

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
<b>Pazarlama İlkeleri</b>	<b>1804316</b>	III	3+0	3	3
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Pazarlama kavramını anlayabilme, Modern pazarlama anlayışını yorumlayabilme, Hedef pazarı belirleme ve yeni ürün geliştirilmesinde izlenecek yolu kavrayabilme, Ürün yaşam sürecinde izlenecek pazarlama stratejilerini kavrayabilme.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	<b>Bu dersin sonunda öğrenci;</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pazarlama bileşenlerini açıklayabilir.</li> <li>2. Pazarlama ve Pazarlama Yönetimi Anlayışındaki Değişimleri Ayırt Edebilir</li> <li>3. Stratejik Pazarlama ve Pazarlama Planlaması Yapabilir</li> <li>4. Hedef Pazar Seçimi yorumlanır</li> <li>5. Kişilerin mal ve hizmet pazarlama yeteneklerini açıklayabilir</li> <li>6. Uluslar arası pazarlamayı yorumlayabilir</li> </ol>				
Dersin İçeriği	Pazarlamanın temel kavramları, Pazarlamanın İşlevleri ve Pazarlama Sistemleri, Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırmaları, Hedef Pazar, Tüketici Davranışları, Ürün ve Hizmet, Ürün Kararları, Fiyat ve Fiyatlandırma, Fiyatlandırma Stratejileri Yöntemleri Taktikleri Politikaları, Dağıtım ve Dağıtım Kanalları, Dağıtım Kanallarında Yer Alan Kurumlar Fiziksel Dağıtım, Tutundurma Bileşimi, Uluslar arası Pazarlama.				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Pazarlamanın temel kavramları				
2	Pazarlamanın İşlevleri ve Pazarlama Sistemleri				
3	Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırmaları				
4	Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırmaları				
5	Hedef Pazar				
6	Tüketici Davranışları				
7	Ara Sınav				
8	Ürün ve Hizmet				
9	Ürün Kararları				
10	Fiyat ve Fiyatlandırma				
11	Fiyatlandırma Stratejileri Yöntemleri Taktikleri Politikaları				
12	Dağıtım ve Dağıtım Kanalları				
13	Dağıtım Kanallarında Yer Alan Kurumlar Fiziksel Dağıtım				
14	Uluslar arası Pazarlama				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1- Pazarlama sistemini yorumlar.</li> <li>2- Hedef Pazar belirler.</li> <li>3- Fiyat ve fiyatlandırma yapar.</li> <li>4- Dağıtım kanallarını bilir.</li> </ol>					
<b>Kaynaklar</b>					
Tekin, V. (2014). <i>Pazarlama İlkeleri</i> . Seçkin Yayınları.					
Önce, A. (2013), <i>Pazarlamanın Temelleri</i> , Nobel Yayınları, Ankara.					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
<b>Ara Sınav: %40</b>					
<b>Final: %60</b>					
<b>Bütünleme:</b>					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ										
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10
ÖÇ1	5		4		4	4		5	5	5
ÖÇ2	5		4		4	4		5	5	5
ÖÇ3	5		4	4	5	4		5	5	5
ÖÇ4	5		4			4		5	5	5
ÖÇ5	5		4			4		5	5	5
ÖÇ6	5		4			4		5	5	5
<b>ÖÇ: Öğrenme Çıktıları      PÇ: Program Çıktıları</b>										
<b>Katkı Düzeyi</b>	<b>1 çok düşük</b>		<b>2 düşük</b>		<b>3-Orta</b>		<b>4- Yüksek</b>		<b>5- Çok Yüksek</b>	

**Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi**

	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10
<b>Pazarlama İlkeleri</b>	5		4	4	4	4		5	5	5