

**İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)****2020 - 2021 Eğitim Öğretim Yılı****PAZARLAMA İLKELERİ****Ders Tasarımı (Syllabus)**

<b>Dersin Tanımı</b>					
<b>Adı</b>	<b>Kodu</b>	<b>Yarıyıl</b>	<b>T+U Saat</b>	<b>Kredi</b>	<b>AKTS</b>
PAZARLAMA İLKELERİ	PR2273430	Bahar Dönemi	3+0	3	5
<b>Ön Koşul Dersleri</b>					
<b>Önerilen Seçmeli Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	İngilizce				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans				
<b>Dersin Türü</b>	Zorunlu				
<b>Dersin Koordinatörü</b>	Doç.Dr. Ayşen AKYÜZ				
<b>Dersi Verenler</b>	Doç.Dr. Ayşen AKYÜZ				
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Bu dersin amacı, öğrencileri pazarlamanın temel kavram ve esaslarıyla tanıştırmak ve öğrencilerin tüketiciyi işletmenin odağına alan modern pazarlama stratejileri ve uygulamalarını kavramalarını sağlamaktır.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu ders; Pazarlamaya Giriş,Tüketici Davranışı,Pazarlama Ahlakı,Pazarlama Araştırması,Ürün ve Marka Kararları I,Ürün ve Marka Kararları II,Fiyatlandırma,Dağıtım ,Tutundurma-Bütünleşik Pazarlama İletişimi I,Tutundurma-Bütünleşik Pazarlama İletişimi II,Hizmet Pazarlaması,e-Pazarlama,Global Pazarlama I,Global Pazarlama II; konularını içermektedir.				
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları</b>			<b>Öğretim Yöntemleri</b>	<b>Ölçme Yöntemleri</b>	
1. Pazarlamanın modern toplum ve işletmelerdeki rolünü kavrar.			1, 12, 2	A, B	
3. Konumlandırma, müşteri değer önerisi gibi temel kavramları açıklar.			1, 12, 2	A, B	
4. Kapsamlı bir plan oluşturmak için pazarlama karmaşasını bütünleştirir.			1, 12, 2	A, B	
5. Pazarlama problemlerini analiz eder ve çözümler önerir.			1, 12, 2	A, B	
6. Global pazarlama çerçevesini kavrar.			1, 12, 2	A, B	
2. Ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma temelli (4P) stratejiler geliştirir.			1, 12, 2	A, B	
<b>Öğretim Yöntemleri</b>	1: Anlatım, 12: Örnek Olay, 2: Soru - Cevap				
<b>Ölçme Yöntemleri</b>	A: Yazılı sınav, B: Sözlü Sınav				
<b>Ders Akışı</b>					
<b>Sıra</b>	<b>Konular</b>	<b>Ön Hazırlık</b>			
1	Pazarlamaya Giriş				
2	Tüketici Davranışı				
3	Pazarlama Ahlakı				
4	Pazarlama Araştırması				
5	Ürün ve Marka Kararları I				
6	Ürün ve Marka Kararları II				
7	Fiyatlandırma				
8	Dağıtım				
9	Tutundurma-Bütünleşik Pazarlama İletişimi I				
10	Tutundurma-Bütünleşik Pazarlama İletişimi II				
11	Hizmet Pazarlaması				
12	e-Pazarlama				
13	Global Pazarlama I				
14	Global Pazarlama II				
<b>Kaynaklar</b>					
Perreault, W., Cannon, J. McCarthy, E.J. (2013). Pazarlamanın Temelleri. Nobel Yayınevi. Kotler, K. Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Pearson. Powerpoint sunumlar					