AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Pazarlamaya Giriş								
Ders Kodu	PAR181		Ders Düzeyi		Önlisans				
AKTS Kredi	2	İş Yükü	50 *(Saat)*	Teori	2	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Öğrencinin, işletmenin mevcut pazarlama anlayışını analiz ederek, pazarlama anlayışı belirleyebilmesini, faaliyet gösterdiği sektör ve hedef pazarına göre pazarlama çevresini analiz edebilmesini, işletmenin kontrol edemeyeceği değişkenleri belirleyebilmesini, pazar bölümlerini değerlendirebilmesine, uygun bölümlerin hedef pazar olarak saptanmasına katkı sağlayabilmesini, ürünün farklılaştırılmasına ve konumlandırılmasına, katkıda bulunabilmesini, ürün yaşam dönemlerini saptayarak satış artırıcı tedbirler alabilmesini, pazar yapısı, rekabet durumu ve işletme amaçlarına göre, fiyatın belirlenmesine ve yönetimine yardımcı olabilmesini, hedef pazara göre tutundurma karmasının oluşmasına yardımcı olabilmesini, pazarlama kanallarını belirleyebilmesini, kanal tasarımının yapılmasını ve en uygun kanal sisteminin seçimine katkı sağlayabilmesini amaçlamaktadır.								
Özet İçeriği	İşletmenin mevcut pazarlama anlayışını analiz etmek, İşletme ve pazarın durumuna göre pazarlama anlayışını belirlemek, Kontrol edilemeyen değişkenleri belirlemek, Kontrol edilemeyen değişkenleri belirlemek, Kontrol edilebilen değişkenleri belirlemek, Pazar bölümlerini değerlendirmek, Uygun bölümlerin hedef pazar olarak saptanmasına katkı sağlamak, Ürünün farklılaştırılmasına yardımcı olmak, Ürünün konumlandırılmasına yardımcı olmak, Ürünün yaşam dönemlerini saptayarak tedbirler alma, Fiyatın belirlenmesine yardımcı olmak, Fiyatın uyarlanmasını sağlamak, Fiyat değiştirme stratejilerine önerilerde bulunmak, Pazarlama kanallarını belirlemek, Pazarlama kanallarının tasarımının yapılmasına katkı sağlamak, Kanal sistemleri içinden en uygun olanının seçimine katkı sağlamak.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Tartışma								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)	Öğr. Gör. Gonca KÜÇÜK								

Ölçme ve Değerlendirme Araçları		
Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar	
1	Pazarlama İlkeler- Yönetim- Örnek Olaylar; Prof. Dr. Cemal YÜKSELEN

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	İşletmenin mevcut pazarlama anlayışını analiz etmek İşletme ve pazarın durumuna göre pazarlama anlayışını belirlemek, Kontrol edilemeyen değişkenleri belirlemek
2	Teorik	Kontrol edilemeyen değişkenleri belirlemek, Kontrol edilebilen değişkenleri belirlemek
3	Teorik	Pazar bölümlerini değerlendirmek
4	Teorik	Uygun bölümlerin hedef pazar olarak saptanmasına katkı sağlamak
5	Teorik	Ürünün farklılaştırılmasına yardımcı olmak
6	Teorik	Ürünün konumlandırılmasına yardımcı olmak
7	Teorik	Ürünün yaşam dönemlerini saptayarak tedbirler alma
8	Teorik	Fiyatın belirlenmesine yardımcı olmak
9	Teorik	Ara Sınav
10	Teorik	Fiyatın uyarlanmasını sağlamak Fiyat değiştirme stratejilerine önerilerde bulunmak
11	Teorik	Fiyat değiştirme stratejilerine önerilerde bulunmak
12	Teorik	Pazarlama kanallarını belirlemek
13	Teorik	Pazarlama kanallarının tasarımının yapılmasına katkı sağlamak
14	Teorik	Kanal sistemleri içinden en uygun olanının seçimine katkı sağlamak
15	Teorik	Kanal sistemleri içinden en uygun olanının seçimine katkı sağlamak
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Yarıyıl Sonu Sınavı

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)				
Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	14	0	2	28
Ödev	1	0	10	10
Ara Sınav	1	5	1	6
Dönem Sonu Sınavı	1	5	1	6
			Toplam İş Yükü (Saat)	50
			Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = **AKTS Kredisi**	2
**25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.*				

Dersin Öğrenme Çıktıları	
1	Pazarlama çevresini analiz edebilme
2	Ürün kararlarına yardımcı olacak fikirler oluşturabilme
3	Stratejik pazarlama ve pazarlama planlaması sürecini etkin olarak yönetebilme becerilerini geliştirmek.
4	Stratejik pazarlama yönetimi ve planlaması için karar alabilmeye yatkınlık, ve bu kararları alırken çeşitli analitik çerçeveleri kullanabilme becerilerini geliştirmek.
5	Pazarlama yönetimi araçlarının planlanması, uluslararası pazarlara yeni ürünle pazara girme stratejileri ve ürün yaşam evreleri ve bu sürecin yönetimiyle ilgili yeteneklerini geliştirmek.

Program Çıktıları *(Bilgisayar Programcılığı Programı)*	
1	Web projesi hazırlama ve yayınlama bilgi ve becerilerine sahip olma
2	Veritabanı uygulamalarını amaca uygun kullanıp yönetimi için gerekli bilgi ve beceriye sahip olma
3	Yazılım geliştirme, test etme ve kurulumu için gerekli bilgi ve beceriye sahip olma
4	Bilgisayar programcılığı için gerekli donanımı kullanabilmeli ve söz konusu donanım ile ilgili karşılaştıkları temel sorunları çözebilme
5	Bilgisayar programcılığının gerektiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilme
6	Alan ile ilgili karşılaşılan problemlere çözüm üretebilme
7	Mesleğinde iş planlaması yapma yeterliklerine sahip olma
8	İş arkadaşları ve müşterileri ile bilgi ve beceriye dayalı düzeyli bir iletişim kurabilme
9	Bireysel ya da bir ekip üyesi olarak sorumluluk alabilmeli ve aldığı sorumluluğu başarıyla yerine getirebilme
10	Çalışma konusuyla ilgili düşüncelerini yazılı ve sözlü ifade edebilme
11	Kazandığı bilgileri yeni durumlara uyarlayabilme

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi *1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek*

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	1	1	1	1	1
PÇ2	1	1	1	1	1
PÇ3	1	1	1	1	1
PÇ4	1	1	1	2	1
PÇ5	1	1	1	2	2
PÇ6	1	1	1	2	2
PÇ7	1	1	1	1	2
PÇ8	1	1	1	1	1
PÇ9	1	1	1	1	1
PÇ10	1	1	1	2	1
PÇ11	1	1	1	1	1