



## AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

|                                   |   |                                                                                                                                                                                                                           |                               |             |   |          |   |             |   |
|-----------------------------------|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------|---|----------|---|-------------|---|
| Dersin Adı                        |   | Pazarlama İlkeleri                                                                                                                                                                                                        |                               |             |   |          |   |             |   |
| Ders Kodu                         |   | İY227                                                                                                                                                                                                                     |                               | Ders Düzeyi |   | Önlisans |   |             |   |
| AKTS Kredi                        | 3 | İş Yüğü                                                                                                                                                                                                                   | 75 (Saat)                     | Teori       | 2 | Uygulama | 0 | Laboratuvar | 0 |
| Dersin Amacı                      |   | Pazarlama kavramının ve işletmenin pazarlama faaliyetleri kapsamında nelerin yer aldığının kavranması                                                                                                                     |                               |             |   |          |   |             |   |
| Özet İçeriğı                      |   | Pazarlama kavramının tanımı, pazarlama faaliyetlerinin etkilendiğı çevresel şartların incelenmesi, pazarlama sürecinin elemanları olan pazarlama karmasının anlatılması, pazarlama fonksiyonunun uygulanmasındaki ilkeler |                               |             |   |          |   |             |   |
| Staj Durum                        |   | Yok                                                                                                                                                                                                                       |                               |             |   |          |   |             |   |
| Öğretim Yöntemleri                |   | Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay                                                                                                                                                                                    |                               |             |   |          |   |             |   |
| Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları) |   |                                                                                                                                                                                                                           | Öğr. Gör. Zeliha Semra KILINÇ |             |   |          |   |             |   |

### Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

### Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

|   |                                                                                    |
|---|------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Cemal YÜKSELEN, Pazarlama İlkeler Yönetim ve Örnek Olaylar, Detay Yayıncılık, 2007 |
| 2 | Pazarlama Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2003                           |
| 3 | Yavuz ODABAŞI ve Gülfıdan BARIŞ Tüketici Davranışları, MediaCat, 2002              |
| 4 | Günümüzde pazarlamanın temelleri, Philip Kotler, 2012                              |

| Hafta | Haftalara Göre Ders Konuları |                                                                                                                                                                           |
|-------|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Teorik                       | Pazarlamanın Konusu, Gelişimi, Modern Pazarlama Yönetimi ve Son Gelişmeler                                                                                                |
| 2     | Teorik                       | Pazarlama Çevresi, Stratejik Pazarlama ve Planlaması (makro çevresel faktörler)                                                                                           |
| 3     | Teorik                       | Pazarlama Çevresi, Stratejik Pazarlama ve Planlaması (mikro çevresel faktörler, Pazarlamayı Etkileyen İşletme İçi Faktörler), Pazarlamayı Etkileyen İşletme İçi Faktörler |
| 4     | Teorik                       | İşletmelerde Planlama ve Stratejik Planlama ve Stratejik Pazarlama Planlaması Süreci ve Stratejik Pazarlama Planlaması Süreci                                             |
| 5     | Teorik                       | Çevre Analizi ve Durum Analizi (SWOT Analizi)                                                                                                                             |
| 6     | Teorik                       | Pazarlama araştırması ve pazarlama bilgi sistemi                                                                                                                          |
| 7     | Teorik                       | Pazar ve Tüketici Çeşitleri                                                                                                                                               |
| 8     | Ara Sınav (Vize)             | Pazar Bölümlendirme (Dilimleme) ve Hedef Pazar Seçimi                                                                                                                     |
| 9     | Teorik                       | Genel Tekrar                                                                                                                                                              |
| 10    | Teorik                       | Ara Aınav                                                                                                                                                                 |
| 11    | Teorik                       | Mamul karması (Mamül ile ilgili kavramlar, Yeni Mamul Geliştirme Süreci ve Mamulün Hayat Seyri Ve Pazarlama Stratejileri)                                                 |
| 12    | Teorik                       | Mamul karması (Marka ve Marka Stratejisi, Ambalajlama, Servis (Hizmet) ve Kalite Standartları) öğretebilme                                                                |
| 13    | Teorik                       | Fiyat Karması (Fiyat Karması, Fiyatın Önemi ve Fiyat Kararlarını Etkileyen Çıkar Grupları)                                                                                |
| 14    | Teorik                       | Fiyat Karması (Fiyatlandırmada Göz Önünde Tutulması Gereken Faktörler ve Fiyatlandırma Yöntemleri)                                                                        |
| 15    | 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   | 1           | 3               | 56             |
| Uygulama Sınavı | 1    | 2           | 4               | 6              |



|                                                       |   |   |   |    |
|-------------------------------------------------------|---|---|---|----|
| Ara Sınav                                             | 1 | 7 | 6 | 13 |
| Toplam İş Yüğü (Saat)                                 |   |   |   | 75 |
| Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi  |   |   |   | 3  |
| *25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir. |   |   |   |    |

#### Dersin Öğrenme Çıktıları

|   |                                                                                                                                                           |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 1) Pazarlamanın temelini teşkil eden kavram ve olguların içselleştirilmesi                                                                                |
| 2 | 2) Tüketici davranışlarını anlayabilme, yorumlayabilme ve pazarlama programlarının şekillendirilmesinde kullanabilme                                      |
| 3 | Temel pazarlama bileşenlerinin pazarlama süreci içindeki yerleri ve etkileşimlerinin analiz edilebilmesi                                                  |
| 4 | Bir işletmenin pazarlama faaliyetlerini analiz edebilme ve pazarlama programlarını kurgulayabilme                                                         |
| 5 | Pazarlama yönetiminin anlaşılması, strateji geliştirme ve denetim konularının kavranması                                                                  |
| 6 | İşletmelerin amaçları ve hedefleri doğrultusunda hangi pazarlarda faaliyette bulunacağını ve hangi pazarlama bileşenlerinden yararlanacağını gösterebilir |

#### Program Çıktıları (Maliye Programı)

|   |                                                                                        |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Kamu maliyesi alanındaki temel terminolojiyi öğrenebilecekler.                         |
| 2 | Temel ekonomik konularda uygulanabilir politika tercihlerinin seçimini yapabilecekler. |
| 3 | Devletin ekonomideki rolünü, para ve maliye politikalarını öğrenebilecekler.           |
| 4 | Değişik verileri toplayıp analiz edebilecek.                                           |
| 5 | Uygulanabilecek alternatif politikaların sonuçlarını yorumlayabilecek.                 |
| 6 | Yaşam boyu öğrenmenin gerekliliğini kavrayabilecek.                                    |
| 7 | Sözlü ve yazılı olarak etkin iletişim kurma becerilerine sahip olabilecek.             |
| 8 | Global bir ekonominin fayda ve maliyetlerini anlayabilecek.                            |

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

|     | ÖÇ1 | ÖÇ2 | ÖÇ3 | ÖÇ4 | ÖÇ5 | ÖÇ6 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| PÇ1 | 3   | 4   | 3   | 2   | 3   | 3   |
| PÇ2 | 4   | 3   | 4   | 2   | 3   | 2   |
| PÇ3 | 3   | 3   | 4   | 3   | 2   | 3   |
| PÇ4 | 4   | 2   | 4   | 2   | 3   | 3   |
| PÇ5 | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 2   |
| PÇ6 | 3   | 4   | 3   | 2   | 3   | 3   |
| PÇ7 | 3   | 4   | 3   | 3   | 2   | 2   |
| PÇ8 | 4   | 3   | 4   | 2   | 3   | 3   |

