

DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

| Dersin Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U+L (saat/hafta) | Türü (Z / S) | Yerel Kredi | AKTS |
|-------------------------------------|---|---------|-----------------------|--------------|-------------|------|
| Pazarlamanın Prensipleri | BUS 331 | Bahar | 03+00+00 | Zorunlu | 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">• 1- Pazarlamanın ilkelerini ve anahtar terimlerinin edinimleri• 2- Pazarlama kavramlarının kişinin kendine uygulanışı• 3- Pazarlamanın işlevselliği, tüketici açısından pazarlamanın önemi ve işlevselliği, pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve uygulanmasının edinimi | | | | | |
| 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 |
| Total: | 15 | 100 |

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

| Etkinlikler | Sayısı | Süresi (saat) | Toplam İş Yükü (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 |
| Toplam İş Yükü (saat): | | | 125 |

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 | PY13 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|
| OC1 | | | | | | | | | | | | | |
| OC2 | | | | | | | | | | | | | |
| OC3 | | | | | | | | | | | | | |

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek

