



| Ders Adı        | Kodu   | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S   |
|-----------------|--|---------|----------|------|---------|
| Pazarlama       | TOS201   | 1       | 2 + 0    | 3,0  | Seçmeli |
| Birim Bölüm     | İstatistik ve Bilgisayar Bilimleri - Lisans (Yüz yüze )  |         |          |      |         |
| Amaç            | Bu dersin amacı, öğrencinin işletmenin bir fonksiyonu olan pazarlamanın çevresini ve dinamiklerini öğrenmesini sağlayarak bunların pazarlama yönetimince anlamlandırmasını sağlamaktır.  |         |          |      |         |
| Ders İçeriği    | Bu derste, pazarlama ile ilgili temel kavramların tanımlanması, pazar çevresinin ve pazar çevresini etkileyen faktörlerin belirlenmesi, tüketici davranışlarının anlamlandırılması, pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması sürecinin irdelenmesi, pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve konumlandırma sürecinin yürütülmesi ve pazarlama karması elemanları olan ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım konuları incelenecektir.   |         |          |      |         |
| Ders Kaynakları | Pazarlama İlkeleri Ders Notu B.Zafer ERDOĞAN 2011 ,<br>Pazarlama Stratejileri Yönetmel Bir Yaklaşım Ömer TORLAK ve Remzi ALTUIŞIK, Beta Yayınları, İstanbul 2009.,<br>Mucuk, İ., Pazarlama İlkeleri, 17.Baskı, Türkmen Kitabevi, 2009.,<br>Korkmaz, S., Eser, Z., Öztürk, S.A., Işın, F.B. Pazarlama, Siyasal Kitabevi, 2010.,<br>Torlak, Ömer, Remzi Altunışık ve Şuayip Özdemir (2016), Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi, Beta Yayıncılık ,<br>Pazarlama İlkeleri Ders Notu B.Zafer ERDOĞAN 2011 ,<br>Pazarlama Stratejileri Yönetmel Bir Yaklaşım Ömer TORLAK ve Remzi ALTUIŞIK, Beta Yayınları, İstanbul 2009. |         |          |      |         |

| Hafta | Konu   |
|-------|--|
| 1     | Pazarlamaya Giriş  |
| 2     | Pazar ve Pazarlama Çevresi                               |
| 3     | Tüketici Davranışları                                    |
| 4     | Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırması         |
| 5     | Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazar Seçimi ve Konumlandırma |
| 6     | Pazarlama Karması Elemanları 1- Ürün Yönetimi            |
| 7     | Pazarlama Karması Elemanları 2- Fiyat ve Fiyatlandırma   |
| 8     | Ara Sınav  |
| 9     | Pazarlama Karması Elemanları 3- Tutundurma Çabaları      |
| 10    | Pazarlama Karması Elemanları 4- Dağıtım Kanalları        |
| 11    | Güncel Pazarlama Konuları-1                              |
| 12    | Güncel Pazarlama Konuları-2                              |
| 13    | Güncel Pazarlama Konuları-3                              |
| 14    | Güncel Pazarlama Konuları-4                              |

**Program Çıktıları**

- İstatistiksel analizlerde yararlanılan teknikleri etkin biçimde kullanabilme becerisine sahiptir.
- Elde edilen verilerin istatistiksel analizinde kullanılacak uygun yöntemlere karar verebilme, uygulayabilme ve istatistik alanındaki hazır yazılımları kullanabilme yeteneğine sahiptir.
- İstatistik ve Bilgisayar bilimleri alanındaki problemlerin çözümünde matematiği etkin olarak kullanabilme becerisine sahiptir.
- Bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeleri izleyebilme ve bu teknolojileri etkin bir biçimde kullanabilme ve yeni bir programlama dili öğrenme becerisine sahiptir.
- Problemlerin çözümüne ilişkin algoritmalar tasarlayabilme, programlama dillerini ve bilgisayar biliminin temel prensip ve yöntemlerini uygulayabilme yeteneğine sahiptir.
- Ekip çalışmalarında görev ve sorumluluk alabilme, sosyal ve etik sorumluluklarının farkında olma bilincine sahiptir.
- Yaratıcı, bilimsel ve eleştirel düşünebilme, bağımsız ve birlikte çalışabilme yeteneğine sahiptir.
- Türkçe ve yabancı dilde alanındaki bilgileri ve kaynakları takip edebilme ve paylaşabilme becerisine sahiptir.
- İstatistiksel verilerin toplanması, yorumlanması, yayımlanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve etik değerler hakkında farkındalığa sahiptir.
- Türkçeyi ve en az bir yabancı dili, sözlü ve yazılı olarak iletişimde etkin bir biçimde kullanabilme becerisine sahiptir.
- Rasgelelik olgusu içeren olayları veya süreçleri olasılıksal olarak modelleme ve çıkarımda bulunabilme becerisine sahiptir.
- Verileri elde etme, elde edilen verileri düzenleme ve yorumlama becerisine sahiptir.
- Verilerin elde edilmesinde veya analiz edilmesinde karşılaşılan problemleri bilimsel yaklaşımlarla çözebilme becerisine sahiptir.
- Sağlık, spor, ekonomi, ziraat vs. gibi diğer alanlara ilişkin verilerin analiz edilmesinde ilgili alandaki kişilere danışmanlık desteği verebilme becerisine sahiptir.
- Mesleki bilgi ve becerilerini alandaki güncel çalışmalarını takip ederek geliştirebilme yeteneğine sahiptir.

**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 | PÇ 15 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Pazar çevresini oluşturan faktörleri analiz eder ve pazarlama yönetimi açısından anlamlandırır. | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     | -     | -     |
| Pazarlama karması(ürün, fiyat, tutundurma, dağıtım) bileşenleri tanıır ve analiz eder.          | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     | -     | -     |
| Pazarlama ile ilgili kavramları tanımlar.   | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     | -     | -     |
| Pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve konumlandırma sürecini anlar ve örneklendirir.       | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     | -     | -     |
| Tüketici davranışlarının sebeplerini anlatır, yorumlar ve pazarlama programlarını oluşturur.    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     | -     | -     | -     | -     | -     |

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/375380>