BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
İŞLETME
(2022 - 2023) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Pazarlama İlkeleri	İSL207	3	3 + 0	6,0	Zorunlu

Birim Bölüm	İşletme - Lisans (yüz yüze eğitim)
Amaç	: Dersin amacı, öğrenciye pazarlama sürecinin temel görüş ve ilkeleri hakkında bilgi ve beceri verilmesinin sağlanmasıdır.
Ders İçeriği	Pazarlama tanımı ve pazarlama ile ilgili kavramlar, Pazarlama Sistemi, stratejik planlama ve pazarlama süreci, Pazar bölümlemesi, Hedef Pazar, Pazar Konumlandırması ve pazarlama Bileşimi Pazarlamanın Mikro Çevresi Pazarlamanın Makro Çevresi Ürün Kavramı ve ürün sınıflandırmaları Ürün yaşam eğrisi ve yeni ürün geliştirme süreci Marka, ambalaj, etiket, kalite, garanti Fiyat ve fiyatlandırma yöntemleri Fiyat farklılaştırma, psikolojik fiyatlandırma stratejileri Dağıtım kanalı ve kanal üyelerinin işlevleri dolaylı ve dolaysız dağıtım ve dağıtım kanalında bütünleşme stratejileriToptancılık, perakendecilik ve fiziksel dağıtım İletişim süreci ve reklam, satış özendirici araçlar Satış yönetimi ve kişisel satış.
Ders Veren	Prof. Dr. Sevgi GÖNÜLLÜOĞLU
Ders Kaynakları	B. Zafer Erdoğan- Pazarlama

Hafta	Konu
15	Genel değerlendirme
16	Final sınavı

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	1	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma	İnceleme / Anket Çalışması	1	10
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Küçük Grup Tartışması	1	8
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	3	4
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, durumları işleme, soru geliştirme, yorumlama, sunum	Sözlü	1	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme, takım çalışması	Beyin Fırtınası	1	14
Gözlem/durumları işleme, Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma	Saha / Arazi Çalışması	1	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim, eleştirel düşünme, soru geliştirme, yönetsel beceriler, takım çalışması	Grup Çalışması	1	10
Önceden planlanmış özel beceriler	Problem Çözme	1	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	2	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme	Gösterim	2	6
Ara Sınav 1		1	1
Final		1	1
Uygulama 1		1	1
	Ders İş Yükü:	153	
	AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):	6	

Program Çıktıları	
1	Alan ile ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olma.
2	Girişimcilik ve liderliğin önemini bilme.
3	Alan ile ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olma...
4	Alan ile ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açık olma.
5	Bireysel bilgi ve becerileri ile alanla ilgili kişi ve kurumlara düşünceleri yazılı ve sözlü olarak aktarabilme, onlara çözüm önerisi sunabilme.
6	Alan ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirme.
7	Alan ile ilgili edinilen bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme.
8	Alan ile ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutabilme ve etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapabilme
9	Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verme.
10	İşletmenin iç ve dış çevresinde tüm paydaşlarını gözetecek şekilde ilişkilerini düzenleyebilme ve yönetebilme.
11	Bir yabancı dili işletmecilik alanıyla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilme.
12	Alanın gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilme.

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12
Öğrenciler tüketici ve endüstriyel pazarı analiz edebilecektir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler makro-mikro çevresel faktörler ile pazarlama arasındaki ilişkileri açıklayabilecektir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması uygulamalarını tanıyabilecektir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-