

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	Akts
Pazarlama	2206207	II	2+0	2	2
Ön Koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Pazarlama kavramını anlamak ve pazarlama karması uygulamalarını tanımlamak.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenci; 1-Fiyatlandırma ve tutundurma yöntemlerini bilir, 2-Dağıtım kanalları ve fiziksel dağıtım konularını bilir, 3-Pazarlama yönetimi ve uluslararası pazarlama yöntemlerini bilir, 4-Doğrudan pazarlama ve hizmet pazarlaması, elektronik ticaret ve internette pazarlama kavramlarını öğrenir.				
Dersin İçeriği	Fiyat, tutundurma ve dağıtım konuları, hizmet işletmelerindeki pazarlama stratejileri ve pazarlama örgütlenme şekillerinin kavranması.				
Haftalar	Konular				
1	Fiyatın önemi, hedefleri ve fiyatlandırma sürecinde göz önünde tutulması gereken faktörler				
2	Yeni mamul fiyatlandırma yöntemleri, Alıcıların fiyat değişikliklerine tepkileri				
3	Tutundurmanın önemi, başlıca tutundurma metotları ve temel özellikleri				
4	Satış geliştirme metotları, Kişisel satışın pazarlamadaki yeri ve önemi				
5	Tanıtma ve halkla ilişkiler				
6	Başlıca dağıtım kanalı alternatifleri ve dağıtım politikaları				
7	Ara Sınav				
8	Fiziksel dağıtımın fonksiyonları ve Uygulamadaki dağıtım kurumları				
9	Doğrudan pazarlamanın amacı yararları ve pazarlama şekilleri				
10	Hizmet işletmelerindeki pazarlama anlayışı				
11	E-ticaret temel araçları ve İnternette pazarlama tür ve unsurları				
12	İnternette pazarlama stratejileri				
13	Pazarlama bölümünün organizasyon şekilleri, yetki devri koordinasyon, personel motivasyonu iletişim ve denetimi				
14	Uluslararası pazarlama çevresi ve pazara giriş şekilleri				
Genel Yeterlilikler					
Öğretim ortamına ve imkânlarla bağlı olarak malzeme ve materyal seçimi, Tasarım ilke ve öğelerini doğru kullanabilme, Ders içeriğine bağlı olarak uygun yöntemlerle değerlendirme.					
Kaynaklar					
Çağlar İ., Kılıç S. (2005). <i>Pazarlama</i> . Ankara: Nobel Yayın Dağıtım Gegez E.A., (2007). <i>Pazarlama Araştırmaları</i> . İstanbul: Beta Basım Yayın Mucuk İ., (2007). <i>Pazarlama İlkeleri Ve Örnek Olaylar</i> . İstanbul: Türkmen Kitapevi Nakip M., (2003). <i>Pazarlama Araştırmaları, Teknikler Ve Spss Destekli Uygulamalar</i> . Ankara: Seçkin Kitapevi					
Değerlendirme Sistemi					
Ara sınav	: % 40				
Final	: % 60				
Bütünleme	:				

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15
ÖK1	4	4	4	2	5	1	2	2	1	5	1	1	1	5	5
ÖK2	3	3	4	1	4	1	2	1	2	5	2	1	1	4	5
ÖK3	4	2	3	1	4	2	1	1	1	4	2	1	1	4	5
ÖK4	4	3	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	1	4	5
ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları															
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek		

Program Çıktıları Ve İlgili Dersin İlişkisi

Ders	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15
Pazarlama	4	3	4	2	4	2	2	2	2	4	2	1	1	4	5