

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Pazarlama İlkeleri	2211111	I	4+1	5	6
Ön Koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Mesleki				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Öğrencinin, işletmenin mevcut pazarlama anlayışını analiz ederek, pazarlama anlayışı belirleyebilmesini, faaliyet gösterdiği sektör ve hedef pazarına göre pazarlama çevresini analiz edebilmesini, işletmenin kontrol edemeyeceği değişkenleri belirleyebilmesini, pazar bölümlerini değerlendirebilmesine, uygun bölümlerin hedef pazar olarak saptanmasına katkı sağlayabilmesini, ürünün farklılaştırılmasına ve konumlandırılmasına, katkıda bulunabilmesini, ürün yaşam dönemlerini saptayarak satış artırıcı tedbirler alabilmesini, pazar yapısı, rekabet durumu ve işletme amaçlarına göre, fiyatın belirlenmesine ve yönetimine yardımcı olabilmesini, hedef pazara göre tutundurma karmasının oluşmasına yardımcı olabilmesini, pazarlama kanallarını belirleyebilmesini, kanal tasarımının yapılmasını ve en uygun kanal sisteminin seçimine katkı sağlayabilmesini amaçlamaktadır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	<b>Bu dersin sonunda öğrenci;</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. İşletmenin pazarlama anlayışının gelişimine katkıda bulunabilir.</li> <li>2. Pazarlama çevresini analiz edebilir.</li> <li>3. Pazarı bölümlerle hedef pazarın seçimine katkıda bulunabilir.</li> <li>4. Ürün kararlarına yardımcı olacak fikirler oluşturabilir.</li> <li>5. Fiyatlama stratejilerinin oluşumuna katkı sağlayabilir.</li> </ol>				
Dersin İçeriği	Fiyat, Tutundurma, Dağıtım Kanalları ve Fiziksel Dağıtım, Doğrudan Pazarlama ve Hizmet Pazarlaması, Elektronik Ticaret ve İnternette Pazarlama, Pazarlama Yönetimi ve Uluslar arası Pazarlama				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	İşletmenin mevcut pazarlama anlayışını analiz etmek İşletme ve pazarın durumuna göre pazarlama anlayışını belirlemek Kontrol edilemeyen değişkenleri belirlemek				
2	Kontrol edilemeyen değişkenleri belirlemek Kontrol edilebilen değişkenleri belirlemek				
3	Kontrol edilebilen değişkenleri belirlemek Pazar bölümlerini değerlendirmek				
4	Pazar bölümlerini değerlendirmek Uygun bölümlerin hedef pazar olarak saptanmasına katkı sağlamak				
5	Uygun bölümlerin hedef pazar olarak saptanmasına katkı sağlamak Ürünün farklılaştırılmasına yardımcı olmak				
6	Ürünün farklılaştırılmasına yardımcı olmak Ürünün konumlandırılmasına yardımcı olmak				
7	Ara sınav				
8	Fiyatın belirlenmesine yardımcı olmak				
9	Fiyatın uyarlanmasını sağlamak				
10	Fiyatın uyarlanmasını sağlamak Fiyat değiştirme stratejilerine önerilerde bulunmak				
11	Fiyat değiştirme stratejilerine önerilerde bulunmak				
12	Pazarlama kanallarını belirlemek				
13	Pazarlama kanallarının tasarımının yapılmasına katkı sağlamak				
14	Kanal sistemleri içinden en uygun olanının seçimine katkı sağlamak				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
1- Teorik ve uygulamada yer alan pazarlama anlayışlarına göre işletmenin mevcut pazarlama anlayışını analiz edebilecek					
2- İşletme ve pazarın durumuna göre pazarlama anlayışını belirleyebilecektir.					
<b>Kaynaklar</b>					
Çağlar İ., Kılıç S. (2005) <i>Pazarlama</i> . Ankara. Nobel Yayın Dağıtım					
Mucuk İ., (2007) <i>Pazarlama İlkeleri Ve Örnek Olaylar</i> . İstanbul. Türkmen Kitapevi					
Gegez E.A., (2007) <i>Pazarlama Araştırmaları</i> . İstanbul. Beta Basım Yayın					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
<b>Ara Sınav :</b>	% 40				
<b>Final :</b>	% 60				

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	5	4	4	4	4	2	2	1	2	1	4	1	2	4	3
ÖK2	4	4	4	5	4	2	2	2	2	1	3	2	2	5	3
ÖK3	4	5	4	4	5	2	3	2	2	3	3	2	2	4	3
ÖK4	5	4	4	4	5	2	3	2	2	2	4	2	2	4	3
ÖK5	5	5	4	4	4	2	3	2	2	2	3	2	2	4	2
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>															
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	5	4	4	4	5	2	3	2	2	2	3	2	2	4	3