

# DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı                          | Kodu  | Yarıyıl   | T+U+L<br>(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 yükü

## 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

