



## AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

|                                   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |            |             |   |          |   |             |   |
|-----------------------------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|---|----------|---|-------------|---|
| Dersin Adı                        |   | Perakende Pazarlama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |            |             |   |          |   |             |   |
| Ders Kodu                         |   | ISLE452                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |            | 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 bölümleme, konumlandırma ve hedef pazarın seçilmesini açıklamak, Pazarlama yöneticilerinin uyguladığı pazarlama karması stratejilerini tanıyabilmek. |            |             |   |          |   |             |   |
| Özet İçeriğı                      |   | 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |            |             |   |          |   |             |   |
| Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları) |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |            |             |   |          |   |             |   |

### Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

### Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

|   |                                                 |
|---|-------------------------------------------------|
| 1 | İsmet Mucuk Pazarlama İlkeleri Türkmen Kitabevi |
|---|-------------------------------------------------|

| 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     | Ara Sınav (Vize)             | Ara Sınav                                                     |
| 9     | Teorik                       | Pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve satış tahmini      |
| 10    | Teorik                       | Mamül                                                         |
| 11    | Teorik                       | Fiyat                                                         |
| 12    | Teorik                       | Tutundurma                                                    |
| 13    | Teorik                       | Kişisel satış ve satış geliştirme, reklam ve halkla ilişkiler |
| 14    | Teorik                       | İnternette pazarlama ve doğrudan pazarlama                    |
| 15    | Teorik                       | Yarıyıl Sonu Sınavına Yönelik Tartışma, Problem Çözme         |
| 16    | Dönem Sonu Sınavı (Final)    | Yarıyıl Sonu Sınavları                                        |

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

| Etkinlik         | Adet | Ön Hazırlık | Etkinlik Süresi | Toplam İş Yüğü |
|------------------|------|-------------|-----------------|----------------|
| Kuramsal Ders    | 14   | 2           | 3               | 70             |
| Bireysel Çalışma | 7    | 2           | 2               | 28             |



|                                                       |   |    |   |     |
|-------------------------------------------------------|---|----|---|-----|
| Ara Sınav                                             | 1 | 10 | 1 | 11  |
| Dönem Sonu Sınavı                                     | 1 | 15 | 1 | 16  |
| Toplam İş Yükü (Saat)                                 |   |    |   | 125 |
| Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi  |   |    |   | 5   |
| *25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir. |   |    |   |     |

#### Dersin Öğrenme Çıktıları

|   |                                                                                                                                          |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Pazarlamanın temelini teşkil eden kavram ve olguların anlaşılması,                                                                       |
| 2 | Tüketici davranışlarını anlayabilme, yorumlayabilme ve pazarlama programlarının şekillendirilmesinde kullanabilme                        |
| 3 | Temel pazarlama bileşenlerinin pazarlama süreci içindeki yerleri ve etkileşimlerinin analiz edilebilmesi,                                |
| 4 | Pazarlama bağlamında iş dünyasında yaşanmakta olan olayların ve değişimlerin eleştirel ve rasyonel bir bakış açısıyla değerlendirebilme, |

#### Program Çıktıları (İşletme Programı)

|   |                                                                                                   |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | İşletme temel fonksiyonları ve kavramlarını bilmek                                                |
| 2 | İşletme alanında edindiği bilgileri çalışma hayatında nasıl uygulayacağını bilmek                 |
| 3 | Uzmanlık alanında gereksinim duyulan bilgiye nasıl ve ne şekilde ulaşılacağını bilmek             |
| 4 | İktisat, pazarlama, hukuk, finans ve muhasebe gibi alanlarda yeterli bir alt yapı oluşturabilmek. |
| 5 | Uluslararası piyasaları takip etmek ve gelişmeleri programda edindiği bilgilerle yorumlayabilmek  |
| 6 | Çevreyle etkin bir şekilde iletişim kurabilmek                                                    |
| 7 | Ekip çalışması yapabiliyor olmak                                                                  |
| 8 | Alanında kullanılan bilgisayar yazılımlarını ve iletişim teknolojilerini etkin şekilde kullanmak  |
| 9 | İşletmecilikle ilgili olası sorunları tanımak ve çözebilmek                                       |

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

|     | ÖÇ1 | ÖÇ2 | ÖÇ3 | ÖÇ4 |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| PÇ1 | 5   | 5   | 5   | 5   |
| PÇ2 | 4   | 5   | 4   | 4   |
| PÇ3 | 5   | 4   | 3   | 5   |
| PÇ4 | 4   | 5   | 4   | 5   |
| PÇ5 | 5   | 4   | 5   | 3   |
| PÇ6 | 4   | 5   | 3   | 4   |
| PÇ7 | 5   | 4   | 5   | 5   |
| PÇ8 | 4   | 5   | 4   | 4   |
| PÇ9 | 5   | 3   | 5   | 5   |

