

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	BASIC MARKETING INFORMATION / BASIC MARKETING INFORMATION	
Ders Kodu / Course Code	HITP1172014835	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
Ders Akts Kredi / ECTS	2.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Formal Education / Formal Education	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Pazarlama dersinin ilke ve yönetimine ait temel pazarlama kavramları; pazarlamanın konusu ve yönetimi; pazarlama planlaması ve araştırması; tüketici ve endüstriyel pazarlar ile tüketici davranışları; pazar analizi, pazar bölümlleme, hedef pazar seçimi; pazarlama kanalları ve dağıtım faaliyetleri; tutundurma kararları gibi konulardan hareketle pazarlama alanına ait sistematik bir bakış açısı kazandırmaktır	The aim of the course is •to teach management principles and basic marketing concepts of marketing course •to equip students with the knowledge and skills of the basic laws of marketing •to provide the basic knowledge about marketing channels and distribution activities; promotion decisions subjects.
İçeriği / Content	Pazarlamanın Tanımı; Kapsamı; Gelişimi; Modern Pazarlama Yönetimi, Pazarlamanın Çevre ile ilişkisi; Stratejik Pazarlama ve Pazarlamanın Rolü, Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama araştırması; Pazar Kavramı;Pazar Bölümlleme; Pazar Bölümllemenin Temelleri, Hedef Pazar Seçimi vb.	•the basic knowledge of marketing
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Temel Pazarlama Bilgileri Prof. Dr. İsmet MUCUK Pazarlama İlkeleri Prof. Dr. İsmet MUCUK Pazarlama İlkeleri Mehmet Karafakiroğlu	Basic Marketing Information, Prof. Dr. İsmet MUCUK
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr.Gör.Mehmet YALÇINKAYA	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Pazarlamayı etkileyen Mikro ve makro çevre faktörlerini karşılaştırabilme.	
2	Tüketici davranışlarını anlayabilme, yorumlayabilme ve bu çerçevede pazarlama programlarını şekillendirme,	
3	Pazar bölümlendirme ve hedef Pazar seçimi kriterlerini analiz edebilme.	
4		Learning the basic marketing concepts
5		Understanding the consumer behaviors and using it for marketing programs
6		Analysing the marketing components in marketing process

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlamanın tanımı, kapsamı, gelişimi ve son gelişmeler.	1			
	The Basic concepts of Marketing				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama çevresi, stratejik pazarlama ve pazarlamanın rolü				
	Micro and Macro environmental factors which affects Marketing				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama araştırması ve bilgi sistemi				
	The Markets of consumer				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici, endüstriyel ve uluslararası pazarlar				
	Industrial markets				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar bölümlendirme ve hedef Pazar seçimi				
	The classification of markets				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Mamul				
	The election of target markets				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fiyat				
	The strategies of product				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Arasınava				
	Midterm Exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tutundurma(pazarlama iletişimi)				
	Brandmark and package strategies				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kişisel satış ve satış geliştirme				
	Decisions of quotation				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam ve halkla ilişkiler				
	The canals of distribution				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İnternet pazarlama ve doğrudan pazarlama				
	Physical distribution				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dağıtım				
	Blending a foothold and the methods of a foothold				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Hizmet pazarlaması				
	The searching of marketing				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası pazarlama				
	The managment of marketing and international marketing				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dönem sonu sınavı				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Quiz / Quiz	1	1.00	1.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Bireysel Çalışma / Self Study	14	1.00	14.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	6.00	6.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	9.00	9.00
Toplam / Total:	33	21.00	60.00

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes									
	1.1.1	1.1.2	2.1.1	2.1.2	3.1.1	3.1.2	3.2.1	3.2.2	3.3.1	3.4.1
1.Pazarlamayı etkileyen Mikro ve makro çevre faktörlerini karşılaştırabilme. /	2	1	3	1		1	1	5	3	4
2.Tüketici davranışlarını anlayabilme, yorumlayabilme ve bu çerçevede pazarlama programlarını şekillendirme, /		2					3			5
3.Pazar bölümlendirme ve hedef Pazar seçimi kriterlerini analiz edebilme. /		3		2	2			3	5	
4. / Learning the basic marketing concepts										
5. / Understanding the consumer behaviors and using it for marketing programs										
6. / Analysing the marketing components in marketing process										

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high