



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Pazarlama İlkeleri							
Ders Kodu		IYO201		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	4	İş Yüklü	104 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Pazarlamanın temel ilkeleri ve pazarlama süreçleri hakkında öğrenciye bilgi vermek.							
Özet İçeriği		Pazarlama ile ilgili temel kavram ve ilkelerini tanımlayabilmek. Pazarlamanın gelişim sürecini ve günümüz pazarlama anlayışı tanımlayabilmek.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir)							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Doç. Dr. Bahar GÜRDİN						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Mucuk İsmet (2010) Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi
2	Tek Ömer Baybars (2006) Pazarlama İlkeleri, Beta Yayın.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Pazarlama kavramının tanımı, temel kavramların açıklanması, pazarlama anlayışının (yaklaşımlarının) gelişimi.
	Ön Hazırlık	Ders kitabından ilgili bölüm
2	Ön Hazırlık	Ders kitabından ilgili bölüm
3	Teorik	Stratejik planlama ve stratejik pazarlama planlaması
	Ön Hazırlık	Ders kitabından ilgili bölüm
4	Teorik	Pazarlama bilgi sistemi, Pazarlama araştırması ve pazarlama araştırma süreci
	Ön Hazırlık	Ders kitabından ilgili bölüm
5	Teorik	Pazar kavramı ve tüketici ve endüstriyel pazarın özellikleri.
	Ön Hazırlık	Ders kitabından ilgili bölüm
6	Teorik	Pazar bölümlendirme, konumlandırma ve hedef pazarın seçimi.
	Ön Hazırlık	Ders kitabından ilgili bölüm
7	Teorik	Ürün kavramı, ürün türleri ve pazarlamada ürün stratejileri.
	Ön Hazırlık	Ders kitabından ilgili bölüm
8	Teorik	Ürün karması, yeni ürün kavramı ve ürün yaşam eğrisi. Marka ve markalama stratejileri. Ambalajlama.
	Ön Hazırlık	Ders kitabından ilgili bölüm
9	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
10	Teorik	Fiyatlandırma: fiyat kararlarının önemi, fiyatlamayı etkileyen faktörler. Fiyatlamamanın amaçları. Fiyatlama politikaları ve fiyatlama yöntemleri.
	Ön Hazırlık	Ders kitabından ilgili bölüm
11	Teorik	Dağıtım: Dağıtım kararları, Temel dağıtım kanalları, Dağıtım kanallarının yönetimi, Toptancılık ve perakendecilik.
	Ön Hazırlık	Ders kitabından ilgili bölüm
12	Teorik	Tutundurma: Tutundurma kararları ve stratejileri; reklam, halkla ilişkiler, kişisel satış, satış tutundurma.
	Ön Hazırlık	Ders kitabından ilgili bölüm
13	Teorik	Tutundurma: Kişisel satış ve satış tutundurma.
	Ön Hazırlık	Ders kitabından ilgili bölüm
14	Teorik	Hizmet pazarlaması
	Ön Hazırlık	Ders kitabından ilgili bölüm



15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final Sınavı
----	------------------------------	--------------

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	14	2	3	70
Ara Sınav	1	15	1	16
Dönem Sonu Sınavı	1	17	1	18
Toplam İş Yükü (Saat)				104
Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				4

*25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Pazar ve pazarlama ile ilgili kavramları öğrenebilme
2	Pazarlama karma elemanlarını tanımlayabilme
3	Pazarlama ve çevre arasındaki ilişkileri tanımlayabilme
4	Pazar kavramını ve tüketici ve endüstriyel pazarların özelliklerini kavrayabilme
5	Pazar bölümlendirme ve tüketici davranışı konularını kavrayabilme

