

İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)**2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı****PAZARLAMA İLKELERİ****Syllabus**

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
PAZARLAMA İLKELERİ	PR2273430	Bahar Dönemi	3+0	3	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Prof.Dr. Ayşen AKYÜZ				
Dersi Verenler	Prof.Dr. Ayşen AKYÜZ				
Dersin Yardımcıları	Prof.Dr.Ayşen Akyüz				
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencileri pazarlamanın temel kavram ve esaslarıyla tanıştırmak ve öğrencilerin tüketiciyi işletmenin odağına alan modern pazarlama stratejileri ve uygulamalarını kavramalarını sağlamaktır.				
Dersin İçeriği	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.				
Dersin Öğrenme Kazanımları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1. Pazarlamanın modern toplum ve işletmelerdeki rolünü kavrar.				13, 16, 9	A, D
3. Konumlandırma, müşteri değer önerisi gibi temel kavramları açıklar.				13, 16, 9	A, D
4. Kapsamlı bir plan oluşturmak için pazarlama karmasını bütünleştirir.				13, 16, 9	A, D
5. Pazarlama problemlerini analiz eder ve çözümler önerir.				13, 16, 9	A, D
6. Global pazarlama çerçevesini kavrar.				13, 16, 9	A, D
2. Ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma temelli (4P) stratejiler geliştirir.				13, 16, 9	A, D
Öğretim Yöntemleri	13: Örnek Olay Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav, D: Sözlü Sınav				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Pazarlamaya Giriş				
2	Tüketici Davranışı	Ders kitabından ilgili ünitelerden verilen okumanın yapılması			
3	Pazarlama Ahlakı	Ders kitabından ilgili ünitelerden verilen okumanın yapılması			
4	Pazarlama Araştırması	Ders kitabından ilgili ünitelerden verilen okumanın yapılması			
5	Ürün ve Marka Kararları I	Ders kitabından ilgili ünitelerden verilen okumanın yapılması			
6	Ürün ve Marka Kararları II	Ders kitabından ilgili ünitelerden verilen okumanın yapılması			
7	Fiyatlandırma	Ders kitabından ilgili ünitelerden verilen okumanın yapılması			
8	Dağıtım	Ders kitabından ilgili ünitelerden verilen okumanın yapılması			
9	Tutundurma-Bütünleşik Pazarlama İletişimi I	Ders kitabından ilgili ünitelerden verilen okumanın yapılması			
10	Tutundurma-Bütünleşik Pazarlama İletişimi II	Ders kitabından ilgili ünitelerden verilen okumanın yapılması			
11	Hizmet Pazarlaması	Ders kitabından ilgili ünitelerden verilen okumanın yapılması			
12	e-Pazarlama	Ders kitabından ilgili ünitelerden verilen okumanın yapılması			
13	Global Pazarlama I	Ders kitabından ilgili ünitelerden verilen okumanın yapılması			
14	Global Pazarlama II	Ders kitabından ilgili ünitelerden verilen okumanın yapılması			
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

Kaynaklar
Perreault, W., Cannon, J. McCarthy, E.J. (2013). Pazarlamanın Temelleri. Nobel Yayınevi. Kotler, K. Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Pearson. Powerpoint sunumlar