

**MARMARA ÜNİVERSİTESİ - İşletme Fakültesi****İşletme****DERS İZLEME PROGRAMI**

1883							
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Türü	Ders Havuzu * havuz dersleri için	Haftalık Ders Saati		Kredi	Onkoşul Dersi minimum harfli başarı notu
				T	U		
PAZ2057	Pazarlama İlkeleri	Zorunlu		3	0	5	
Önkoşullu Dersi		Minimum harfli başarı notu				Notu	
Dersin Öğretim Dili							
Öğretim Üyesi							
Dersin Tanımı veya Kısa İçeriği	Pazarlamanın Tanımı; Kapsamı; Gelişimi; Pazarlama Yönetimi, Pazarlamanın Çevresi Stratejik Pazarlama ve Pazarlamanın Rolü: Pazar Kavramı; Tüketici Davranışı; Endüstriyel Pazar Pazar Bölümlendirme, Hedefleme, Konumlandırma						
Dersin Amacı	Pazarlamanın tanımını yaparak temel pazarlama konseptlerini tartışmak, müşteri ilişkileri yönetimi stratejilerini anlamak, pazarlama sürecini ve bu süreci etkileyen güçleri kavramak, stratejik planlamada pazarlama yöneticilerinin rolünü öğrenmek, işletmeleri müşterilerine hizmet verirken etkileyen çevresel güçlerin farkına varmak, pazarlama bilgi sisteminin bir işletme için önemini kavramak ve pazarlama araştırma sürecinin adımlarını öğrenmek, tüketici satın alma davranışını etkileyen güçleri anlamak ve konumlandırma sürecini tanımlamak.						
Derse ait Kaynaklar	1.	Pazarlama İlkeleri - İşletme Yönetimi Pazarlama İlkeleri - İşletme Karar Kararı					
		Principles of Marketing - Philip Kotler					
Ders Öğrenme Çıktıları	1.	Pazarlama ve pazarlama yönetimi konusunu açıklayabilmektedir.					
	2.	Pazarlama konusunu ve kapsamını öğrenir.					
	3.	Pazarlamanın gelişim sürecini kavrar.					
	4.	Pazarlama yönetiminin fonksiyonlarını öğrenir.					
	5.	Pazarlamada çevre faktörleri ve 2000’li yıllarda pazarlama anlayışı ve uygulamalarındaki değişimi öğrenir.					
Planlanan Öğretim Teknikleri ve Öğretim Yöntemleri							
HAFTA	Tarih	Ders İçerikleri					
1. Hafta		Pazarlama Kavramı, Pazarlama Yönetimi					
2. Hafta		Stratejik Pazarlama					
3. Hafta		Pazarlama Çevresi –Mikro Çevre					
4. Hafta		Pazarlama Çevresi –Makro Çevre					
5. Hafta		Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırması - 1					
6. Hafta		Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırması - 2					
7. Hafta		Vaka Analizi					
8. Hafta		Ara Sınav Haftası					
9. Hafta		Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışı-1					
10. Hafta		Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışı-2					
11. Hafta		Endüstriyel Pazarlar					
12. Hafta		Pazar Bölümlendirme					
13. Hafta		Pazar Hedefleme					
14. Hafta		Pazar Konumlandırma					
15. Hafta		Müşteri İlişkileri Yönetimi					
16. Hafta		Ders Çalışma Haftası					
17. Hafta		Final					
		Değerlendirme Aracı	Adet	Tarih		Başarı Notuna Katkısı (%)	Yarıyıl İçi Değerlendirme Notuna Katkısı (%)
		Yarıyıl Sonu Sınavı	1			50	0
		Bütünleme Sınavı	1			50	0

Değerlendirme Araçları ve Oranları	Yarıyıl İçi Değerlendirmesi			50	100
	Ara Sınav(lar)	1		50	100.0
	Kısa Sınav(lar)				
	Proje(ler)				
	Ödev(ler)				
	Laboratuvar				
	Diğer				

*** ÖĞRENCİ İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI ***

Değerl. Aracı	Saat/Adet	Toplam Öğrenci İşyükü Saati		Değerl. Aracı	Adet	Toplam Öğrenci İşyükü Saati
Teorik saat	3.0	42.0		Kısa sınav ve sınava hazırlık		
Uygulama saati	0.0	0.0		Ödev		
Laboratuvar				Proje		
Ders öncesi bireysel çalışma				Araştırma ve sunum		
Ders sonrası bireysel çalışma				Seminer		
Uygulama sonrası bireysel çalışma				Alan çalışması		
Sınava hazırlık ve Ara sınav	20	20.0		Atölye		
Sınava hazırlık ve Yarıyıl sonu sınavı	30	30.0		Diğer		
GENEL TOPLAM :					53.0	92.0
Önerilen AKTS Toplam Saat / 25) :						4