleri, Pazarlama Anlayışında Değişim				
2	Pazar Bölümlendirme ve Pazarlama Çevresi				
3	Tüketici Davranışları				
4	Pazarlama Yönetimi				
5	Stratejik Pazarlama Planlaması				
6	Rekabet ve Büyüme Stratejileri				
7	Konumlandırma				
8	Ürün-Hizmetler ve Marka Yönetimi				
9	Fiyat Kararları				
10	Fiyatlandırma Stratejileri				
11	Dağıtım Kanalı Stratejileri				
12	Tutundurma Stratejileri				
13	Güncel Pazarlama Kavramları				
14	Proje Sunumları				

**Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu / Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı**  
**2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı**  
**PAZARLAMA İLKELERİ**  
**Syllabus**

<b>Değerlendirme Yöntemleri</b>	<b>Sınava Katkısı</b>
Ara Sınav	40
Genel Sınav	60

<b>Kaynaklar</b>
Derste verilen sunumlarPazarlama İlkeleri ve Yönetimi, Remzi Altunışık, Şuayıp Özdemir, Ömer Torlak. Beta Yayıncılık PAZARLAMA(Kavramlar, İlkeler ve Kararlar), Zeliha ESER, Sezer KORKMAZ, Sevgi Ayşe ÖZTÜRK.Siyasal Kitabevi