## Ders İzlencesi

| | |
|---|---|
| **Ders Kodu - Ders Adı** | **PZL105U - Pazarlama İlkeleri** |
| **Ders Türü** | I.Yarıyıl |
| **Teori + Uygulama** | 0+0 |
| **AKTS** | **6.0** |
| **Ders Dili** | Türkçe |
| **Ders Türü** | Zorunlu Dersler |
| **Öğretim Elemanları** | PROF. DR. NİLGÜN ÖZDAMAR |

| | |
|---|---|
| **Dersin Veriliş Biçimi** | Uzaktan eğitim |
| **Önkoşullar** | Bu dersin önkoşulu ya da eş koşulu bulunmamaktadır. |
| **Önerilen Dersler** | Pazarlama Yönetimi, Tüketici Davranışları |
| **Önerilen Kaynaklar** | Pazarlama İlkeleri (2018). (Çev. Ed. Ercan Gegez),Beta YayınlarıPazarlama İlkeler ve Yönetim (2014). (Ed. B. Zafer Erdoğan) Ekin YayınlarıALTUNIŞIK, R., TORLAK Ö., ÖZDEMİR Ş., UZKURT C., ÖZMEN M., (2013), Pazarlama İlkeleri, Editör: Ömer TORLAK, Müjdat ÖZMEN, Anadolu Üniversitesi Yayın No: 3012, Açıköğretim Fakültesi Yayın No: 1965, Eskişehir |
| **Staj & Uygulama** | Bu ders için staj veya uygulama yoktur. |

## Ders İzlencesi

| Haftalar | Öğrenme Çıktıları | Konular | Öğretim Yöntemleri |
|---|---|---|---|
| **1. hafta** | | 1.Pazarlamanın Temel Kavramları | |
| **2. hafta** | | Pazarlama Çevresi ve Pazar Fırsatlarının Analizi | |
| **3. hafta** | | Pazarlama Çevresi ve Pazar Fırsatlarının Analizi | |
| **4. hafta** | | Tüketici Davranışlarının Analizi | |
| **5. hafta** | | Tüketici Davranışlarının Analizi | |
| **6. hafta** | | Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırması | |
| **7. hafta** | | Ara Sınav | |
| **8. hafta** | | Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazar Seçimi ve Konumlandırma | |
| **9. hafta** | | Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazar Seçimi ve Konumlandırma | |
| **10. hafta** | | Pazarlama Karması ve Pazarlama Kararları | |
| **11. hafta** | | Pazarlama Karması ve Pazarlama Kararları | |
| **12. hafta** | | Pazarlama Stratejileri | |
| **13. hafta** | | Pazarlama Çabalarının Denetimi | |
| **14. hafta** | | FİNAL SINAVI | |

## Öğrenme Çıktıları

| # | Öğrenme Çıktıları |
|---|---|
| 1 | Pazarlama disiplininin temellerini açıklayabilir. |
| 2 | Pazarlama karmasını ve pazarlama karması unsurlarını açıklayabilir. |
| 3 | Yoğun rekabet ortamında pazarlama faaliyetlerini anlatabilir. |
| 4 | Pazarlama disiplini kapsamında yaşanan gelişmeleri ifade edebilir. |

## 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 | 30 |
| Dönem Sonu Sınavı | 1 | 70 |
| | **Toplam (%)** | **100** |