



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Pazarlama İlkeleri							
Ders Kodu		ULT221		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	6	İş Yüğü	151 (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 bölümlleme, konumlandırma ve hedef pazarın seçilmesini açıklamak, Pazarlama yöneticilerinin uyguladığı pazarlama karması stratejilerini tanıyabilme.							
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)			Doç. Dr. 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	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Marketing Principles -Abdullah OKUMUŞ (e-book) İstanbul University
2	Marketing Principles-Suphan Nasır (e-book) Atatürk University
3	Marketing Principles- İsmet MUCUK
4	Marketing Principles- Kotler and Armstrong
5	Marketing Principles - Cemal Yukselen

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Pazarlamaya giriş temel kavramlar
2	Teorik	Pazarlama anlayışının gelişimi
3	Teorik	Tüketici pazarı ve tüketici davranışları
4	Teorik	Örgütsel pazarlar ve endüstriyel alıcı davranışları
5	Teorik	Müşteri ilişkileri yönetimi ve değer kavramı
6	Teorik	Pazarlamada çevresel unsurlar
7	Teorik	Pazar bölümlendirme, hedef Pazar ve konumlandırma
8	Teorik	Pazarlama Karması Elemanları (4P)
9	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
10	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
11	Teorik	Hizmet pazarlaması
12	Teorik	Pazarlama bilgi sistemi
13	Teorik	Elektronik pazarlama
14	Teorik	Doğrudan pazarlama ve e-ticaret
15	Teorik	Uluslararası pazarlama
16	Teorik	Sürdürülebilir pazarlama ve Etik
17	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Finaller



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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	13	2	3	65
Bireysel Çalışma	13	0	3	39
Ara Sınav	1	20	1	21
Dönem Sonu Sınavı	1	25	1	26
Toplam İş Yükü (Saat)				151
Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				6

*25 saatlik iş yükü 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 (Lojistik Yönetimi Programı)

1	Lojistik ve tedarik zinciri alanında aldığı uygulamalı eğitim sayesinde, karmaşık sorunları analiz edebilmeli ve farklı düşüncelerden sentez yaratma yoluyla sorunlara çok yönlü bir bakış açısı getirebilmeli ve iyileştirilebilecek konuları fark edebilmeli böylece yenilikçi süreçler ile fırsatlar yaratabilme yetkinliğine sahip olmalı
2	Sanayi kuruluşları ile gerçek sorunların çözümüne ilişkin proje çalışmaları ve sosyal sorumluluk etkinliklerinde yer alarak, çalışma alanını iyi tanımalı, proje yönetimi ve takım çalışması konusundaki deneyimi sayesinde uygulamada karşılaşılabilecek problemleri teşhis edebilmeli ve bunlara çözüm bulabilmeli
3	Aldığı disiplinlerarası eğitim sayesinde, akademik ve profesyonel hayatta karşılaşılabileceği problemlere lojistik ve tedarik zinciri süreçlerinde var olan kısıtları göz önüne alarak, amaçlar doğrultusunda yaratıcı çözümler getirebilmeli
4	Kişisel ve mesleki yetkinliğini güncel tutabilmek için çalıştığı sektörle ilgili değişimleri takip edebilmeli ve gerektiği durumlarda kendini geliştirebilmeli;
5	Sektör ile ilgili mesleki kuruluşlar ve pazardaki lider firmaların yer aldığı iletişim ağları içerisinde yer almalı ve bilgi, düşünce ve tecrübeleri paylaşabilmeli
6	Lojistik yönetimi ve tedarik zinciri alanlarında kullanılan güncel ve yaygın bilgisayar yazılımı, bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilmeli, mevcut yazılımların güçlü ve zayıf yönlerini tespit edebilmeli
7	Bulunacakları pozisyonda dahil oldukları grup iletişiminden kaynaklanabilecek sorunları proaktif kararlar vererek önleyebilmeli
8	Süreçlerdeki belirsizlikleri ve beklenmedik sorunları esnek, etkin ve hızlı çözümlerle yönetebilmeli; önerilerini yazılı ve sözlü olarak etkin bir şekilde ifade edebilmeli
9	Departmanlar ve tedarik zinciri üyesi firmalar arasındaki koordinasyon mekanizmalarını anlamak ve entegrasyon süreçlerinde rol üstlenebilecek yetkinliklere sahip olmalı
10	Lojistik ve tedarik zinciri süreçlerini yönetim bilimi bakış açısı ve analitik yaklaşımlar kullanarak inceleyebilmeli, ilgili kavram ve fikirleri bilimsel yöntemlerle analize edebilmeli, verileri yorumlayabilmeli ve değerlendirebilmeli
11	Lojistik faaliyetleri kapsamında tasarım, planlama ve karar alma ile ilgili kuramsal yöntemleri uygulama alanlarında kullanabilmeli
12	Lojistik ve tedarik zinciri alanında kullanılan klasik ve güncel kuramları, sektördeki gelişmeleri, değişimleri ve yönelimleri göz önünde bulundurarak yorumlayabilmeli ve değerlendirebilmeli
13	İkinci bir yabancı dili orta düzeyde kullanabilmeli

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	2	3	2	3	4	2	2
PÇ2	2	2	3	4	2	3	3
PÇ3	2	3	3	3	3	3	3
PÇ4	3	3		3	3	3	3
PÇ5	3	3		2	2	5	2
PÇ6	2			4		5	
PÇ7	2		2	3		5	2
PÇ8		3	3	5		4	3
PÇ9		3	3	3	1	5	3



PÇ10		3	3	3	2		2
PÇ11			4	3	3		
PÇ12	2		3		3		
PÇ13		2				5	2

