

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Pazarlamanın Prensipleri	BUS 331	Güz-Bahar	03+00+00	Seçmeli	3	5
Akademik Birim:	İşletme					
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim					
Ön Koşullar	yok					
Öğrenim Dili:	İngilizce					
Dersin Düzeyi:	Lisans					
Dersin Koordinatörü:	- -					
Dersin Amacı:	Bu ders, öğrencilere pazarlamanın nasıl işlediğini, pazarlamanın işlevselliğini öğretmeyi ve bu bilgileri başarılı pazarlama stratejileri geliştirmek ve uygulamakta kullanmayı amaç edinir					
Dersin İçeriği:	Pazarlamaya giriş olarak tasarlanan bu ders öğrencilere pazarlamaya dair genel kavramları, teoriler ve yaklaşımları güncel pazarlama teorilerini ve yaklaşımlarını da konular içerisinde harmanlayarak sunar.					
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>1-</b> Pazarlamanın ilkelerini ve anahtar terimlerinin edinimleri</li><li>• <b>2-</b> Pazarlama kavramlarının kişinin kendine uygulanışı</li><li>• <b>3-</b> Pazarlamanın işlevselliği, tüketici açısından pazarlamanın önemi ve işlevselliği, pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve uygulanmasının edinimi</li></ul>					
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	yüzyüze					

## HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Giriş	
2	Çevre Analizi	Kotler & Armstrong `dan ilgili bölüm
3	Tüketici Davranışı	Kotler & Armstrong `dan ilgili bölüm
4	Segmentasyon, Hedefleme ve Konumlandırma	Kotler & Armstrong `dan ilgili bölüm
5	Ürün / Servis	Kotler & Armstrong `dan ilgili bölüm
6	Fiyatlandırma	Kotler & Armstrong `dan ilgili bölüm
7	ara sınav	
8	dağıtım	Kotler & Armstrong `dan ilgili bölüm
9	Küresel Pazarlama	Kotler & Armstrong `dan ilgili bölüm
10	Küresel Pazarlama	Kotler & Armstrong `dan ilgili bölüm
11	Pazarlama İletişimi	Kotler & Armstrong `dan ilgili bölüm
12	Reklam	Kotler & Armstrong `dan ilgili bölüm
13	Dijital İletişim	Kotler & Armstrong `dan ilgili bölüm
14	Sosyal Sorumluluk ve Etik	Kotler & Armstrong `dan ilgili bölüm

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

## ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Philip Kotler and Gary Armstrong, Principles of Marketing, 17th edition, GE Pearson. 2018

## DİĞER KAYNAKLAR

Harvard Business Review makaleleri

## DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	14	10
Ödev	1	20
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	-	30
Final Sınavı	-	40
<b>Total:</b>	<b>15</b>	<b>100</b>

## İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yüğü (saat)
Ders Saati	2	15	30
Ödev	1	30	30
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	1	5	5
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	2	15	30
Final Sınavı	1	30	30
<b>Toplam İş Yüğü (saat):</b>			<b>125</b>

1 AKTS = 25 saatlik iş yüğü

## PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12
OC1												
OC2												
OC3												

**Katkı Düzeyi:** 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek

