

PAZARLAMA İLKELERİ

1	Ders Adı:	PAZARLAMA İLKELERİ
2	Ders Kodu:	ISL5303
3	Ders Türü:	Zorunlu
4	Ders Seviyesi	Yüksek Lisans
5	Dersin Verildiği Yıl:	1
6	Dersin Verildiği Yarıyıl	1
7	Dersin AKTS Kredisi:	7.00
8	Teorik Ders Saati (saat/Hafta)	3.00
9	Uygulama Ders Saati(saat/Hafta)	0.00
10	Laboratuvar Ders Saati (saat/hafta) :	0
11	Dersin Önkoşulu:	Yok
12	Dersin Dili:	Türkçe
13	Dersin Veriliş Şekli:	Yüz yüze
14	Dersin Koordinatörü:	Prof. Dr. Ümit Gücenme Gençoğlu
15	Dersi Veren Diğer Öğretim Elemanları:	Prof. Dr. Hakan Altıntaş Doç. Dr. Erkan ÖZDEMİR Doç. Dr. Çağatan Taşkın
16	Koordinatör İletişim Bilgileri:	mhakan@uludag.edu.tr 02242941066
17	Dersin WEB adresi:	
18	Dersin Amacı:	Pazarlamanın temel kavram ve alt süreçlerinin neler olduğunu göstermek
19	Dersin Mesleki Gelişime Katkısı:	
20	Dersin Öğrenme Kazanımları:	
	1	İşletmeler için pazarlamanın önemini kavrayabilme
	2	İşletmelerin karşılaşılabilecekleri pazarlama sorunlarını analiz etme ve bu sorunlara çözümler üretme
	3	Pazarlama uygulamaları için gerekli teknikleri uygulayabilme
	4	Tüketici pazarlarını ve endüstriyel pazarları tanımlayabilme
	5	İşletmelerin hedef pazarlarıyla nasıl iletişim kurabileceklerini kavrama
	6	Pazarlama fonksiyonuyla ilgili sayısal verileri analiz etme ve bu bilgileri yorumlayabilme
	7	Pazarlama bilgilerini etkin bir pazarlama planı oluşturmada kullanabilme
	8	Yeni pazarlama trendlerini kavrayabilme
	9	
	10	
21	Dersin İçeriği:	
Hafta	DERS İÇERİKLERİ	
	Teorik	Uygulama
1	Pazarlama Kavramı ve Pazarlama Çevresi	
2	Pazarlama Planlaması	

3	Tüketici Pazarları ve Tüketicilerin Satın Alma Davranışları	
4	Rekabet Analizi ve Rekabetçi Pazarlama Stratejileri	
5	Pazar Bölümlendirme	
6	Hedefleme ve Konumlandırma	
7	Ürün, Marka	
8	Ambalajlama ve Satış Sonrası Hizmetler	
9	Yeni Ürün Gelişimi ve Ürün Yaşam Dönemi Stratejileri	
10	Fiyatlama	
11	Dağıtım	
12	Reklam	
13	Satış Geliştirme	
14	Kişisel Satış	

22	Ders Kitabı, Referanslar ve/veya Diğer Kaynaklar:	Philip Kotler, Kotler ve Pazarlama Philip Kotler ve Gary Armstrong, Principles of Marketing Philip Kotler ve Kevin Lane Keller, Marketing Management
----	---	--

23	Değerlendirme	
----	---------------	--

YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI	SAYISI	KATKI YÜZDESİ
Ara Sınav	0	0.00
Kısa Sınav	0	0.00
Ödev	0	0.00
Yıl Sonu Sınavı	1	100.00
Toplam	1	100.00
Yıl içi çalışmalarının Başarıya Oranı		0.00
Finalin Başarıya Oranı		100.00
Toplam		100.00
Kullanılan Ölçme ve Değerlendirme Yaklaşımları		

24	AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU	
----	-------------------------------	--

ETKİNLİK	SAYISI	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (Saat)
Teorik Dersler	14	3.00	42.00
Uygulamalı Dersler	0	0.00	0.00
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	14	3.00	42.00
Ödevler	2	20.00	40.00
Projeler	0	0.00	0.00
Arazi Çalışmaları	0	0.00	0.00
Arasınavlar	0	0.00	0.00
Diğer	2	20.00	40.00
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50.00	50.00
Toplam İş Yüğü			214.00
Toplam İş Yüğü / 30 saat			7.13
Dersin AKTS Kredisi			7.00

25	PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLE DERS ÖĞRETİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13	PY14	PY15	PY16
ÖK1	0	5	4	5	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK2	0	5	4	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK3	0	0	4	5	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK4	0	0	0	4	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK5	3	4	0	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK6	0	0	4	0	0	0	0	5	4	0	0	4	0	0	0	0
ÖK7	4	0	5	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK8	0	0	4	0	0	0	0	5	0	0	0	4	0	0	0	0
ÖK: Öğrenme kazanımlar PY: Program yeterlilikleri																
Katkı Düzeyi:	1 çok düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek			