|  |  |
| --- | --- |
| **Dersin Adı** | Pazarlama |
| **Dersin Kredisi** | 3 (Teori= 3, Uygulama=0) |
| **Dersin AKTS'si** | 3 |
| **Dersin Yürütücüsü** | Öğr. Gör. Mehmet DEMİRDÖĞMEZ |
| **Dersin Gün ve Saati** | Bölüm/Program web sayfası üzerinden ilan edilecektir. |
| **Ders Görüşme Gün ve Saatleri** | Perşembe 15:00-17:00 |
| **İletişim Bilgileri** | mdemirdogmez@harran.edu.tr 414.3183000-2861 |
| **Öğretim Yöntemi ve Ders Hazırlık** | Uzaktan eğitimle konu anlatımı ve uygulama. Konu anlatım, Soru-cevap, Derse hazırlık aşamasında, öğrenciler ders kaynaklarından her haftanın konusunu derse gelmeden önce inceleyerek gelecekler. Haftalık ders konuları ile ilgili tarama yapılacak. |
| **Dersin Amacı** | Tüketici istek ve ihtiyaçlarının karşılanmasında aktif rol oynayan pazarlamanın tüm yönleriyle incelenip ihtiyaçların tatmininde uygulanması gerekli olan stratejilerin öğretilmesi hedeflenmektedir. |
| **Dersin Öğrenme Çıktıları** | 1. Pazarlamanın temel teorik kavramlarını bilir. 2. Pazarlamanın insan ve iş hayatındaki önemini bilir. 3. İhtiyaçların tatmininde gerekli stratejileri uygulama becerisine sahip olur. 4. Müşteri tatmini ve müşteri mutluluğunun sağlanmasını bilir. 5. Pazar bilgisini öğrenerek analitik düşüncenin önemini bilir. 6. Pazarlamanın güncel meseleleri hakkında yorum yapar |
| **Haftalar** | **Konular** |
| 1 | Pazarlamanın konusu, kapsamı, gelişimi **(Uzaktan Eğitim)** |
| 2 | Pazarlama çevresi. Stratejik planlama ve pazarlamanın rolü **(Uzaktan Eğitim)** |
| 3 | Pazarlama araştırması ve bilgi sistemi **(Uzaktan Eğitim)** |
| 4 | Tüketici pazarı ve tüketici davranışı **(Uzaktan Eğitim)** |
| 5 | Endüstriyel pazarlar ve uluslararası pazarlar **(Uzaktan Eğitim)** |
| 6 | Pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve satış tahmini **(Uzaktan Eğitim)** |
| 7 | Mamul ve fiyat **(Uzaktan Eğitim)** |
|  8 | Tutundurma **(Uzaktan Eğitim)** |
|  9 | Kişisel satış ve satış geliştirme **(Uzaktan Eğitim)** |
|  10 | Reklam ve halkla ilişkiler **(Uzaktan Eğitim)** |
|  11 | İnternette pazarlama **(Uzaktan Eğitim)** |
|  12 | Doğrudan pazarlama **(Uzaktan Eğitim)** |
|  13 | Dağıtım **(Uzaktan Eğitim)** |
|  14 | Dersin Genel Değerlendirmesi **(Uzaktan Eğitim)** |
| **Ölçme-Değerlendirme** | Ara Sınav, Kısa Sınav, Yarıyıl Sonu Sınavı ve Değerlendirmelerin yapılacağı tarih, gün ve saatler daha sonra Senatonun alacağı karara göre açıklanacaktır. |
| **Kaynaklar** |
| Mucuk, İ. (2001). Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitapevi, 13.Baskı, İstanbul.İslamoğlu, A. H. (2006). Pazarlama Yönetimi, Beta yayınevi, İstanbul. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE****DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU** |  |
|  | **PÇ1** | **PÇ2** | **PÇ3** | **PÇ4** | **PÇ5** | **PÇ6** | **PÇ7** | **PÇ8** | **PÇ9** | **PÇ10** | **PÇ11** | **PÇ12** | **PÇ13** | **PÇ14** | **PÇ15** |
| **ÖÇ1** | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| **ÖÇ2** | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| **ÖÇ3** | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| **ÖÇ4** | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| **ÖÇ5** | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| **ÖÇ5** | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| **ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları** |  |
| **Katkı****Düzeyi** | **1 Çok Düşük** | **2 Düşük** | **3 Orta** | **4 Yüksek** | **5 Çok Yüksek** |  |

**Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **PÇ1** | **PÇ2** | **PÇ3** | **PÇ4** | **PÇ5** | **PÇ6** | **PÇ7** | **PÇ8** | **PÇ9** | **PÇ10** | **PÇ11** | **PÇ12** | **PÇ13** | **PÇ14** | **PÇ15** |
| **Pazarlama** | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |