

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
PAZARLAMA İLKELERİ	HM2166650	Güz Dönemi	3+0	3	4
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler	Sağlıkta Etik ve Sosyal Sorumluluk, Değişim Yönetimi ve Liderlik, Sağlık Turizmi				
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Doç.Dr. Gökhan AYDIN				
Dersi Verenler	Doç.Dr. Gökhan AYDIN				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Dersin amacı temel pazarlama ilkeleri, pazarlama ile ilgili temel kavramlar, pazarlama çevresi ve pazarlama araçları ile ilgili konularda öğrencileri bilgilendirmektir.				
Dersin İçeriği	Bu ders; 1. Ders Hakkında Genel Bilgi ve Giriş, Pazarlama Kavramı ve Unsurları,2. Pazarlama Anlayışı ve Gelişimi,3. Dış Pazarlama Çevresi Unsurları,4. Mikro ve Makro Çevre,5. Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışı,6. Tüketicilerin Satın Alma Karar Süreci,7. Örgütsel Pazarlar,8. Örgütsel Pazarda Satın Alma Karar Süreci,9. Yeni Ürün Kabul Süreci,10. Pazar Bölümlendirmesi ve Konumlandırma,11. Pazarlama Bilgi Sistemleri,12. Pazarlama Bileşenleri Olarak Mamul Kavramı ve Fiyatlandırma,13. Dağıtım ve Dağıtım Kanalları,14. Tutundurma / Pazarlama İletişimi; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Çıktıları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
Bu dersin sonunda öğrenci;					
1. Pazarlamaya ilişkin temel konuları kavrar ve yorumlar.				1, 12, 2, 3	A, C, E
2. Pazarlama kavramını açıklar.				1, 12, 2, 3	A, C, E
3. Pazar türlerini sınıflar.				1, 12, 2, 3	A, C
4. Mikro ve Makro pazarları karşılaştırır.				1, 12, 2, 3	A, C
5. Pazarlama yöneticilerinin karşılaşılabilecekleri sorunları çözecek genel bakış açısı kazanır.				1, 12, 2, 3	A, C
6. Tüketicilerin satın alma kararlarını değerlendirir.				1, 12, 2, 3	A, C
7. Örgütsel pazarda satın alma karar sürecini değerlendirir.				1, 12, 2, 3	A, C
8. Pazar bölümlendirmesini planlar.				1, 12, 2, 3	A, C
9. Pazarlama bileşenlerini açıklar.				1, 12, 2, 3	A, C
10. Pazarlama bileşenlerini kullanır.				1, 12, 2, 3	A, C
11. Tutundurma faaliyetlerini planlar.				1, 12, 2, 3	A, C
12. Dağıtım kanallarını karşılaştırır.				1, 12, 2, 3	A, C
Öğretim Yöntemleri	1: Anlatım, 12: Örnek Olay, 2: Soru - Cevap, 3: Tartışma				
Ölçme Yöntemleri	A: Yazılı sınav, C: Ödev, E: Kısa Sınav				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	1. Ders Hakkında Genel Bilgi ve Giriş, Pazarlama Kavramı ve Unsurları	İlgili kitap bölümü ve ders notlarının okunması			
2	2. Pazarlama Anlayışı ve Gelişimi	İlgili kitap bölümü ve ders notlarının okunması			
3	3. Dış Pazarlama Çevresi Unsurları	İlgili kitap bölümü ve ders notlarının okunması			
4	4. Mikro ve Makro Çevre	İlgili kitap bölümü ve ders notlarının okunması			
5	5. Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışı	İlgili kitap bölümü ve ders notlarının okunması			
6	6. Tüketicilerin Satın Alma Karar Süreci	İlgili kitap bölümü ve ders notlarının okunması			
7	7. Örgütsel Pazarlar	İlgili kitap bölümü ve ders notlarının okunması			
8	8. Örgütsel Pazarda Satın Alma Karar Süreci	İlgili kitap bölümü ve ders notlarının okunması			
9	9. Yeni Ürün Kabul Süreci	İlgili kitap bölümü ve ders notlarının okunması			
10	10. Pazar Bölümlendirmesi ve Konumlandırma	İlgili kitap bölümü ve ders notlarının okunması			
11	11. Pazarlama Bilgi Sistemleri	İlgili kitap bölümü ve ders notlarının okunması			
12	12. Pazarlama Bileşenleri Olarak Mamul Kavramı ve Fiyatlandırma	İlgili kitap bölümü ve ders notlarının okunması			
13	13. Dağıtım ve Dağıtım Kanalları	İlgili kitap bölümü ve ders notlarının okunması			
14	14. Tutundurma / Pazarlama İletişimi	İlgili kitap bölümü ve ders notlarının okunması			
Kaynaklar					
Ders Notları, Konu İle İlgili Web Siteleri, power point sunumlar Mehmet Karafakioğlu, Pazarlama İlkeleri, Literatür Yayınları.; Cemal Yükselen, Pazarlama: İlkeler, yönetim, örnek olaylar, Detay Yayıncılık					