Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**PZL211 - Pazarlama İlkeleri**
Ders Türü	V.Yarıyıl
Teori + Uygulama	3+0
AKTS	**5.0**
Ders Dili	Türkçe
Ders Türü	Zorunlu Dersler
Öğretim Elemanları	DOÇ. DR. FEYZA AĞLARGÖZ, PROF. DR. ELİF EROĞLU HALL

Dersin Veriliş Biçimi	Bu ders sadece yüz yüze eğitim şeklinde yürütülmektedir.
Önkoşullar	Bu dersin önkoşulu ya da eş koşulu bulunmamaktadır.
Önerilen Dersler	Bu dersle ilişkili önerilen başka dersler bulunmamaktadır.
Önerilen Kaynaklar	-Pazarlama İlkeleri (2018). Philip Kotler ve Gary Armstrong (16.baskı). (Çev. Ed.: A.Ercan Gegez). Beta Yayıncılık.-Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th edition). Harlow: Pearson.
Staj & Uygulama	Bu ders için uygun değildir.

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
1. hafta		Pazarlama ilkeleri dersinin amacı ve dersle ilgili temel kaynaklar, okuma listesi, öğrenci yükümlülükleri hakkında bilgi verme	
2. hafta		Pazarlamaya giriş	
3. hafta		Pazarlama kavramının tanımı, temel kavramların açıklanması, pazarlama anlayışının (yaklaşımlarının) gelişimi	
4. hafta		Pazarlama kavramının tanımı, temel kavramların açıklanması, pazarlama anlayışının (yaklaşımlarının) gelişimi	
5. hafta		Stratejik planlama ve pazarlama	
6. hafta		Pazarlama karması kavramı	
7. hafta		Pazarlama çevresi: Mikro çevre unsurları	
8. hafta		Pazarlama çevresi: Makro çevre unsurları	
9. hafta		Pazarlama çevresi: Makro çevre unsurları	
10. hafta		Pazarlama araştırması ve pazarlama bilgi sistemleri	
11. hafta		Pazarlama araştırması ve pazarlama bilgi sistemleri	
12. hafta		Pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçimi	
13. hafta		Pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçimi	
14. hafta		Farklılaşma ve konumlandırma	

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
1	Öğrenciler pazarlama ilkeleri ile ilgili temel kavram ve ilkelerini tanımlayabilecektir.
2	Öğrenciler tüketici ve endüstriyel pazarı analiz edebilecektir.
3	Öğrenciler makro-mikro çevresel faktörler ile pazarlama arasındaki ilişkileri açıklayabilecektir.
4	Öğrenciler pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması uygulamalarını tanıyabilecektir.
5	Öğrenciler pazar bölümleme, konumlandırma ve hedef pazarın seçilmesini açıklar.
6	Öğrenciler pazarlama yöneticilerinin uygulayabildiği pazarlama karması stratejilerini açıklayabilecektir.

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.

Değerlendirme Yöntemi ve Geçme Kriterleri	Sayısı	Yüzde (%)
1.Ara Sınav	1	40
Dönem Sonu Sınavı	1	60
	Toplam (%)	**100**