

TOROS ÜNİVERSİTESİ

İktisadi, İdari Ve Sosyal Bilimler Fakültesi
Uluslararası Finans (İngilizce)

Ders Bilgileri

PAZARLAMAYA GİRİŞ					
Kodu	Dönemi	Teori	Uygulama	Ulusal Kredisi	AKTS Kredisi
		Saat / Hafta			
MAN209	Güz	3	0	3	5

Ön Koşulu Olan Ders(ler)	yok
Dili	İngilizce
Türü	Seçmeli
Seviyesi	Lisans
Öğretim Elemanı(ları)	Dr. Öğr. Üyesi Aslıhan Yavuzalp Marangoz
Öğretim Sistemi	Yüz Yüze
Önerilen Hususlar	-
Staj Durumu	Yok
Amacı	Pazarlamanın temel konularını güncel örnek olaylarla açıklamaktır.
İçeriği	Pazarlama kavramı, pazarlama çevresi, ürün, fiyatlandırma, tutundurma ve dağıtım stratejileri, marka kavramı, tüketici davranışları, tüketici ve endüstriyel pazarlar, hizmet pazarlaması.

Dersin Öğrenim Çıktıları

#	Öğrenim Çıktıları
1	Pazarlamaya ilişkin temel kavramları tanımlar
2	Pazarlama karmaşı elemanlarına (ürün, fiyat, tutundurma, dağıtım) hakim olur
3	Marka stratejilerini değerlendirebilir.
4	Pazarlama araştırması konusuna hakim olur
5	Tüketici davranışları konusuna hakim olur

Haftalık Ayrıntılı Ders İçeriği

#	Konular	Öğretim Yöntem ve Teknikleri
1	Pazarlama kavramı, tanım, giriş	ders anlatımı
2	Pazarlama çevresi, stratejik pazarlama planlaması	ders anlatımı
3	Pazarlama araştırmaları	ders anlatımı
4	Pazar çeşitleri, tüketici pazarları	ders anlatımı
5	Endüstriyel pazarlar	ders anlatımı
6	Pazar bölümlendirme	ders anlatımı
7	Ürün stratejileri	ders anlatımı
8	Konu tekrarı ve arasınav	İnteraktif
9	Fiyatlandırma stratejileri	ders anlatımı
10	Tutundurma stratejileri	ders anlatımı
11	Dağıtım stratejileri	ders anlatımı
12	Hizmet pazarlaması	ders anlatımı
13	Final proje sunumları	interaktif

14	Final proje sunumları	interaktif
15	Final proje sunumları	interaktif
16	Son Sınav	interaktif

Resources

#	Malzeme / Kaynak Adı	Kaynak Hakkında Bilgi	Referans / Önerilen Kaynak
1	Principles of Marketing, P.Kotler		
2	Marketing Management, P. Kotler		

Ölçme ve Değerlendirme Sistemi

#	Ağırlık	Çalışma Türü	Çalışma Adı
1	%40	Ara Sınav	Ara Sınav
2	%60	Son Sınav	Son Sınav

Dersin Öğrenim Çıktıları ve Program Yeterlilikleri ile İlişkileri

#	Öğrenim Çıktıları	Program Çıktıları	Ölçme ve Değerlendirme
1	Pazarlamaya ilişkin temel kavramları tanımlar	8,9,13	1,2
2	Pazarlama karması elemanlarına (ürün, fiyat, tutundurma, dağıtım) hakim olur	5,9	1,2
3	Marka stratejilerini değerlendirebilir.	13	1,2
4	Pazarlama araştırması konusuna hakim olur	12,13	1,2
5	Tüketici davranışları konusuna hakim olur	11,13	1,2

Not: Ölçme ve Değerlendirme sütununda belirtilen sayılar, bir üstte bulunan Ölçme ve Değerlendirme Sistemi başlıklı tabloda belirtilen çalışmaları işaret etmektedir.

İş Yükü Detayları

#	Etkinlik	Adet	Süre (Saat)	İş Yükü
1	Ders Süresi	14	3	42
2	Sınıf Dışı Ders Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	14	3	42
3	Sunum ve Seminer Hazırlama	1	20	20
4	İnternette tarama, kütüphane ve arşiv çalışması	0	0	0
5	Belge/Bilgi listeleri oluşturma	0	0	0
6	Atölye	0	0	0
7	Ara Sınav için Hazırlık	1	18	18
8	Ara Sınav	1	2	2
9	Kısa Sınav	0	0	0
10	Ödev	1	6	6
11	Ara Proje	0	0	0
12	Ara Uygulama	0	0	0
13	Son Proje	0	0	0
14	Son Uygulama	0	0	0
15	Son Sınav için Hazırlık	1	20	20
16	Son Sınav	0	0	0
				150