

İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi / İşletme Programı (İngilizce)

2019 - 2020 Eğitim Öğretim Yılı

PAZARLAMANIN İLKELERİ

Ders Tasarımı (Syllabus)

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
PAZARLAMANIN İLKELERİ	BUS2153260	Güz Dönemi	3+0	3	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Muhsin Fuat BAYIK				
Dersi Verenler	Dr.Öğr.Üye. Muhsin Fuat BAYIK				
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; Ders Hakkında Genel Bilgi ve Giriş, Pazarlama Tanımı ve Gelişimi, Pazarlama Çevresi, Stratejik Planlama, Pazarlama Araştırması, Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışı, Endüstriyel ve Uluslararası Pazarlar, Pazar Bölümlendirme, Hedefleme, Konumlandırma, Mamul , Fiyat ve Tutundurma, Kişisel Satış ve Satış Geliştirme, Reklam ve Halkla İlişkiler, İnternette Pazarlama ve Doğrudan Pazarlama, Dağıtım , Hizmet Pazarlaması , Uluslararası Pazarlama ; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Çıktıları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1. Pazarlamaya ilişkin temel konuları kavrayabilecek ve yorumlayabilecektir.				1, 12, 15, 18, 2, 21, 3	A, B, C, E
1.1. Pazarlama kavramını açıklar.				1, 12, 15, 18, 21, 3	A, B, C, E
1.2. Pazar türlerini sınıflar.				1, 12, 15, 18, 21, 3	A, B, C, E
1.3. Mikro ve Makro pazarları karşılaştırır.				1, 12, 15, 18, 21, 3	A, B, C, E
2. Pazarlama yöneticilerinin karşılaşılabilecekleri sorunları çözecek genel bakış açısı kazanabilecektir.				1, 12, 15, 18, 21, 3	A, B, C, E
2.1. Tüketicilerin satınalma kararlarını değerlendirir.				1, 12, 15, 18, 21, 3	A, B, C, E
2.2. Örgütsel pazarda satınalma karar sürecini değerlendirir.				1, 12, 15, 18, 21, 3	A, B, C, E
2.3. Pazar bölümlendirmesini planlar.				1, 12, 15, 18, 21, 3	A, B, C, E
3. Pazarlama bileşenlerini açıklayabilecektir.				1, 12, 15, 18, 21, 3	A, B, C, E
3.1. Pazarlama bileşenlerini kullanır.				1, 12, 15, 18, 21, 3	A, B, C, E
3.2. Tutundurma faaliyetlerini planlar.				1, 12, 15, 18, 21, 3	A, B, C, E
3.3. Dağıtım kanallarını karşılaştırır.				1, 12, 15, 18, 21, 3	A, B, C, E
Öğretim Yöntemleri	1: Anlatım, 12: Örnek Olay, 15: Problem Çözme, 18: Vaka Çalışması, 2: Soru - Cevap, 21: Video, 3: Tartışma				
Ölçme Yöntemleri	A: Yazılı sınav, B: Sözlü Sınav, C: Ödev, E: Kısa Sınav				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Ders Hakkında Genel Bilgi ve Giriş, Pazarlama Tanımı ve Gelişimi				
2	Pazarlama Çevresi, Stratejik Planlama				
3	Pazarlama Araştırması				
4	Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışı				
5	Endüstriyel ve Uluslararası Pazarlar				
6	Pazar Bölümlendirme, Hedefleme, Konumlandırma				
7	Mamul				
8	Fiyat ve Tutundurma				
9	Kişisel Satış ve Satış Geliştirme				
10	Reklam ve Halkla İlişkiler				
11	İnternette Pazarlama ve Doğrudan Pazarlama				
12	Dağıtım				
13	Hizmet Pazarlaması				
14	Uluslararası Pazarlama				
Kaynaklar					
Ders Notları, Konu İle İlgili Web Siteleri, powerpoint sunumları Mehmet Karafakioğlu, Pazarlama İlkeleri, Literatür Yayınları. İsmet Mucuk, Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi. İbrahim Kircova, İnternette Pazarlama, Beta Yayınevi					