

**ÜNİVERSİTE SEÇMELİ DERSİ
DERS BİLGİ FORMU**

Dersin Ayrıntıları				
Dersin Kodu	Yarıyılı			Üniversite Geneli Kontenjanı
BWL201	3			15
Dersin Adı	T	U	L	AKTS
Pazarlamanın Temelleri	2	2	0	5
Dersin Dili	Almanca			
Bölümü/Programı	İşletme			
Eğitim Türü	Yüz yüze			
Dersin Türü	İşletme Bölümü Zorunlu/ Üniversite 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, 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				
Dokümanlar	Ders Slaytları			
Ödevler	Vaka Analizleri			

ÜNİVERSİTE SEÇMELİ DERSİ
DERS BİLGİ FORMU

Sınavlar	-		
Dersin Yapısı			
Matematik ve Temel Bilimler			
Mühendislik Bilimleri			
Mühendislik Tasarımı			
Sosyal Bilimler		%100	
Eğitim Bilimleri			
Fen Bilimleri			
Sağlık Bilimleri			
Alan Bilgisi			
Değerlendirme Sistemi			
	Sayısı	Katkı Oranı (%)	
Ara Sınav	1	%40	
Kısa Sınav			
Ödev			
Devam			
Uygulama			
Proje			
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60	
	Toplam	100	
AKTS İş Yüğü Dağılımı Tablosu			
	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
		AKTS Kredisi (Toplam İş Yüğü/Saat)	5
Dersin Öğrenim Çıktıları			
1	Modern pazarlamanın tanımı ve anlayışı		
2	Tüketici davranış bilgisi		

**ÜNİVERSİTE SEÇMELİ DERSİ
DERS BİLGİ FORMU**

3	Pazarlama stratejisi bilgisi
4	Geleneksel pazarlama karması bilgisi: ürün, fiyat, tanıtım ve dağıtım
Ders Konuları	
1	Bir şirket fonksiyonu olarak pazarlama ve yönetim modeli: Teorik çerçeve
2	Tüketici davranışı: Pazarlama stratejisinde tüketici davranışının rolü
3	Tüketici davranışı: Ürün Teşviklerine Yanıtın Bireysel Etkileri
4	Tüketici Davranışına Çevresel Etkiler
5	Tüketici Karar Verme Süreci ve Örnek Olay İncelemesi
6	Stratejik Pazarlama Kararları 1
7	Stratejik Pazarlama Kararları 2 ve Örnek Olay İncelemesi
8	Pazarlama Karmasının Araçları: Ürün
9	Ara Sınav
10	Pazarlama Karmasının Araçları: Fiyatlandırma 1
11	Pazarlama Karmasının Araçları: Fiyatlandırma 2 ve Örnek Olay İncelemesi
12	Pazarlama Karmasının Araçları: İletişim 1
13	Pazarlama Karmasının Araçları: İletişim 2 ve Örnek Olay İncelemesi
14	Pazarlama Karmasının Araçları: Dağıtım
15	Pazarlamada Yeni Trendler
Hazırlayan:	Prof. Dr. Gülpınar KELEMCİ
Güncelleme Tarihi:	21.08.2019