



YAKIN DOĐU ÜNİVERSİTESİ DIŐA AÇIK DERSLER KOORDİNATÖRLÜĞÜ

Okul/Fakülte: İLETİŐİM FAKÜLTESİ

Bölüm/Program: HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

Ders Dili:	Türkçe	Ders Kodu:	MARK301
Ders Türkçe İsmi:	PAZARLAMA İLKELERİ		
Ders İngilizce İsmi:	PRINCIPLES OF MARKETING		
Dersi Verecek:	Yard .Doç. Dr. Nuran ÖZE		
Dersin Türü:	ZORUNLU	Dersin Seviyesi:	LİSANS
Yıl	3	Semester	5
Ders Kredisi:	3	AKTS Kredisi:	5
Teori(saat/hafta):	3,00	Uygulama(saat/hafta):	0,00
		Laboratuvar(saat/hafta):	0,00

Dersin İçeriği: KüreselleŐen dünyada iŐletmeler arası rekabetin çoğalmasıyla ortaya çıkan durum pazarlamaya duyulan gereksinimi artırmaktadır. Bugünün koşullarında, iŐletmelerin rakiplerine kıyasla rekabet avantajlarını ortaya koyabilmesi, ürünün veya hizmetin doğuşu ile başlayan pazarlamadan geçmektedir. Bu derste pazarlama ile ilgili kavramların ardından sektörün ve iŐletmenin konumunu anlayabilmek için gerekli analizler üzerinde durulmaktadır.

Öđrenme 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 yaratılmek için sentezleyebilecek
İlgili kavramlarla ilgili özgün bir yaklaşım geliŐtirebilecek
Sunum(lara)a hazırlık
Verilen ölçütlere göre kendi çalışmalarını değerlendirebilecek
Verilen ölçütlere göre arkadaşlarının çalışmalarını değerlendirebilecek
Yeni yaklaşım geliŐtirebilecek/yaratabilecek
Verilen parametreler çerçevesinde yeni bir ürün geliŐtirebilecek/yaratabilecek
Verilen çalışmayı bağımsızca yürütebilecek
Verilen bir çalışma üzerinde grup halinde çalışabilecek
İlgili kavramları sayabilecek ve açıklayabilecek
Öđrenmenin deđerini takdir edecek
Akademik bir makale üretmek için seçilen kaynak gösterme biçiminin ilkelerini uygulayabilecek
Hedeflenen becerileri geliŐtirebilecek

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 düşünceyi geliştirmek</p>
Öğrenci İş Yüğü:	<p>Derse hazırlık Ders saatleri Ara sınav Ara sınava hazırlık Final sınavı Final sınavına hazırlık Grup çalışması Sınıf içi tartışma(lar) Kısa sınav(lar) Kısa sınav(lar)a hazırlık Ders öncesi ödev(ler) Ödev(ler)</p>
AKTS Formülü:	107 saat / 25 saat = 4,28 ~ 4 ECST'dir
Kaynaklar:	<p>Temel Kaynaklar Mucuk, İsmet (2006). Pazarlama İlkeleri. 15. Basım. İstanbul: Türkmén Kitabevi. Yardımcı Kaynaklar: Garih, Üzeyir (2000). Pazarlama, Tanıtım, Halkla İlişkiler. İstanbul: Hayat Yayınları. Cemalcılar, İlhan (Aralık 1999). Pazarlama: Kavramlar Kararlar. Tıpkı Basım. İstanbul: Beta Yayınları. Cassons, H. N. (2003). Satış Sanatı ve Pazarlama. İstanbul: Hayat Yayınları.</p>
Değerlendirme:	<p>Anlatım Soru-cevap Küçük Grup Çalışmaları (Analize dayalı problem çözümleri) Hazırlık sınavları Araştırma Ödevleri Vize Final</p>
İşe Yerleştirme(Staj):	yok
Ön Koşul Ders Kodları:	yok
1. Hafta (19 – 23 Eylül)	Dersin Amaçlarını ve Sürecini Tanıma
2. Hafta (26 – 30 Eylül)	Pazarlama Kavramına Giriş
3. Hafta (3 – 7 Ekim)	Pazarlama Nedir? Pazar Nedir? Pazarlamanın Gelişim Süreci
4. Hafta (10 – 14 Ekim)	Stratejik Planlama ve Pazarlamanın Rolü
5. Hafta (17 – 21 Ekim)	Pazarlama Yönetim Felsefeleri
6. Hafta (24 – 28 Ekim)	Pazarlama Çevresi Analizi
7. Hafta (31 - 4 Kasım)	Vize Haftası
8. Hafta (7 - 11 Kasım)	Pazar ve Tüketici Çeşitleri

9. Hafta (14 – 18 Kasım)	Pazar Bölümlendirme
10. Hafta (21 – 25 Kasım)	Hedef Pazar Seçimi
11. Hafta (28 - 2 Aralık)	Boston Matrix Analizi
12. Hafta (5 – 9 Aralık)	Beş Gücün Analizi
13. Hafta (12 -16 Aralık)	SWOT Analizi
14. Hafta (19 - 23 Aralık)	Hazırlık Sınavı
15. Hafta (24 – 30 Aralık)	FİNAL SINAVLARI HAFTASI
16. Hafta	Değerlendirme ve Notlandırma
17. Hafta	
18. Hafta	
19. Hafta	
20. Hafta	
21. Hafta	
22. Hafta	
23. Hafta	
24. Hafta	
25. Hafta	
26. Hafta	
27. Hafta	
28. Hafta	
