



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

- Turizm sektörü hakkında genel bilgi sahibi olmak; turizm sektörü ile ilgili ulusal ve uluslararası temel kavramları öğrenir.
- Otel işletmelerinin temel faaliyet konularıyla ilgili bilgi ve beceriye sahip olur.
- Seyahat acenteciliği, tur operatörlüğü, turizm coğrafyası, muhasebe, rekreasyon gibi konularda genel bilgiye sahip olur.
- 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.
- Turizmde yönetim ve pazarlama konularında genel bilgiye sahip olur.
- Turizm ve otel işletmeciliği alanındaki yasal düzenlemeleri ve mesleki standartları bilir.
- Birlikte çalıştığı bireylerin mesleki bilgi ve becerilerini geliştirmesine katkı sağlar ve performanslarını adil biçimde değerlendirir.
- Alanının gerektirdiği temel düzeyde bilgisayar yazılım ve donanımlarını kullanabilme becerisi kazanır.
- Turizm sektöründe yeterli olabilecek derecede en az bir yabancı dil bilir.
- Turizm sektöründeki sorunları tanımlayabilir, analiz edebilir ve çözüm önerileri geliştirebilir.
- Turizm hizmetlerini gerçekleştirirken müşterilerle etkin iletişim kurabilme yeteneğine sahip olur.
- Kamu ve özel sektör kuruluşlarındaki alanı ile ilgili süreçleri yerinde inceleyerek uygulama becerisi kazanır.
- Mesleki etik, sosyal sorumluluk ve çevre bilincine sahip olur.
- 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.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-