



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Pazarlamaya Giriş							
Ders Kodu		ISL205		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	4	İş Yüğü	100 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Pazarlamanın temelini teşkil eden kavram ve olguların anlaşılması, tüketici davranışlarını anlayabilme, yorumlayabilme ve pazarlama programlarının şekillendirilmesinde kullanabilme ve temel pazarlama bileşenlerinin pazarlama süreci içindeki yerleri ve etkileşimlerinin analiz edilebilmesini amaçlar.							
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							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Prof. Dr. Ece ARMAĞAN						

Ders Koşulları

AKTS Kredi Koşulu	25
-------------------	----

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
2	Cemal Yükselen, Pazarlama--dijitalleşme sürecinde ilkeler-yönetim-örnek olaylar -Detay Yayıncılık-2019, Ankara
3	Philip Kotler&Garry Armstrong, (Çeviri Editörü: A. Ercan Gegez), Pazarlama İlkeleri, Beta Yayınları, 2018, İstanbul
4	Philip Kotler&Kevin Lane Keller,(Çeviri Editörü: İbrahim Kirova), Pazarlama Yönetimi, Beta yayınları,2018, İstanbul
5	Zeliha Eser, Sezer Korkmaz, Sevgi Ayşe Öztürk, Pazarlama Kavramlar-İlkeler-Kararlar, Siyasal Kitabevi, 2017, Ankara
6	Canan Ay &Tülin Ural/Editör/, Pazarlama İlkeleri, Lisans Yayıncılık, İstanbul
7	İsmail Kaya, Pazarlama Bi Tanedir, Bâbıali Kültür yayıncılık, İstanbul
8	William D. Perreault, Joseph P. Cannon, E. Jerome McCarthy, (Çevri Editörü: Asım Günel Önce), Pazarlamanın temelleri-Bir Pazarlama stratejisi Planlama Yaklaşımı, Nobel yayınları, 2013, İstanbul
9	J. Paul Pter, James H. Donnely, (Çeviri Editörü: Aykan Candemir), Pazarlama Yönetimine Giriş, Nobel Yayınları, 2016, İstanbul
10	Aysel Erciş/editör/ Pazarlama İlkeleri, Atatürk Üniversitesi AÖF
11	Süphan Nasır, Pazarlama İlkeleri, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi
12	Bayram Zafer Erdoğan, Vd., Pazarlamaya Giriş, Anadolu Üniversitesi AÖF

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Pazarlamanın tanımı ve temel kavramlar
2	Teorik	Pazarlama Çevresi
3	Teorik	Pazarlama Yönetimi
4	Teorik	Pazar Bilgi sistemi ve Pazarlama Araştırması
5	Teorik	Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Seçimi
6	Teorik	Ürün Konumlandırma ve Farklılaştırma
7	Teorik	Ara Sınavına Yönelik Tartışma, Problem Çözme
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	Güncel Pazarlama kavramları
10	Teorik	Ürün
11	Teorik	Fiyat
12	Teorik	Dağıtım



13	Teorik	Tutundurma
14	Teorik	Örnek olay çözümlemeleri
15	Teorik	Yarıyıl Sonu Sınavına Yönelik Tartışma, Problem Çözme
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Yarıyıl Sonu Sınavları
17	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Yarıyıl Sonu Sınavları

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	14	1	3	56
Ara Sınav	1	20	1	21
Dönem Sonu Sınavı	1	22	1	23
Toplam İş Yükü (Saat)				100
Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				4

*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	Bir işletmenin pazarlama faaliyetlerini analiz edebilme ve pazarlama programlarını kurgulama,
5	Pazarlama bağlamında iş dünyasında yaşanmakta olan olayların ve değişimlerin eleştirel ve rasyonel bir bakış açısıyla değerlendirilebilme,
6	Stratejik planlama yönetiminin ve stratejik plan oluşturma sürecinin kavranması ve uygulama yönteminin öğrenilmesi,
7	Pazara girme ve pazardaki konumu korumaya yönelik uygulanabilecek stratejilerin kavranması,

Program Çıktıları (Uluslararası Ticaret ve Finans Programı)

1	Entelektüel kapasitesi yüksek, sosyal becerileri gelişmiş, pozitif düşünceye sahip, farklı ortam ve kurumlara adaptasyon becerisi olan bireyler olmak
2	Uluslararası platformlarda çalışabilecek nitelikte teknik donanım, esnek düşünce ve hareket yapısına ve çoklu dil becerisine sahip olmak
3	Küreselleşen iş dünyasının gerekleri doğrultusunda disiplinlerarası bir yaklaşımla işletme, ekonomi vb. alanlarından elde ettikleri temel bilgileri, kendilerine uluslararası ticaret ve finansman alanlarında uzmanlık yaratacak biçimde kullanabilmek
4	Proaktif bir yaklaşımla uluslararası ticaret ve finansman alanlarında bölgesel, ulusal ve uluslararası sorunları öngörüp ilgili kişi ve kurumları bilgilendirerek çözüm önerileri geliştirebilmek
5	Program gereği olarak nicel yeterlik ile birlikte analitik düşünme ve sentez yapabilme becerisine haiz olmak
6	Eğitim sırasında edindiği bilgi ve becerileri, mevcut piyasa koşullarının gereğine uygun olarak sürekli geliştirebilecek araştırmacı ve sorgulayıcı yapıya sahip olmak
7	Uluslararası ticaret ve finansmana ilişkin kuramların günümüz koşullarındaki geçerliliğini ve ilişkilerini tanımlayıp analiz edebilmek
8	Etkin bir iletişim kurabilecek düzeyde İngilizce bilgisine sahip olmanın yanında ikinci bir yabancı dile de bireysel koşulları ölçüsünde hâkim olabilmek
9	Uygulamada karşılaşılan mevcut ve olası sorunları çözmek için yönetme ve yönetilebilme vasıflarına sahip olmak
10	Yetkisi dahilinde yönetici pozisyonunda olduğu birimdeki çalışanların kişisel ve mesleki gelişimine katkıda bulunacak etkinlikleri organize edebilmek

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



PÇ10	4	4	4	4	4	2	4
------	---	---	---	---	---	---	---

