

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Pazarlama İlkeleri	1204251	II	3+0	3	4
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu ders, Pazarlamanın geçirdiği evrelerden hareketle günümüz teknoloji ve küresel pazar ortamına geçmiş stratejileri uyarlamayı ve ileri değişimleri idrak ederek farklılaştırmayı ve tüketiciye uygun stratejileri benimsetmeyi amaçlamaktadır.				
Dersin Öğrenme Kazanımları	Bu dersin sonunda öğrenci; <ol style="list-style-type: none"> 1.Pazarlama olgusunu kavrar 2.Pazarlama karmaşı elemanlarının fonksiyonlarını bilir 3.Pazarlama stratejileri geliştirir 4.Müşteri tatmininin sürekliliğinin sağlanması için uygulanması gereken adımları kavrar 5.Pazar bilgisini öğretmek, analitik düşüncenin önemini kavratmak ve analitik düşünceye yönlendirir 6. Pazarlamanın güncel meseleleri hakkında yorum yapar 				
Dersin İçeriği	Pazarlama kavramlarını tanıma, Pazar çeşitleri ve çevresel faktörlerini öğrenme, Pazarlama Karmaşı unsurları olan 4p Stratejilerini anlama, değişen Pazar ortamlarının tüketici davranışlarını anlama ve yeniliklerin pazarlama faaliyetlerine etkisini anlamadır.				
Haftalar	Konular				
1	Pazarlama Kavramı, Pazar ort Rekabet yönetimi, Stratejik planlama ve Pazarlama rolü amında tüketici ihtiyaçları				
2	Pazarlama Çevresi Mikro ve Makro Bakış				
3	Pazarlama karmaşı elemanları ve yönetimi 4P				
4	Ürün, Ürün Yaşam Eğrisi Politikaları, Hizmet ve Markalaşma Stratejisi				
5	Fiyatlama Stratejisi ve Türleri				
6	Dağıtım Kanalı Politikaları				
7	Ara sınav				
8	Bütünleşik Pazarlama İletişimi tutundurma faaliyetleri				
9	Reklam, Doğrudan Satış, Pazarlama Halkla İlişkileri, Satış Geliştirme, Kişisel Satış vs. ve İnteraktif Mecraların Kullanımı				
10	Pazarlama Stratejisi- Bölümle, Hedefleme,				
11	Konumlandırma, Pazarlama Araştırması				
12	Rekabet yönetimi, Stratejik planlama ve Pazarlama rolü				
13	Rekabet yönetimi, Stratejik planlama ve Pazarlama rolü				
14	Pazarlama mevzuatı				
Genel yeterlilikler					
1. Öğrenciler bu dersin ana konularını anlar ve günlük ve iş hayatı alanı uygulamalarında kullanır					
2. Alanındaki kanuni düzenlemeler ve mesleki standartları bilir.					
Kaynaklar					
İslamoğlu, A., H.(2006). <i>Pazarlama Yönetimi</i> , Beta Yayınevi .					
Mucuk, İ. (2001). <i>Pazarlama İlkeleri</i> , İstanbul: Türkmen Kitapevi, 13.Baskı.					
Değerlendirme Sistemi					
Ara sınav: % 40					
Final:% 60 Bütünleme:					

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 İlkeleri	3	3	5	3	2	3	3	4	3	4	4	2	2	4	4