



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Pazarlama İlkeleri							
Ders Kodu		HİR456		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	5	İş Yüğü	125 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Bu ders ile öğrencinin, pazarlamanın temel kavramları, pazarlama yöntem ve stratejileri hakkında bilgi sahibi olması amaçlanmaktadır.							
Özet İçeriğı		Bu ders, pazarlamanın tanımı ve pazarlama ile ilgili temel kavramlar, pazarlamada yeni trendler, pazarlama çevresi, stratejik planlama ve pazarlama süreci, pazar bölümlenmesi, pazar konumlandırması ve pazarlama karması stratejileri, satış yönetimi ve kişisel satış gibi konuları içermektedir.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	20
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	40
Ödev	1	20
Proje	1	20

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Kotler ve Pazarlama- Philip Kotler
2	A'dan Z'ye Pazarlama- Philip Kotler
3	Pazarlama İlkeleri- Mehmet Karafakıoğlu
4	Pazarlama İlkeleri - İsmet Mucuk

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Pazarlamanın Gelişimi ve Modern Pazarlama
2	Teorik	Pazarlama Çevresi, Stratejik Planlama ve Pazarlama Yönetimi
3	Teorik	Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırmasının Rolü
4	Teorik	Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışı ile Endüstriyel Pazarlar ve Endüstriyel Alıcı Davranışları
5	Teorik	Pazar Bölümlendirme
6	Teorik	Hedef Pazar Seçimi ve Hedef Pazar stratejileri
7	Teorik	Mamül
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	Fiyat ve Tutundurma
10	Teorik	Dağıtım kanalları
11	Teorik	Fiziksel Dağıtım
12	Teorik	Doğrudan Pazarlama
13	Teorik	Hizmet Pazarlaması
14	Teorik	Elektronik Ticaret ve İnternette Pazarlama
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	FİNAL

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	5	0	1	5
Bireysel Çalışma	11	0	3	33
Ara Sınav	1	0	16	16



Dönem Sonu Sınavı	1	0	29	29
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 bulunur.
2	Pazarlama çevresini analiz eder.
3	Pazarı bölümleyerek hedef pazarın seçimine katkıda bulunur.
4	Ürün kararlarına yardımcı olacak fikirler oluşturur.
5	Fiyatlama stratejilerinin oluşumuna katkı sağlar.
6	İlgili birimlere pazarlama kanallarına ilişkin bilgi sağlar.

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı)

1	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık alanlarına yönelik hukuki düzenlemelerin, yasa ve mevzuatın bilincinde olup, buna uygun davranabilmek
2	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranabilmek
3	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanında içerik üretme, yayma ve sürdürme için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplayabilmek, irdeleyebilmek ve kullanabilmek.
4	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirebilmek
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarındaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve tekniklerini geliştirip, uygulayabilmek.
6	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanındaki güncel gelişmeleri yakından takip edebilmek, alanın temel dinamiklerindeki süreklilikleri ve değişiklikleri tespit etmek.
7	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişim, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip edip, kullanabilmek
8	Kurum kimliği, kurum imajı, kurumsal itibar, sponsorluk, kurumsal iletişim, sağlık iletişimi, medya ile ilişkiler, yeni medya teknolojilerinin kullanımı, sosyal sorumluluk iletişim, etkinlik yönetimi gibi halkla ilişkiler disiplinin ve reklam disiplininin önemli çalışma alanları ile ilişkili teorik bilgileri edinebilme ve uygulamaya aktarabilmek
9	Topluluk önünde sunum yapabilme, düşüncelerini net bir şekilde ifade edebilme, takım çalışmasında yer alabilme, karşılaşılan sorunların çözümüne katkı sunabilme gibi çeşitli iletişim becerilerini elde edebilmek
10	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar programları ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilmek.
11	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanını destekleyen diğer disiplinlere ilişkin temel bilgilere sahip olmak ve bu disiplinlerden yararlanabilmek
12	Bölgesel, ulusal, ve küresel konular/sorunlar hakkında bilgi sahibi olmak, bunlarla ilgili kanıtlara ve araştırmalara dayalı çözüm önerileri geliştirebilmek ve bunları kamuya anlatabilme becerisine sahip olmak
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık disiplininin edinen bilgilere iletişim bilimi, davranış bilimi, siyaset bilimi, hukuk, ekonomi, pazarlama iletişimi, siyasal iletişim, sağlık iletişimi, kişilerarası iletişim, araştırma gibi diğer alanlardan edindiği bilgileri uygulayabilmek.

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

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

