



| Ders Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S |
|--------------------|---|---------|----------|------|---------|
| Pazarlama İlkeleri | TUR233 | 4 | 3 + 0 | 4,0 | Seçmeli |
| Birim Bölüm | Turizm ve Otel İşletmeciliği - Ön Lisans (Yüzyüze eğitim) | | | | |
| Amaç | Pazarlama kavramının ne olduğu ve işletmelerin pazarlama faaliyetlerinin öğrencilerce aktarılması. | | | | |
| Ders İçeriği | Pazarlama kavramının tanımı, pazarlama faaliyetlerinin etkilendiği çevresel şartların incelenmesi, pazarlama sürecinin elemanları olan pazarlama karmasının anlatılması, pazarlama fonksiyonunun uygulanmasındaki ilkeler | | | | |
| Ders Kaynakları | [1]Altunışık Remzi,Şuayip Özdemir, Ömer Torlak, 2006, Modern Pazarlama, Değişim Yayınları, [2] Yükselen, Cemal, 2013, Pazarlama - İlkeler - Yönetim - Örnek Olaylar, Detay Yayıncılık | | | | |

| Hafta | Konu |
|-------|---|
| 1 | Pazarlama İlkeleri I dersinin amacı ve dersle ilgili temel kaynaklar. |
| 2 | Pazarlamaya giriş, pazarlama kavramının tanımı, pazarlama anlayışının (yaklaşımlarının) gelişimi. |
| 3 | Pazarlama yönetimi kavramı. Pazarlama yönetimi ve çevre ile ilişkisi. |
| 4 | Stratejik pazarlama süreci ve planlama ve stratejik planlama kavramları. |
| 5 | Pazarlama planlaması süreci ve rekabetçi pazarlama stratejileri |
| 6 | Pazarlama kararlarıyla ilgili makro çevre faktörleri. |
| 7 | Pazarlama kararlarıyla ilgili mikro çevre faktörleri |
| 8 | Pazarlama Araştırmasına Giriş |
| 9 | Pazarlama araştırması ve pazarlama araştırması süreci. |
| 10 | Pazar kavramı ve tüketici pazarının özellikleri, tüketici pazarını etkileyen faktörler. |
| 11 | Endüstriyel pazar ve özellikleri. |
| 12 | Endüstriyel müşteri veya kullanıcı davranışını etkileyen faktörler. |
| 13 | Uluslararası pazarlama. |
| 14 | Pazar konumlandırma |

Program Çıktıları

| | |
|----|---|
| 1 | Turizm sektörü hakkında genel bilgi sahibi olmak; turizm sektörü ile ilgili ulusal ve uluslararası temel kavramları öğrenir. |
| 2 | Otel işletmelerinin temel faaliyet konularıyla ilgili bilgi ve beceriyeye sahip olur. |
| 3 | Seyahat acenteciliği, tur operatörlüğü, turizm coğrafyası, muhasebe, rekreasyon gibi konularda genel bilgiye sahip olur. |
| 4 | Yiyecek-içecek, servis, menü planlama, ön büro işlemleri (rezervasyon alma, oda satışı, müşteri karşılama vb.), kat hizmetleri ile ilgili işlemler (odaların temizlik ve düzeni vb.) konularında bilgi sahibi olur. |
| 5 | Turizmde yönetim ve pazarlama konularında genel bilgiye sahip olur. |
| 6 | Turizm ve otel işletmeciliği alanındaki yasal düzenlemeleri ve mesleki standartları bilir. |
| 7 | Birlikte çalıştığı bireylerin mesleki bilgi ve becerilerini geliştirmesine katkı sağlar ve performanslarını adil biçimde değerlendirir. |
| 8 | Alanının gerektirdiği temel düzeyde bilgisayar yazılım ve donanımlarını kullanabilme becerisi kazanır. |
| 9 | Turizm sektöründe yeterli olabilecek derecede en az bir yabancı dil bilir. |
| 10 | Turizm sektöründeki sorunları tanımlayabilir, analiz edebilir ve çözüm önerileri geliştirebilir. |
| 11 | Turizm hizmetlerini gerçekleştirirken müşterilerle etkin iletişim kurabilme yeteneğine sahip olur. |
| 12 | Kamu ve özel sektör kuruluşlarındaki alanı ile ilgili süreçleri yerinde inceleyerek uygulama becerisi kazanır. |
| 13 | Mesleki etik, sosyal sorumluluk ve çevre bilincine sahip olur. |
| 14 | Turizm ve otel işletmeciliği ile ilgili konularda edindiği bilgi ve becerileri sürekli geliştirir ve turizm alanıyla ilgili yenilik ve gelişmeleri takip eder. |

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 | PÇ 13 | PÇ 14 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Öğrenciler makro-mikro çevresel faktörler ile pazarlama arasındaki ilişkileri açıklayabilecektir. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Öğrenciler, Ürünler için pazar bölümlenme, hedef pazar seçme ve konumlandırma ile ilgili örnek uygulamalar planlar. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Öğrenciler pazarlama ilkeleri ile ilgili temel kavram ve ilkelerini tanımlayabilir. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Öğrenciler pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması uygulamalarını tanıyabilecektir. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Öğrenciler tüketici ve endüstriyel pazarı analiz edebilecektir. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |