



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 değerlendirilme,
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 (Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Programı)

1	Endüstri ilişkileri, Sosyal Politika, İnsan Kaynakları ve İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku alanlarında ulusal ve uluslararası düzeylerde kuramsal ve uygulamalı bilgilere sahip ve bunları çalışma ortamında kullanabilen,
2	Endüstri ilişkileri ile ilgili temel mevzuata hâkim olup, bunları pratik durumlara uygulayıp, yorumlayabilen.
3	Sosyal adalete değer veren ve sosyal adalet bilincine sahip olan.
4	Ekonomik olayların ve sorunların bilincinde, genel makro, mikro ve uluslararası iktisat konusunda bilgili
5	Genel işletme, insan kaynakları, yönetim ve organizasyon konularında bilgi sahibi,
6	Türkçe yazılı ve sözlü iletişim yeterliliğine sahip doğru ve etkili konuşabilen, bilgileri ve düşünceleri başkalarının anlayabileceği şekilde konuşarak iletebilen, yorumlama ve eleştirebilme yeteneğine sahip, ikna gücü yüksek,
7	Eleştirel düşünebilen, alternatif çözümlerin, değerlendirmelerin ve sorunlara yaklaşım yollarının zayıf ve kuvvetli yönlerini tanımlamak için akıl yürütebilen ve farklı kaynaklardan bilgi elde edebilme ve analiz etme becerisine sahip, inisiyatif kullanabilen.
8	Sayısal ve istatistiksel araştırma becerisine ve düşünme yeteneğine sahip, alınacak kararların sonuçlarını öngörebilen ve doğru tahminlerde bulunabilen, sebep-sonuç ilişkilerini göz önünde bulunduran, analitik düşünce yapısına sahip ve stratejik yaklaşım geliştirebilen.
9	Takım çalışmasına yatkın, liderlik özelliklerine sahip ve diğer alanlardaki uzmanlarla iletişim kurabilme yeterliliğine sahip olan.
10	Gerek kamunun gerekse de özel kesimin gereksinim duyduğu yüksek becerili elemanlarda olması gereken yeterli düzeyde muhasebe bilgisine sahip,
11	Temel Bilgisayar kullanım bilgisi olan ve insan kaynakları ve çalışma ilişkilerinde kullanılan bilgi sistemleri konusunda bilgisi ve bu yazılımları kullanabilme becerisine sahip kişilerdir.
12	Gerek kamunun gerekse de özel kesimin gereksinim duyduğu yüksek becerili elemanlarda olması gereken yeterli düzeyde hukuk bilgisine sahip bireylerdir.
13	Toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlerin bilincinde olan bireydir.

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	1	1	1	1	1	1	1
PÇ2	1	1	1	1	1	1	1
PÇ3	1	1	1	1	1	1	1
PÇ4	2	2	2	2	2	2	2
PÇ5	2	2	2	2	2	2	2



PÇ6	2	2	2	2	2	2	2
PÇ7	3	3	3	3	3	3	3
PÇ8	3	3	3	3	3	3	3
PÇ9	3	3	3	3	3	3	3
PÇ10	4	4	4	4	4	4	4
PÇ11	4	4	4	4	4	4	4
PÇ12	4	4	4	4	4	4	4
PÇ13	5	5	5	5	5	5	5

