



**AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**  
**SÖKE İŞLETME FAKÜLTESİ**  
**İŞLETME BÖLÜMÜ**  
**İŞLETME 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 (İşletme Programı)**

1	İşletme alanı ile ilgili güncel bilgileri içeren ders kitapları, uygulama araç-gereçleri ve diğer kaynaklarla desteklenen ileri düzeydeki kuramsal ve uygulamalı bilgilere sahip olur; bu bilgileri uzmanlık düzeyinde geliştirebilir ve derinleştirebilir; gerektiğinde işletme alanında yenilik getirecek özgün tanım ve sentezlere ulaşabilir.
2	İşletme alanındaki temel ve ileri düzeydeki kuramsal ve uygulamalı bilgileri, sistematik bir yaklaşımla kullanabilir, yorumlayabilir ve değerlendirebilir; gerektiğinde yeni bilgiler üretebilir.
3	İşletme alanında edindiği bilgi ve becerileri kullanarak olguları, verileri yorumlayabilir, değerlendirebilir, sorunları tanımlayabilir, analiz edebilir, araştırmalara ve kanıtlara dayalı çözüm önerileri geliştirebilir. Bu bilgileri farklı disiplin alanlarından gelen bilgilerle birleştirerek yeni bilgiler oluşturabilir; gerektiğinde işletme alanına yenilik getiren, bir düşünce, yöntem, tasarım ve/veya uygulama geliştirebilir ya da bilinen bir düşünce, yöntem, tasarım ve/veya uygulamayı işletme alanına uyarlayabilir.
4	İşletme alanı ile ilgili sorunları, bilimsel araştırma yöntemleri kullanarak çözümlenebilir, bu sorunların çözümüne yönelik projeler geliştirebilir, bu amaçla bireysel ve ekip üyesi olarak çalışabilir; gerektiğinde liderlik yapabilir.
5	İşletme alanı ile ilgili bilgi ve becerileri, eleştirel bir yaklaşımla değerlendirebilir; gerektiğinde üretici ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanabilir, alanı ile ilgili olguları yorumlayabilir.
6	İşletme alanı ile ilgili veya alan dışı kişi ve grupları, işletme alanı ile ilgili konularda bilgilendirebilir; nitel ve nicel veriler kullanarak yazılı, sözlü ve görsel olarak sistemli bilgi aktarabilir; gerektiğinde uzman kişiler ile alanındaki konuların tartışılmasında özgün görüşlerini savunabilir, alanındaki yetkinliğini gösteren etkili iletişimi kurabilir.
7	Toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere uygun hareket ederek, işletme alanı ile ilgili veriler toplayabilir, yorumlayabilir, uygulayabilir ve ulaştığı sonuçları duyurabilir; gerektiğinde bu sayede işletme alanındaki bilimsel, teknolojik, sosyal veya kültürel ilerlemeleri tanıtarak, yaşadığı toplumun bilgi toplumu olma ve bunu sürdürülebilirliğine katkıda bulunabilir.
8	İşletme alanı ile ilgili konularda strateji, politika ve uygulama planları geliştirebilir ve elde edilen sonuçları, kalite süreçleri çerçevesinde değerlendirebilir.
9	İşletme alanında özümstedikleri bilgiyi, problem çözme ve/veya uygulama becerilerini, disiplinler arası çalışmalarda kullanabilir.
10	İşletme alanı ile ilgili konularda karşılaşılan toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik sorunların çözümüne katkıda bulunabilir ve bu değerlerin gelişimini destekleyebilir.
11	Kalite, iş etiği ve sosyal sorumluluk, çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği, sosyal haklar ve sosyal adalet bilincini kazanır ve görev aldığı işletmelerde bu bilinçle iş yapma ve sonuçlandırma becerisine sahip olur.
12	İşletme alanının alt disiplinleri olan yönetim, pazarlama, finans, üretim, sayısal yöntemler ve muhasebe konularında ileri düzeyde bilgilere sahiptir. Bu bilgileri kullanmak suretiyle çalışma yaşamındaki verileri analiz edebilme, yorumlayabilme ve çözüm önerileri getirebilme becerisi kazanır.
13	Yürütücüsü veya katılımcısı olduğu projelerde sorumluluk alır. Görev aldığı organizasyon için amaç ve hedef belirler.
14	Yenilik ve değişikliğe açık olma, girişimcilik, liderlik, analitik ve eleştirel düşünme becerisine sahip olur.
15	Yaşam boyu öğrenme bilincini kavrar.

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5	ÖÇ6	ÖÇ7
PÇ1	4	3	5	5	4	3	3
PÇ2	3	4	4	4	2	2	4
PÇ4	3	3	3	3	3	4	3
PÇ7	5	5	4	4	2	3	4
PÇ10	4	3	3	5	3	4	3
PÇ11	3	4	3	2	4	3	4
PÇ12	4	3	3	3	2	2	5
PÇ14	3	3	3	3	3	3	3
PÇ15	4	4	4	4	4	4	4

