

Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü / Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü / Yönetim Bilişim Sistemleri Programı						
Ders Kodu	Ders Adı	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Yerel Kredi	AKTS
YBS215	Pazarlama İlkeleri	3,00	0,00	0,00	3,00	4,00
Ders Detayı						
<b>Dersin Dili</b>	: Türkçe					
<b>Dersin Seviyesi</b>	: Lisans					
<b>Dersin Tipi</b>	: Zorunlu					
<b>Ön Koşullar</b>	: Yok					
<b>Dersi Veren Öğretim Elemanları</b>	: Yrd. Doç. Dr. Melih Başkol					
<b>Dersin Amacı</b>	: Pazarlama kavramı, pazarlamanın önemi, mal ve hizmetlerin özellikleri, talebi etkileyen dış faktörler ve motivasyonlar, pazarlama karması, pazar dilimlendirilmesi, ürün oluşturma, fiyat, stratejik pazarlama, pazarlama teknikleri, dağıtım kanallarının incelenmesi amaçlanmaktadır.					
<b>Dersin İçeriği</b>	: Pazarlama kavramı ve pazarlamanın temel unsurları, pazarlama anlayışının gelişimi, pazarlama bileşenleri ve dış pazarlama çevresel pazarlama faktörleri, mikro çevre faktörleri, makro çevre faktörleri, tüketici pazarları ve tüketici davranışı: tüketicinin satın alma karar süresi, yeniliğin kabul süreci, örgütsel pazarlar, örgütsel müşterilerin satın alma karar süreci, pazar bölümlendirmesi ve ilkeleri, pazar hedeflemesi ve konumlandırması konuları açıklanacak ve son olarak bir genel değerlendirme yapılacaktır.					
<b>Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar</b>	: Modern Pazarlama,Ömer Torlak,Remzi Altunışık,Şuayip Özdemir					
<b>Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretim Yöntemleri</b>	: Ders Anlatımı					
<b>Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar</b>	: Ders için önerilen diğer hususlar bulunmamaktadır					
<b>Dersin Verilişi</b>	: Yüz yüze					

Ders Öğrenme Çıktıları
1 Pazarlama problemlerini anlayabilir ve çözüm geliştirebilir
2 Pazarlama problemlerini anlayabilir ve çözüm geliştirir
3 Pazarlama stratejilerini anlar
4 Modern pazarlama yaklaşımlarını anlar
5 Pazarlama temel kavramlarını anlar
6 Pazarlamanın gelişim süreçlerini anlar
7 Pazarlamanın dış ve iç faktörlerini anlar
8 Pazarlama karmasını anlar
9 Pazarlama politikalarını anlar

Haftalık Konular ve Hazırlıklar					
	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Hazırlık Bilgileri	Öğretim Metodları
1.Hafta	Pazarlama kavramının tarihsel gelişimi, amacı, önemi ve kapsamı hakkında bilgiler				
2.Hafta	Pazar ve pazarlama çevresinin tanıtımı, tüketici trendlerindeki değişimin anlaşılması				
3.Hafta	Tüketici davranışları kavramı, tüketici davranışı ve memnuniyeti kavramlarının anlaşılması				
4.Hafta	Pazarlama bilgi sistemi kavramı ve neden ihtiyaç duyulduğunun ve pazarlama araştırması kavramının ve öneminin anlaşılması				
5.Hafta	Pazar bölümlendirme, hedef Pazar seçimi ve konumlandırma kavram ve stratejilerine yaklaşım				
6.Hafta	Ürün/hizmet kavram ve karmasının açıklanması, ürün sınıfları ve yeni ürün geliştirme süreçlerinin anlaşılması				
7.Hafta	Fiyat ve fiyatlandırmanın önemi, fiyat yaklaşımlarının, fiyatlama sürecinin anlaşılması				
8.Hafta	Arasınava				
9.Hafta	Tutundurma çabaları ve unsurlarının anlaşılması				
10.Hafta	Kişisel satış ve satış yönetimi kavramları ve çeşitlerinin anlaşılması				
11.Hafta	Dağıtım kanalları ve politikalarının anlaşılması, dağıtım kanalı seçim ve politikaları				
12.Hafta	Toptancılık ve perakendecilik kavramları, fonksiyonları ve gelişim ve gelecek trendler				
13.Hafta	Pazarlama yönetimi ve stratejik pazarlama planlaması, stratejik pazarlama planlaması süreci				
14.Hafta	Pazarlamada kontrol ve sosyal sorumluluk kavramları				
15.Hafta	Final				
16.Hafta	Final				

Değerlendirme Sistemi %
1 Vize : 40,000
2 Final : 60,000

AKTS İş Yüğü			
Aktiviteler	Sayı	Süresi(Saat)	Toplam İş Yüğü
Proje	14	2,00	28,00
Final	1	2,00	2,00
Teorik Ders Anlatım	14	3,00	42,00
Ara Sınav (Bütünlemede Kullanılan)	1	1,00	1,00
Tartışma ve Münazara	14	2,00	28,00
			Toplam : 101,00
			Toplam İş Yüğü / 25 ( Saat ) : 4
			AKTS : 4,00

