Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**PZL262 - Mark. Pr. and Man. (Pazarlama İlkeleri ve Y.)**
Ders Türü	IV.Yarıyıl
Teori + Uygulama	3+0
AKTS	**5.0**
Ders Dili	İngilizce
Ders Türü	Zorunlu Dersler
Öğretim Elemanları	PROF. DR. BAYRAM ZAFER ERDOĞAN

Dersin Veriliş Biçimi	Bu ders sadece yüz yüze eğitim şeklinde yürütülmektedir.
Önkoşullar	Bu dersin ön koşulu ya da eş koşulu bulunmamaktadır.
Önerilen Dersler	Bu dersle ilişkili önerilen başka dersler bulunmamaktadır.
Önerilen Kaynaklar	Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th global edition). Harlow: PearsonÖztürk ve diğerleri (2018) Principles of Marketing (Ed: Öztürk, S. A) Eskişehir: T.C. Anadolu University Publication
Staj & Uygulama	Bu ders için uygun değildir.

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
1. hafta		pazarlamanın ve kapsamının tanımlanması ve ilgili kavramların tanıtılması	
2. hafta		pazarlama yönetimi ve pazarlama yönetimi felsefelerinin, anlayışlarının tanıtılması	
3. hafta		2000'li yıllar ve ötesinde pazarlama uygulamalarında ve anlayışlarındaki değişimler: İşlemsel pazarlamadan ilişkisel pazarlamaya evrilmesi	
4. hafta		stratejik planlama ve pazarlama süreci	
5. hafta		misyon, amaçlar, pazar portföyü analizi, pazar büyüme matrisi	
6. hafta		pazarlama çevresi : mikro çevre faktörleri ve pazarlama üzerindeki etkisi	
7. hafta		pazarlama çevresi : makro çevre faktörleri ve pazarlama üzerindeki etkisi(demografi, teknoloji, ekonomi, doğa, kültür, ve yasal faktörler)	
8. hafta		Ara sınavların ilk haftası	
9. hafta		2. Ara sınav haftası	
10. hafta		Pazarlama bilgi sistemi	
11. hafta		pazarlama araştırması	
12. hafta		pazar bölümlendirme ve hedef pazarın belirlenmesi	
13. hafta		Konumlandırma stratejileri	

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
14. hafta		Pazarlama karması unsurlarının kısaca tanıtılması	

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
1	Öğrenciler pazarlamanın temel kavramlarını ve ilkelerini tanımlayabilir
2	İlişkisel pazarlama anlayışının önemini ve araçlarını açıklayabilir.
3	Öğrenciler makro-mikro çevresel faktörlerün pazarlama kararları üzerindeki etkisini değerlendirebilir
4	Pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması süreçlerini açıklayabilir.
5	Stratejik pazarlama planlaması sürecini açıklayabilir.

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

İçerik girilmemiştir.

Dersin Teması

İçerik girilmemiştir.

AKTS İş Yükü

Etkinlik	Süre (Saat)	Sayı	İş Yükü
Teorik Derse Katılım	0	0	0
Sınıf Dışı Çalışma (Ön Hazırlık & Pekiştirme Amaçlı)	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Proje - Rapor - Sunum Hazırlama	0	0	0
Ara Sınav Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Final Sınavı Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Uygulama (Laboratuvar, Müzik/Enstrüman Uygulaması, Atölye/Saha Çalışması vb.)	0	0	0
Staj Uygulaması	0	0	0
		Hesaplanan AKTS	**0**

Ölçme ve Değerlendirme

İçerik girilmemiştir.