



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Pazarlamaya Giriş							
Ders Kodu		PAR181		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	2	İş Yüğü	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 uyarlanması 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 (Mobilya ve Dekorasyon Programı)

1	Teknik Resim ve Mesleki Resim çizebilme ve okuyabilme,
2	Proje hazırlayabilme, proje okuyabilme becerisi kazanabilme,
3	Atölye uygulamalarında kullanılacak malzemeleri ve özelliklerini bilme, üretime uygun olan malzemeyi kullanabilme,
4	Üretimde kullanılan Makineleri tanıyabilme, üretime uygun olarak makinelerin, ayarlamalarını ve bakımları yapabilme ve makineyi kullanabilme,
5	Eğitim süresince İş disiplini, çalışma ortamı kurallarını ve birlikte iş görebilme alışkanlığı kazanabilme,
6	İç Mimari ve dış Mekana, insan vücut ölçülerine uygun mobilya tasarlayabilme, üretebilme,
7	Üretim esnasında malzemeyi ve zamanı verimli kullanabilme, uygun metodlar oluşturabilme,
8	Tasarımda, İnsan, Makine ve çevre uyumunu göz önünde bulundurabilme,
9	Problemleri doğru algılama ve tanımlama, gerekli durumlarda inisiyatif kullanabilme ve karar alma becerisi kazanabilme,
10	Araştırma yöntemlerini bilme, sorgulama ve analiz yeteneğine sahip olabilme
11	Sektörel ve Teknolojik gelişmeleri izleyebilme ve mesleğe uyarlayabilme,
12	Sektörde kullanılan bilgisayar Programlarını öğrenebilme ve kullanabilme becerisi kazanabilme,

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

ÖÇ2	
PÇ5	2

