



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SÖKE İŞLETME FAKÜLTESİ
İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ BÖLÜMÜ
İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU

| | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|---|---------|------------|-------------|---|----------|--------|-------------|---|
| Dersin Adı | Pazarlama İlkeleri | | | | | | | | |
| Ders Kodu | İŞLT201 | | | Ders Düzeyi | | | Lisans | | |
| AKTS Kredi | 5 | İş Yüğü | 125 (Saat) | Teori | 3 | Uygulama | 0 | Laboratuvar | 0 |
| Dersin Amacı | Pazarlamanın temel kavramlarını ve pazarlama bileşenlerini öğretebilmek, Temel hedefler, tüketici davranışlarını ve beklentilerini kavramak. Tüketici ihtiyaçlarının en doğru biçimde nasıl karşılanabileceğini öğrenmek, Pazarlama ilkeleri ile ilgili temel kavram ve ilkelerini tanımlamak, Tüketici ve endüstriyel pazarı analiz edebilmek, Makro mikro çevresel faktörler ile pazarlama arasındaki ilişkileri açıklayabilmek. Pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması uygulamalarını tanıyabilmek, Pazar bölümlenme, konumlandırma ve hedef pazarın seçilmesini açıklamak, Pazarlama yöneticilerinin uyguladığı pazarlama karması stratejilerini tanıyabilmek. | | | | | | | | |
| Özet İçeriği | Temel kavramlar; pazarlama anlayışındaki değişimler; pazar ve pazarlama çeşitleri; pazarlama planlamasının ilkeleri; pazarlamanın mikro ve makro çevresi; tüketici pazarları; kurumsal pazarlar; uluslararası pazarlar; pazar ölçümlemesi; hedef pazar bölümlendirme ilkeleri; pazarlama karması; ürün ve hizmetler; fiyat, yer ve dağıtım kanalları; tutundurma; örnek olaylar ve uygulama. | | | | | | | | |
| Staj Durum | Yok | | | | | | | | |
| Öğretim Yöntemleri | Anlatım (Takrir), Tartışma, Bireysel Çalışma | | | | | | | | |
| Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları) | Dr. Öğr. Üyesi Funda ODUNCUOĞLU, Dr. Öğr. Üyesi Güneş Açelya SİPAHİ | | | | | | | | |

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

| | |
|---|--|
| 1 | Remzi ALTUNİŞİK, Şuayıp ÖZDEMİR ve Ömer TORLAK (2006), Modern Pazarlama. |
|---|--|

| Hafta | Haftalara Göre Ders Konuları | |
|-------|------------------------------|---|
| 1 | Teorik | Pazarlama ilkeleri dersinin amacı ve pazarlamaya giriş |
| 2 | Teorik | Pazarlamanın konusu, gelişimi, son gelişmeler |
| 3 | Teorik | Pazarlama çevresi, stratejik planlama ve pazarlamanın rolü |
| 4 | Teorik | Pazarlama çevresi, stratejik planlama ve pazarlamanın rolü |
| 5 | Teorik | Pazarlama araştırması ve bilgi sistemi |
| 6 | Teorik | Tüketici pazarı ve tüketici davranışı |
| 7 | Teorik | Endüstriyel pazarlar ve uluslararası pazarlar |
| 8 | Teorik | Pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve satış tahmini |
| 9 | Ara Sınav (Vize) | Ara Sınav |
| 10 | Ara Sınav (Vize) | Ara Sınav |
| 11 | Teorik | Mamül |
| 12 | Teorik | Fiyat |
| 13 | Teorik | Tutundurma |
| 14 | Teorik | Kişisel satış ve satış geliştirme, reklam ve halkla ilişkiler |
| 15 | Teorik | İnternette pazarlama ve doğrudan pazarlama |

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

| Etkinlik | Adet | Ön Hazırlık | Etkinlik Süresi | Toplam İş Yüğü |
|------------------|------|-------------|-----------------|----------------|
| Kuramsal Ders | 13 | 0 | 3 | 39 |
| Bireysel Çalışma | 13 | 0 | 2 | 26 |
| Ara Sınav | 1 | 27 | 1 | 28 |



