

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ  
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ  
İŞLETME BÖLÜMÜ**

**DERS BİLGİ FORMU**

**Dersin Ayrıntıları**

Dersin Adı	Pazarlamanın Temelleri			
Dersin Kodu	Sınıfı	Yarıyılı	T+U+L Saat	AKTS
BWL201	2	3	2+2+0	5

Dersin Dili	Almanca				
Dersin Düzeyi	Lisans	X	Yüksek Lisans		Doktora
Bölümü/Programı	İşletme				
Eğitim Türü	Yüz yüze				
Dersin Türü	Zorunlu	X	Seçmeli		
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilere pazarlama yönetiminin en önemli kısımlarını sağlamaktır. Ayrıca, pazarlama bilgilerinin temellerini (örneğin tüketici davranışı) sağlamak ve temel pazarlama stratejilerini göstermek amaçlanmaktadır.				
Dersin İçeriği	Ders aşağıdaki konulara odaklanmaktadır: (1) Bir şirket fonksiyonu olarak pazarlama ve yönetim modeli (2) Temel Pazarlama Konuları: Tüketici Davranışı ve Pazarlama (3) Stratejik Pazarlama Kararları (4) Operasyonel Pazarlama Kararları: Pazarlama Karması Araçları				
Ön Koşulları	-				
Dersin Koordinatörü	Prof. Dr. Gülpınar KELEMCİ				
Dersi Verenler	Prof. Dr. Gülpınar KELEMCİ				
Dersin Yardımcıları	Henüz belli değil				
Dersin Staj Durumu	-				

**Ders Kaynakları**

Ders Notu	Ders Slaytları
Diğer Kaynaklar	Meffert, H., Burmann, C.; Kirchgeorg, M. (2015), Marketing Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, 12. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden. Kuss, A., Kleinaltenkamp, M. (2016), Marketing-Einführung: Grundlagen - Überblick - Beispiele, 7. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden. Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L.C., Piercy, N. (2016), Grundlagen des Marketing,

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ  
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ  
İŞLETME BÖLÜMÜ**

**DERS BİLGİ FORMU**

	Pearson Studium - Economic BWL. Kotler, P., Armstrong., Çeviri Editörü A. Ercan Gegez, (2018), Pazarlama İlkeleri, Beta Yayıncılık. Erdoğan, Z. (2014), Pazarlama İlkeleri ve Yönetim, Ekin Basın ve Yayıncılık Koç, E. (2013), Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri Global Yerel Yaklaşımlar, Seçkin Yayıncılık.
--	---

**Materyal Paylaşımı**

<b>Dokümanlar</b>	Ders Slaytları
<b>Ödevler</b>	Vaka Analizleri
<b>Sınavlar</b>	-

**Dersin Yapısı**

<b>Matematik ve Temel Bilimler</b>	%
<b>Mühendislik Bilimleri</b>	%
<b>Mühendislik Tasarımı</b>	%
<b>Sosyal Bilimler</b>	%100
<b>Eğitim Bilimleri</b>	%
<b>Fen Bilimleri</b>	%
<b>Sağlık Bilimleri</b>	%
<b>Alan Bilgisi</b>	%

**Değerlendirme Sistemi**

<b>Yarıyıl İçi Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı%</b>
<b>Ara Sınav</b>	1	%40
<b>Kısa Sınav</b>		%
<b>Ödev</b>		%
<b>Devam</b>		%
<b>Uygulama</b>		%
<b>Proje</b>		%

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ  
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ  
İŞLETME BÖLÜMÜ**

**DERS BİLGİ FORMU**

Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam	2	%100

**AKTS / İş Yüğü Tablosu**

Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü(Saat)
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	3	4	12
Ödevler	2	5	10
Sunum/Seminer Hazırlama	-	-	-
Ara Sınavlar	1	40	40
Uygulama	-	-	-
Laboratuvar	-	-	-
Proje	-	-	-
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60	60
Toplam İş Yüğü		150	
Toplam İş Yüğü / 30 (s)		5	
Dersin AKTS Kredisi		5	

**Dersin Öğrenme Çıktıları**

Sıra No	Açıklama
1	Modern pazarlamanın tanımı ve anlayışı
2	Tüketici davranış bilgisi
3	Pazarlama stratejisi bilgisi
4	Geleneksel pazarlama karması bilgisi: ürün, fiyat, tanıtım ve dağıtım

**Ders Konuları**

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ  
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ  
İŞLETME BÖLÜMÜ**

**DERS BİLGİ FORMU**

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dokümanlar
1	Bir şirket fonksiyonu olarak pazarlama ve yönetim modeli: Teorik çerçeve		Ders Slaytları ve Kitaplar
2	Tüketici davranışı: Pazarlama stratejisinde tüketici davranışının rolü		Ders Slaytları ve Kitaplar
3	Tüketici davranışı: Ürün Teşviklerine Yanıtın Bireysel Etkileri		Ders Slaytları ve Kitaplar
4	Tüketici Davranışına Çevresel Etkiler		Ders Slaytları ve Kitaplar
5	Tüketici Karar Verme Süreci ve Örnek Olay İncelemesi		Ders Slaytları ve Kitaplar
6	Stratejik Pazarlama Kararları 1		Ders Slaytları ve Kitaplar
7	Stratejik Pazarlama Kararları 2 ve Örnek Olay İncelemesi		Ders Slaytları ve Kitaplar
8	Pazarlama Karmasının Araçları: Ürün		Ders Slaytları ve Kitaplar
9	Ara Sınav		
10	Pazarlama Karmasının Araçları: Fiyatlandırma 1		Ders Slaytları ve Kitaplar
11	Pazarlama Karmasının Araçları: Fiyatlandırma 2 ve Örnek Olay İncelemesi		Ders Slaytları ve Kitaplar
12	Pazarlama Karmasının Araçları: İletişim 1		Ders Slaytları ve Kitaplar
13	Pazarlama Karmasının Araçları: İletişim 2 ve Örnek Olay İncelemesi		Ders Slaytları ve Kitaplar
14	Pazarlama Karmasının Araçları: Dağıtım		Ders Slaytları ve Kitaplar
15	Pazarlamada Yeni Trendler		Ders Slaytları ve Kitaplar

**Dersin Program Çıktılarına Katkısı**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
<b>TÜM</b>	4	4	4	2	2	3	2	3	3	4	4
<b>Ö1</b>	5	3	3	2	2	2	2	2	2	3	5
<b>Ö2</b>	3	5	5	2	1	3	2	3	2	3	3
<b>Ö3</b>	4	4	4	3	2	3	2	2	2	5	3
<b>Ö4</b>	4	4	5	2	2	3	3	4	5	4	4

**Katkı Düzeyi: 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek**

**TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ  
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ  
İŞLETME BÖLÜMÜ**

**DERS BİLGİ FORMU**

**Hazırlayan:** Prof. Dr. Gülpınar KELEMCİ

**Güncelleme Tarihi:** 21.08.2019