



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
BOZDOĞAN MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
PAZARLAMA PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Pazarlama İlkeleri								
Ders Kodu	PZL104			Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	6	İş Yüğü	150 (Saat)	Teori	4	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Pazarlamanın temel ilkelerinin, kavramlarının, süreç ve modellerinin aktarılması								
Özet İçeriği	Pazarlama temel kavramları, ürün, fiyat, yer ve tutundurma faaliyetleri								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Tartışma, Bireysel Çalışma								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	İsmet Mucuk, Pazarlama İlkeleri, İstanbul: Türkmen Kitabevi, 2008
2	Mehmet Karafakioğlu, Pazarlama İlkeleri, İstanbul: Literatür Yayınları

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	İstek, ihtiyaç, talep ve pazarlama kavramları
2	Teorik	Pazarlamanın gelişimi ve pazarlama yaklaşımları
3	Teorik	Stratejik planlama, stratejik pazarlama planlaması ve pazarlama stratejisi
4	Teorik	Pazarlamanın çevresi
5	Teorik	Pazarlama bilgi sistemi ve pazarlama araştırması
6	Teorik	Tüketici ve endüstriyel pazarlar ve tüketici davranışları
7	Teorik	Tüketici ve endüstriyel pazarlar ve tüketici davranışları
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	Çalışma haftası
10	Teorik	Pazar bölümlendirme
11	Teorik	Hedef pazar seçim stratejileri
12	Teorik	Ürün kararları
13	Teorik	Fiyat kararları
14	Teorik	Tanıtım kararları
15	Teorik	Çalışma Haftası
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final Sınavı
17	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final Sınavı

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	0	2	28
Ödev	7	6	0	42
Dönem Ödevi	5	8	0	40
Ara Sınav	1	0	20	20
Dönem Sonu Sınavı	1	0	20	20
Toplam İş Yüğü (Saat)				150
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				6

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.



Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Pazarlamanın temel kavramlarını kavramak ve pazarlamanın çevresini analiz etmek
2	Pazarlama stratejisinin geliştirilmesine katkı sağlamak
3	Pazar bölümlendirmesi ve hedef pazar seçim stratejilerini kavramak
4	Hedef pazar seçim stratejilerinin belirlenmesine katkı sağlamak.
5	Ürün kararlarını kavramak.
6	Fiyat kararlarını kavramak
7	Tanıtım kararlarını kavramak.
8	Dağıtım kararlarını kavramak

Program Çıktıları (Pazarlama Programı)

1	Teorik alan bilgilerini uygulamada kullanabilme becerisi
2	Gereksinimleri karşılayacak biçimde bir süreci yönetme becerisi
3	Disiplinlerarası da dahil takımlarda çalışma becerisi
4	Mesleki uygulamada problemleri tanımlama ve çözüme becerisi
5	Mesleki etik ve sorumluluk bilinci
6	Sektörel sorunlar hakkında bilgi sahibi olabilme becerisi
7	Mesleki yasal mevzuatı anlayabilme ve uygulama becerisi
8	Etkin iletişim kurma becerisi
9	Bilgi ve iletişim teknolojisi araçları ile diğer mesleki araçları ve teknikleri kullanabilme becerisi
10	Mesleki süreçleri planlama ve uygulama becerisi
11	Mesleki özgüven ve girişimcilik becerisi
12	Sosyal kültürel ve toplumsal sorumlulukları kavrama, benimseme ve uygulama becerisi
13	Yaşam boyu öğrenmenin gerekliliği bilinci ve bunu gerçekleştirebilme becerisi
14	Ulusal ve uluslararası çağdaş sorunları takip edebilmek
15	Atatürk İlke ve İnkılaplarına duyarlı olabilme, Türk Dilini doğru kullanabilme, temel resmi yazışmaları yapabileceği ve alanı ile ilgili yabancı terimleri anlama becerisine sahip olmak

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5	ÖÇ6	ÖÇ7	ÖÇ8
PÇ1	5	5	5	5	5	5	5	5
PÇ2	3	3	3	3	3	4	4	4
PÇ3	5	3	5	5	5	3	3	3
PÇ4	5	3	5	5	5	3	5	5
PÇ5	3	5	4	5	4	5	4	5
PÇ6	5	5	3	5	5	5	5	5
PÇ7	4	4	4	3	3	4	4	
PÇ8	3	3	4	3	3	5	5	5
PÇ9	4	4	3	4	3	5	3	3
PÇ10	4	3	4	4	3	3	3	3
PÇ11	4	4	4	4	3	3	3	3
PÇ12	4	4	3	3	4	3	3	3
PÇ13	4	3	3	3	3	3	3	3
PÇ14	4	3	3	3	3	3	3	3
PÇ15	3	3	3	3	3	3	3	3

