

DERSİN ADI		KODU	YARIYILI	T+U	KREDİSİ	AKTS
Pazarlama		1213305	III	3+0	3	3
Ön Koşul Dersler						
Dersin Dili		Türkçe				
Dersin Seviyesi		Ön Lisans				
Dersin Türü		Zorunlu				
Dersin Koordinatörü						
Dersi Verenler						
Dersin Yardımcıları						
Dersin Amacı		Tüketici istek ve ihtiyaçlarının karşılanmasında aktif rol oynayan pazarlamanın tüm yönleriyle incelenip ihtiyaçların tatmininde uygulanması gerekli olan stratejilerin öğretilmesi hedeflenmektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları		<p>Bu dersin sonunda öğrenci;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pazarlamanın temel teorik kavramlarını bilir.</li> <li>2. Pazarlamanın insan ve iş hayatındaki önemini bilir.</li> <li>3. İhtiyaçların tatmininde gerekli stratejileri uygulama becerisine sahip olur.</li> <li>4. Müşteri tatmini ve müşteri mutluluğunun sağlanmasını bilir.</li> <li>5. Pazar bilgisini öğrenerek analitik düşüncenin önemini bilir.</li> <li>6. Pazarlamanın güncel meseleleri hakkında yorum yapar.</li> </ol>				
Dersin İçeriği		Pazarlamanın konusu, kapsamı, gelişimi, çevresi, stratejik planlama, pazarlama araştırması ve bilgi sistemi, tüketici pazarı ve tüketici davranışı, endüstriyel pazarlar ve uluslararası pazarlar, pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve satış tahmini, mamul, fiyat, tutundurma, kişisel satış ve satış geliştirme, reklam ve halkla ilişkiler, internette pazarlama, doğrudan pazarlama ve dağıtım.				
Haftalar	Konular					
1	Pazarlamanın konusu, kapsamı, gelişimi					
2	Pazarlama çevresi. Stratejik planlama ve pazarlamanın rolü					
3	Pazarlama araştırması ve bilgi sistemi					
4	Tüketici pazarı ve tüketici davranışı					
5	Endüstriyel pazarlar ve uluslararası pazarlar					
6	Pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve satış tahmini					
7	Ara Sınav					
8	Mamul ve fiyat					
9	Tutundurma					
10	Kişisel satış ve satış geliştirme					
11	Reklam ve halkla ilişkiler					
12	İnternette pazarlama					
13	Doğrudan pazarlama					
14	Dağıtım					
Genel Yeterlilikler						
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pazarlamanın konusu, gelişimi, pazarlama çevresi, pazarlamanın rolü, pazarlama araştırması, tüketici davranışı, endüstriyel pazarlar ve uluslararası pazarlar konusunda bilgi sahibidir.</li> <li>2. Hedef pazar seçimi ve satış tahmini, mamul, fiyat, tutundurma, kişisel satış ve satış geliştirme, reklam ve halkla ilişkiler alanlarında beceri sahibi olur.</li> <li>3. İnternette pazarlama, doğrudan pazarlama, dağıtım konusunda çıkarsamalar yapabilir ve yorumlayabilir.</li> </ol>						
Kaynaklar						
İslamoğlu, A. H. (2006). <i>Pazarlama Yönetimi</i> , Beta yayınevi, İstanbul.						
Mucuk, İ. (2001). <i>Pazarlama İlkeleri</i> , Türkmen Kitapevi, 13.Baskı, İstanbul.						
Değerlendirme Sistemi						
Ara Sınav: % 40						
Final: % 60						
Bütünleme: % 60						

**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	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4
ÖÇ2	3	2	5	4	2	2	3	4	4	4	4	3	2	3	3
ÖÇ3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4
ÖÇ4	4	3	5	4	3	2	2	4	3	3	4	2	3	4	3
ÖÇ5	3	2	4	3	2	3	3	3	3	4	3	2	2	5	4
ÖÇ6	3	3	5	3	2	3	3	4	3	4	4	3	2	4	3

**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	3	5	3	2	3	3	4	3	4	4	2	2	4	4