



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Pazarlama İlkeleri							
Ders Kodu		İYP211		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	3	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, amaçlamaktadır.							
Özet İçeriği		Pazarlamanın konusu kapsamı ve gelişimi; İşletmenin mevcut pazarlama anlayışını analiz etmek; İşletme ve pazarın durumuna göre pazarlama anlayışını belirlemek; Pazarlama çevresi ve stratejik planlama; Kontrol edilemeyen değişkenleri belirlemek; Kontrol edilebilen değişkenleri belirlemek; Pazarlama bilgi sistemi ve pazarlama araştırması; Tüketici pazarları ve Satın alma karar süreci; Endüstriyel pazarlar; Pazar bölümlerini değerlendirmek; Uygun bölümlerin hedef pazar olarak saptanmasına katkı sağlamak; Konumlandırma; Satış tahmini ve satış tahmin yöntemleri.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)		Öğr. Gör. Hakkı BABALIK							

Ders Koşulları

Denk Ders	PMP103
-----------	--------

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Pazarlama İlkeleri
---	--------------------

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Pazarlamanın konusu kapsamı ve gelişimi subject scope and development of marketing hafta
2	Teorik	İşletmenin mevcut pazarlama anlayışını analiz etmek İşletme ve pazarın durumuna göre pazarlama anlayışını belirlemek
3	Teorik	Pazarlama çevresi ve stratejik planlama
4	Teorik	Kontrol edilemeyen değişkenleri belirlemek
5	Teorik	Kontrol edilebilen değişkenleri belirlemek
6	Teorik	Pazarlama Bilgi sistemi ve pazarlama araştırması
7	Teorik	Pazarlama Bilgi sistemi ve pazarlama araştırması
8	Teorik	Ara Sınav
9	Teorik	Tüketici pazarları ve Satın alma karar süreci
10	Teorik	Endüstriyel pazarlar
11	Teorik	Pazar bölümlerini değerlendirmek
12	Teorik	Pazar bölümlerini değerlendirmek
13	Teorik	Uygun bölümlerin hedef pazar olarak saptanmasına katkı sağlamak
14	Teorik	Konumlandırma
15	Teorik	Satış tahmini ve satış tahmin yöntemleri

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	3	42
Ödev	8	4	0	32
Bireysel Çalışma	7	3	0	21
Ara Sınav	1	15	1	16



Dönem Sonu Sınavı	1	13	1	14
Toplam İş Yüğü (Saat)				125
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				5
*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.				

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	İşletmenin pazarlama anlayışının gelişimine katkıda bulunmak
2	Pazarı bölümlererek hedef pazarın seçimine katkıda bulunmak
3	Pazarlama çevresini analiz etmek
4	Satış tahmini yöntemlerini kullanarak satış tahmini yapmak
5	Tüketici pazarlarını ve Satın alma karar sürecini analiz etmek

Program Çıktıları (İşletme Yönetimi Programı)

1	İş ve yönetim kademelerinde sorumluluk almak.
2	İşletme yönetimi ile ilgili temel bilgi ve yetenekleri kavrar.
3	Alanı ile ilgili yazışmaları yapmak için bilgisayar bilişim teknolojilerini kullanır.
4	Ticarette kullanılan belgeleri tanır.
5	İşletme yönetimi fonksiyonlarını açıklar ve sorumluluk alır.
6	İşletmelerin değişen çalışma şartlarına ve takım çalışmasına uyum sağlama becerisini kazanır.
7	Makro ve mikro boyutta ekonomi bilgisine sahip olur.
8	İş yaşamında ve iş ilişkilerinde meslek etiğine ve sosyal sorumluluk anlayışına sahip olduğunu gösterir.
9	İşletme içinde doğabilecek durum ve olaylara dair sorunları algılama ve sorunlara yaratıcı çözümler geliştirme yeteneğini kazanır.

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PC9	5	5	5	5	5

