



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, öğrenciyi 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 bölümlenmesi, 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 stratejileri Toptancılık, 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 Metotları	Süresi (Saat)	Sayısı
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	Beşir Fırtınası	1	14
Gözlem/durumları işleme, Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma	Saha / Arazi Çalışması	1	14
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
Önceden planlanmış özel beceriler	Problem Çözme	1	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	2	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim, eleştirel düşünme, soru geliştirme, yönetsel beceriler, takım çalışması	Grup Çalışması	1	10
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme	Gösterim	2	6
Ara Sınav 1		1	1
Final		1	1
Uygulama 1		1	1
<b>Ders İş Yükü:</b>		153	
<b>AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):</b>		6	

Program Çıktıları	
1	Alan ile ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olur.
2	Alan ile ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir.
3	Alan ile ilgili konularda bireysel ve ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olur.
4	Alanın gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanır..
5	Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verir.
6	Alanındaki gelişmeleri takip edebilecek düzeyde Türkçe ve bir yabancı dil bilgisine sahip olur ve yazılı-sözlü iletişim kurma yetkinliği kazanır.
7	Alan ile ilgili edinilen bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirir ve sorunları kavrar.
8	Farklı disiplinlerden edinilen bilgileri analitik ve eleştirel bir şekilde değerlendirerek, işletme uygulamalarına katkı sağlayacak yenilikçi çözümler üretir.
9	Ulusal ve uluslararası bir işletme kurabilme, yönetme ve sürekliliğini sağlayabilme becerisi kazanır.
10	Nitel ve nicel verilerden faydalanarak ekonomik ve sosyal konularda istatistiksel çözümlenmeler ile daha etkin kararlar alır.
11	Küresel olarak değişen müşteri istek ve ihtiyaçlarını belirleyerek, güncel talepleri karşılayabilecek ürün ve hizmetler üretir ve sunar.
12	Finansal tabloları ve verileri anlayarak işletmenin mali durumunu değerlendirir, finansal kararlar alır.
13	İşletmelerin hukuki süreçleri, sürdürülebilirlik ve etik konusundaki sorumlulukları hakkında bilgi sahibi olur ve bu konular bağlamında kararlar alır.

**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
Öğrenciler tüketici ve endüstriyel pazarı analiz edebileceklerdir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler makro-mikro çevresel faktörler ile pazarlama arasındaki ilişkileri açıklayabileceklerdir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması uygulamalarını tanıyabileceklerdir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/384923>