



MARMARA ÜNİVERSİTESİ - İşletme Fakültesi

İşletme (İngilizce)

DERS İZLEME PROGRAMI

2022-2023 Güz Dönemi

Ders Kodu	Ders Adı	Ders Türü	Ders Havuzu * havuz dersleri için	Haftalık Ders Saati		Kredi	Önkoşul 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 - İsmet Müdük Pazarlama İlkeleri - İsmet Karatakoğlu						
	1. Principles of Marketing - Philip Kotler						
Ders Öğrenme Çıktıları	1. Pazarlama ve pazarlama yönetimi konusunu açıklayabilecektir.						
	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 Araçları ve	Değerlendirme Aracı		Adet	Tarih	Başarı Notuna Katkısı (%)	Yarıyıl İçi Değerlendirme Notuna Katkısı (%)	
	Yarıyıl Sonu Sınavı		1		50	0	
	Bütünleme Sınavı		1		50	0	
	Yarıyıl İçi Değerlendirmesi				50	100	
	Ara Sınav(lar)		1		50	100,0	

Oranları	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	