



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Yeşil Pazarlama							
Ders Kodu		AGE342		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	3	İş Yüğü	75 (Saat)	Teori	2	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Tüketicinin istek ve ihtiyaçlarının karşılanması ve bunların karşılanmasında uygulanacak pazarlama programlarının yeşilci yaklaşım ile gözden geçirilmesidir.							
Özet İçeriğı		İşletmeleri yeşil faaliyetlere yönelten iç ve dış baskılar irdelenecektir. Geleneksel pazarlama anlayışı ile arasındaki farklar incelenecektir. Sosyal pazarlama ile kesiştiğı noktalar incelenecektir.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay, Proje Tabanlı Öğrenme							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	50
Dönem Ödevi	1	10

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Polonsky, M.J.(1994) An introduction to Green Marketing, Electronik Green Journal , 1,2, http://egj.lib.uidaho.edu/egJ.lib.uidaho.edu/egj02/polon01.html ; Monica Saha and Geoffrey Darnton, Green Companies or Green Con-panies: Are companies really green, ora re that pretending to be?Business and Society Review, 110, 2, 2005, s.121
2	Sezer, F.(1996)Kaybolan yaşama sevincimiz olmasın:Yeşil Pazarlama Uygulamaları, Marmara Üniversitesi İstatistik ve Ekonometri Araştırma ve Uygulama Dergisi, Sayı 1, 1996
3	Arslan, K.(2002) Dış Satımda Anahtar Faktörler: CE İşareti, Eko-Label ve Yeşil Nokta, Pazarlama Dünyası, Yıl:16, Sayı 2002-05, Eylül- Ekim 2002, ss.42-44
4	Bradley, Nç (1997) The Green Marketing Mix, http://home.wmin.ac. Uk/marketingresearch/Marketing/green mix.htm , 01.01.1997)

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Yeşil pazarlamanın tanımı ve kapsamı ve amaçları
2	Teorik	İşletmeleri yeşil pazarlamaya yönelten örgüt içi ve dışı faktörler
3	Teorik	Yeşil pazarlamanın içerdiği kavramlar ve kullanımı
4	Teorik	Geleneksel pazarlamanın yeşil pazarlamadan farklı yönleri
5	Teorik	Sosyal pazarlamayla ve kapsamı arasındaki ilişki
6	Teorik	Yeşil pazarlamanın pazarlama karmasına uyarlanması
7	Teorik	Yeşil pazarlamada müşteri/tüketici beklentileri, istekleri ve profili
8	Teorik	Konuyla ilgili yasal düzenlemelere genel bakış
9	Teorik	Ara sınav
10	Teorik	Seyahat işletmelerinde yeşil pazarlama uygulamaları
11	Teorik	Konaklama işletmelerinde yeşil pazarlama uygulamaları
12	Teorik	Yiyecek işletmelerinde yeşil pazarlama uygulamaları
13	Teorik	Örnek Olaylar I
14	Teorik	Örnek Olaylar II
15	Teorik	Bu derste dönemin genel bir tekrarı yapılarak eksiklikler telafi edilecektir.
16	Teorik	Yarıyıl sonu 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	0	3	42
Ödev	7	0	2	14
Laboratuvar	2	1	4	10
Okuma	1	0	7	7



Ara Sınav	1	0	1	1
Dönem Sonu Sınavı	1	0	1	1
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	Yeşilci yaklaşım inceleyerek kavramları ve kullanımını bilir
2	İşletmeleri yeşil faaliyetlere yönelten iç ve dış nedenler gözden geçirebilir
3	Geleneksel pazarlama anlayışı ile yeşil pazarlama arasındaki farkları değerlendirebilir
4	Sosyal pazarlama ile yeşil pazarlama arasındaki farkı bilir
5	Küresel pazar ortamında yeşil pazarlamanın avantajları

Program Çıktıları (Konaklama İşletmeciliği Programı)

1	Bilimsel ve mesleki etik değerlere sahip olmak.
2	Analitik ve eleştirel düşünce yeteneği kazanmak
3	Yaşam boyu yeni bilgi ve beceriler kazanma gerekliliği bilincine sahip olmak
4	Turizm sektörü ile ilgili temel kavramları bilmek.
5	Turizm ile doğal, kültürel ve sosyal çevre ilişkileri bilincine sahip olmak.
6	Alanında güncel konular ve yapılan araştırmaları takip edebilecek ve iletişim kurabilecek düzeyde yabancı dil bilgine sahip olmak.
7	İkinci bir yabancı dili orta düzeyde kullanabilmek.
8	Ekip çalışması yapma becerisine sahip olmak.
9	Alanında bilişim teknolojilerini iyi düzeyde kullanabilme becerisine sahip olmak.
10	Alanında yönetsel bilgi birikimi ve beceriye sahip olmak.
11	Turizm endüstrisinin gerektirdiği insan ilişkileri ve davranışları konusunda yetkin olmak.
12	Alanında trendleri takip edebilmek.
13	Konaklama işletmeciliği alanında girişimcilik ve işletme kuruluş işlemleri konularına hakim olmak.
14	Mesleğinin gerektirdiği konularda bilgi ve beceri sahibi olmak.
15	Konaklama işletmelerinde kullanılan PC donanım ve ekipman hakkında bilgi sahibi olmak ve kullanabilmek.
16	Konaklama işletmelerinde sorunları saptama, çözümüne yönelik kararlar alma ve uygulama becerisine sahip olmak.

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	5	5	5	5	5
PÇ2	5	5	5	5	5
PÇ3	4	4	4	4	4
PÇ4	5	5	5	5	5
PÇ5	5	5	5	5	5
PÇ6	5	5	5	5	5
PÇ7	1	1	1	1	1
PÇ8	1	1	1	1	1
PÇ9	1	1	1	1	1
PÇ10	2	2	2	2	2
PÇ11	2	2	2	2	2
PÇ12	5	5	5	5	5
PÇ13	1	1	1	1	1
PÇ14	2	2	2	2	2
PÇ15	1	1	1	1	1
PÇ16	1	1	1	1	1

