



YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ DIŞA AÇIK DERSLER KOORDİNATÖRLÜĞÜ

Okul/Fakülte: İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLERİ FAKÜLTESİ

Bölüm/Program: PAZARLAMA -TÜRKÇE

Ders Dili:	Türkçe	Ders Kodu:	PAZL303
Ders Türkçe İsmi:	PAZARLAMA İLKELERİ		
Ders İngilizce İsmi:	PRINCIPLES OF MARKETING		
Dersi Verecek:	Uzm. Ahmet HAMDİ		
Dersin Türü:	ZORUNLU	Dersin Seviyesi:	LİSANS
Yıl	3	Semester	5
Ders Kredisi:	3	AKTS Kredisi:	6
Teori(saat/hafta):	0,00	Uygulama(saat/hafta):	0,00
		Laboratuvar(saat/hafta):	0,00

Dersin İçeriği: : Pazarlamanın önemi işletmelerce benimsenmesine karşın, ana kavramların anlaşılması ve uygulamada görülen zorlukların aşılması için pazarlama ilke ve işlevlerinin temelde daha iyi kavranması gerekiyor. Pazarlama ilkeleri derslerindeki amaç öğrencilerin gerçek yaşamda değerli bulacakları kavram ve uygulamaları en yalın bir şekilde sunabilmektir.

Öğrenme Kazanımları: İlgili kavramları/kuramları anlayabilecek
İlgili kavram/kuramların geçerliliğini tartışabilecek
İlgili kavram/kuramların, gerçek hayattaki muhtemel uygulamalarını tartışabilecek ve öneriler sunabilecek
İlgili kavram/kuramları gerçek hayata/verilen diğer durumlara/vakalara uygulayabilecek
İlgili kavram/kuramların gerçek hayatta var olan uygulamalarını eleştirel olarak analiz edebilecek
Farklı kavram ve kuramları kendi özgün yaklaşımlarını yaratılmak için sentezleyebilecek
İlgili kavramlarla ilgili özgün bir yaklaşım geliştirebilecek
Sunum(lara)a hazırlık
Verilen ölçütlere göre kendi çalışmalarını değerlendirebilecek
Verilen ölçütlere göre arkadaşlarının çalışmalarını değerlendirebilecek
Yeni yaklaşım geliştirebilecek/yaratabilecek
Verilen parametreler çerçevesinde yeni bir ürün geliştirebilecek/yaratabilecek
Verilen çalışmayı bağımsızca yürütebilecek
Verilen bir çalışma üzerinde grup halinde çalışabilecek
İlgili kavramları sayabilecek ve açıklayabilecek
Öğrenmenin değerini takdir edecek
Akademik bir makale üretmek için seçilen kaynak gösterme biçiminin ilkelerini uygulayabilecek
Hedeflenen becerileri geliştirebilecek
Diğer
/

Dersin Amaçları:

	<p>Belirlenen kavram(ları) açıklamak/anlatmak İlgili kavram(lar)la alakalı farkındalık yaratmak ve bunu geliştirmek. Belirlenen kavram(lar)ın geçerliliğini tartışmak. Seçilen/belirlenen becerileri geliştirmek Seçilen konuların derinlemesine/detaylı bir şekilde incelemek Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerin var olan bilgilerini geliştirmek Seçilen kavramlar bağlamında öğrencilerin fikirlerini/bilgilerini/kavrayışlarını geliştirmek Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerle var olan bilgilerini yenilemek Yeniliği teşvik etmek Eleştirel düşüncüyü geliştirmek Diğer</p>
Öğrenci İş Yüğü:	<p>Derse hazırlık Ders saatleri Ara sınav Ara sınava hazırlık Final sınavı Final sınavına hazırlık Sunum(lar) Sunum(lara)a hazırlık Proje(ler)/makale(ler) için araştırma Sınıf içi tartışma(lar) Kısa sınav(lar) Kısa sınav(lar)a hazırlık Ders öncesi ödev(ler) Ödev(ler) Kısa ders anlatımları Ders planlama Materyal uyarlama Materyal geliştirme Taslak hazırlama Teke tek/küçük grup dersleri Kitabımız olan Pazarlama İlkeleri 20.Basım(Prof.Dr.İsmet Mucuk) dışında güncel örneklemeler üzerine hazırlanma gerekmektedir.</p>
AKTS Formülü:	
Kaynaklar:	<p>Ders Kitabı: Kaynak: Pazarlama İlkeleri; Prof.Dr.İsmet MUCUK Türkmen KİTABEVİ 19.Baskı</p> <p>Yardımcı Kitap: 1-Pazarlama İlkeleri; Prof. Dr. Ahmet HAMDİ İSLAMOĞLU. Beta Yayınları.4.Baskı 2-Pazarlamaya Giriş. Eser, Zeliha. Siyasal Yayınları 2011 3-Pazarlamaya Giriş. Toplak, Altunışık, Özdemir, Sakarya Kitapevi.</p>
Değerlendirme:	<p>Öğrencilerin sözlü ve yazılı sınavları dışında dersteki performansları yazılı sonuçlara göre daha önemlidir. Öğrencilerin değerlendirme aşamasına gelmeden önce sınıf içerisindeki performanslarına dikkat etmeleri, katılımı tam anlamıyla sağlamaları ve yazılı sınavlarda en iyi dereceyi yakalamaları gerekmektedir.</p>
İşe Yerleştirme(Staj):	
Ön Koşul Ders Kodları:	YNTM102
1. Hafta (19 – 23 Eylül)	Pazarlamanın tanımı,kapsamı,gelişimi,pazarlama kavramı ve yeni trendler;
2. Hafta (26 – 30 Eylül)	Pazarlama Çevresi, stratejik planlama ve pazarlamanın rolü;

3. Hafta (3 – 7 Ekim)	Pazarlama araştırması ve bilgi sistemi;
4. Hafta (10 – 14 Ekim)	Tüketici pazarları ve tüketici davranışları;
5. Hafta (17 – 21 Ekim)	Pazar bölümlendirme, hedefleme, konumlandırma ve satış tahminleri
6. Hafta (24 – 28 Ekim)	Mamul
7. Hafta (31 - 4 Kasım)	Fiyat
8. Hafta (7 - 11 Kasım)	Tutundurma (Pazarlama İletişimi)
9. Hafta (14 – 18 Kasım)	Kişisel satış ve satış geliştirme
10. Hafta (21 – 25 Kasım)	Reklam ve halkla ilişkiler
11. Hafta (28 - 2 Aralık)	Kısa Sınav
12. Hafta (5 – 9 Aralık)	Sunum
13. Hafta (12 -16 Aralık)	Kısa sınav ve sunum değerlendirme
14. Hafta (19 - 23 Aralık)	Tüm dönem özet ve değerlendirme
15. Hafta (24 – 30 Aralık)	FİNAL SINAVLARI HAFTASI
16. Hafta	
17. Hafta	
18. Hafta	
19. Hafta	
20. Hafta	
21. Hafta	
22. Hafta	
23. Hafta	
24. Hafta	
25. Hafta	
26. Hafta	
27. Hafta	
28. Hafta	
