



Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yerel Kredi	AKTS	Ders (saat/hafta)	Uygulama (saat/hafta)	Laboratuvar (saat/hafta)
Pazarlama	ISL3411	3	4	3	0	0

Önkoşullar	Yok
------------	-----

Yarıyıl	Güz
---------	-----

Dersin Dili	İngilizce, Türkçe
-------------	-------------------

Dersin Seviyesi	Lisans Seviyesi
-----------------	-----------------

Ders Kategorisi	Temel Meslek Dersleri
-----------------	-----------------------

Dersin Veriliş Şekli	Yüz yüze
----------------------	----------

Dersi Sunan Akademik Birim	İşletme Bölümü
----------------------------	----------------

Dersin Koordinatörü	İbrahim Kircova
---------------------	-----------------

Dersi Veren(ler)	İbrahim Kircova, Ebru Enginkaya, Tuğçe Ozansoy Çadırcı
------------------	--

Asistan(lar)ı	
---------------	--

Dersin Amacı	İşletme yönetiminde önemi giderek artmakta olan pazarlama fonksiyonu ve süreçleri hakkında gerekli bilgilerin verilmesi ve bilgi eksikliklerinin giderilmesi.
--------------	---

Dersin İçeriği	Pazarlamaya Giriş / Pazarlama Anlayışının Tarihsel Gelişimi/Pazarlama Bilgi Sistemi/ Pazarlama Araştırmaları / Pazarlama Karmasının Oluşturulması/ Pazarlama Karmasının Unsurları/Fiyatlama/Dağıtım ve Promosyon Kararları
----------------	--

Opsiyonel Program Bileşenleri	Yok
-------------------------------	-----

Ders Öğrenim Çıktıları

1	Modern pazarlama ilgili temel çerçeve sunulur.
2	Pazarlama programını oluşturan unsurlar öğrenilir.
3	Pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve işleyişi keşfedilir.
4	İçerikle uyumlu güncel vaka çalışmaları analiz edilir.
5	Pazarlamanın temel ilkeleri kavranır.

Haftalık Konular ve İlgili Ön Hazırlık Çalışmaları

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Müşteriye Değer Sunarak Onu Tatmin Etmenin ve Muhafaza Etmenin Yolları, Pazarların Kazanılması	Kotler & Keller(2010) 1-45
2	Pazarlama Çevresinin Araştırılması, Tüketici Pazarlarının ve Satın Alıcı Davranışlarının Analizi	Kotler & Keller(2010) 47-77
3	Endüstriyel Pazarların ve Endüstriyel satın Alıcının Davranışlarının Analizi	Kotler & Keller(2010) 299-330
4	Rekabet Karşısında Yapılacaklar	Kotler & Keller(2010) 389-415
5	Pazar Bölümleme ve Hedef Pazarların Seçimi	Kotler & Keller(2010) 415-452
6	Ürün Hatlarının ve Markaların Yönetimi	Kotler & Keller(2010) 537-572
7	Ürün Hayat Eğrisi, Yeni Ürün Geliştirme	Kotler & Keller(2010) 579-616

8	Midterm 1	Ders kitapları ve güncel uygulamadan örnekler
9	Hizmetlerin Tasarlanması ve Yönetimi	Kotler & Keller(2010) 621-653
10	Fiyatlandırma Stratejilerinin ve Programlarının Tasarlanması	Kotler & Keller(2010) 661-708
11	Dağıtım Kanallarının Yönetimi	Kotler & Keller(2010) 855-900
12	Doğrudan Pazarlama Yönetimi	Kotler & Keller(2010) 829-847
13	Reklam,Satış Promosyonu ve Halkla İlişkilerin Yönetilmesi	Kotler & Keller(2010) 779-802
14	Kişisel Satış ve Satış Gücünün Yönetilmesi	Kotler & Keller(2010) 808-829
15	Final	Kotler & Keller(2010) 125-159

Değerlendirme Sistemi

Etkinlikler	Sayı	Katkı Payı
Devam/Katılım		
Laboratuvar		
Uygulama		
Arazi Çalışması		
Derse Özgü Staj		
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği		
Ödev	1	30
Sunum/Jüri		
Projeler		
Seminer/Workshop		
Ara Sınavlar	1	30
Final	1	40
Dönem İçi Çalışmaların Başarı Notuna Katkısı		60
Final Sınavının Başarı Notuna Katkısı		40
TOPLAM		100

AKTS İşyükü Tablosu

Etkinlikler	Sayı	Süresi (Saat)	Toplam İşyükü
Ders Saati	14	3	42
Laboratuvar			
Uygulama			
Arazi Çalışması			
Sınıf Dışı Ders Çalışması	14	3	42
Derse Özgü Staj			
Ödev	1	10	10
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği			
Projeler			0
Sunum / Seminer			

Ara Sınavlar (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	10	10
Final (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	10	10
Toplam İşyükü			114
Toplam İşyükü / 30(s)			3.80
AKTS Kredisi			4
Diğer Notlar	Yok		