BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

BOZÜYÜK MESLEK YÜKSEKOKULU

PAZARLAMA

(2024 - 2025) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Pazarlama İlkeleri I	PZL101	1	3 + 1	6,0	Zorunlu

Birim Bölüm	Pazarlama - 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 bölümlendirme ve konumlandırma

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Ara Sınav 1		10	1
Final		10	1
	Ders İş Yükü:	20	
	AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):	0,78	

Program Çıktıları	
1	Alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olmalıdır.
2	Alanla ilgili edindirdiği bilgi ve becerileri problem çözmede kullanabilme, analitik ve stratejik düşünerek uygulamaya geçirebilme de katkısı önemlidir.
3	Alanla ilgili edindirdiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilmesine katkısı önemlidir.
4	Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilirler.
5	Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
6	Öğrenciler girişimcilik ve liderliğe her zaman açıktır.
7	Alanı ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarır.
8	Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilmeli ve kullanabilmelidir.
9	Avrupa Dil Portföyü A2 Genel Düzeyinde (en az alanındaki bilgileri takip edebilecek ve meslektaşları ile iletişim kurabilecek kadar) yabancı dil bilgisine sahiptir.
10	Alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.
11	Sosyal hakların evrenselliği, sosyal adalet, kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince sahiptir.
12	Alanıyla ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutarak etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapabilir.
13	Alanla ilgili konularda edindirdiği bilgi ve becerileri sürekli geliştirerek ve alanla ilgili yenilik ve gelişmeleri takip ederek ömür boyu öğrenmeye açık olur.

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 makro-mikro çevresel faktörler ile pazarlama arasındaki ilişkileri açıklayabilecektir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler, Ürünler için pazar bölümleme, 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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/405421