| | | | | |
|---|--|----|---|-----|
| Dönem Sonu Sınavı | 1 | 31 | 1 | 32 |
| | 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 | Pazarlamanın temelini teşkil eden kavram ve olgular kavranır. |
| 2 | Tüketici davranışlarını anlayabilir, yorumlayabilir ve pazarlama programlarının şekillendirilmesinde kullanabilir. |
| 3 | Temel pazarlama bileşenleri pazarlama süreci içindeki yerleri ve etkileşimleri analiz edilebilir. |
| 4 | Bir işletmenin pazarlama faaliyetlerini analiz edebilir ve pazarlama programlarını kurgulayabilir. |
| 5 | Pazarlama bağlamında iş dünyasında yaşanmakta olan olayları ve değişimlerin eleştirel ve rasyonel bir bakış açısıyla değerlendirebilir. |
| 6 | Stratejik planlama yönetimini ve stratejik plan oluşturma sürecini kavrar ve uygulama yöntemini öğrenir. |
| 7 | Pazara girme ve pazardaki konumu korumaya yönelik uygulanabilecek stratejileri kavrar. |

Program Çıktıları (İnsan Kaynakları Yönetimi Programı)

| | |
|----|--|
| 1 | İnsan Kaynakları Yönetimi ve diğer sosyal bilimler ile ilgili konularda akademik ve teorik bilgilere sahip olmak; Çalışma ve çalıştırma kavramları hakkında tarihsel, sosyolojik, hukuksal ve psikolojik konularda akademik bilgi sahibi olmak |
| 2 | Eleştirel ve analitik düşünce becerisine sahip olmak |
| 3 | İletişim ve bilgi teknolojileri hakkında bilgi sahibi olmak |
| 4 | Araştırma süreçleri hakkında kapsamlı bilgi sahibi olmak; ve uygulamalarını ödev, araştırma ve projelerde gerçekleştirmek |
| 5 | İnsan Kaynakları Yönetimi ve diğer sosyal bilimler alanlarındaki kuramsal ve uygulamalı bilgileri beraber kullanabilme yeteneğini edinmek |
| 6 | Temel iş kavramlarını İnsan Kaynakları Yönetimi bakış açısı ile yorumlayabilmek |
| 7 | İnsan kaynakları planlaması, çalışma ilişkileri, mesleki sağlık ve güvenlik uygulamalarının gerçekleştirilmesi, eğitim planlaması, performans ve ücret yönetimi, kariyer planlaması, işe alım ve mülakat teknikleri ve yasal konular gibi temel İnsan Kaynakları Yönetimi fonksiyonlarını işletmelerde uygulamalarını yapabilmek |
| 8 | Kurumsal gelişim, iç müşteri ve dış müşteri memnuniyetini göz önünde bulundurarak kalite süreci yaklaşımını insan kaynakları süreçlerinde uygulayabilmek; gereken durumlarda sorumluluk alarak problemlerin çözümüne ve sürekli gelişime katkıda bulunmak, problem tanımlama, hedef belirleme, reorganizasyon ve değişiklik yönetimi becerileri ile süreçlerin mükemmelliğini sağlamak |
| 9 | Kaynak ve varlıkları bütçe, finans ve yasal hükümleri göz önünde bulundurarak, proje ve operasyonları planlama, uygulama ve denetim yetkinlikleri ile yönetmek; Kendini ve diğer kişileri yönetebilme becerilerine sahip olmak |
| 10 | Sonuç odaklı çalışma yaklaşımını sürekli öğrenim anlayışı ile birleştirerek zenginleştirmek |
| 11 | Gelişmiş sözlü ve yazılı iletişim, fikir ve bilgileri etkili sunma becerisine sahip olmak |
| 12 | Being good at one foreign language, ability to communicate written and orally |
| 13 | Takım çalışması, empati kurma ve dinleme becerilerine değer vererek farklı kültür ve eğitim geçmişine sahip kişiler ile çalışabilmek |
| 14 | Sosyal, akademik ve mesleki etik değerlerin farkında olmak |
| 15 | Çalışanların ve toplumun gelişimini sağlamak için İnsan Kaynakları Yönetiminin 'nasıl', 'niçin' ve 'nerede' katkı ve destek sağlama gerektirdiğine dair eleştirel teorik bakış açısına sahip olmak ; bu edinimler kapsamında uygulama ve bitirme projelerini gerçekleştirmek, bu edinimleri çalışma hayatına aktarmak |

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

| | ÖÇ1 | ÖÇ2 | ÖÇ3 | ÖÇ4 | ÖÇ5 | ÖÇ6 | ÖÇ7 |
|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| PÇ2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| PÇ3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| PÇ6 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| PÇ8 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| PÇ10 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| PÇ11 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |

