

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	PRINCIPLES OF MARKETING / PRINCIPLES OF MARKETING	
Ders Kodu / Course Code	SUBS1062014276	
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 Laboratuar 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	•Modern pazarlama stratejilerini öğretmek •Pazar araştırma tekniklerini öğretmek •Pazarlama bilgilerini geliştirmek	•to teach modern marketing strategies •to teach market research techniques •Marketing to develop the knowledge
İçeriği / Content	•Pazarlama kavramları, pazarlamanın gelişimi, pazarlamayı etkileyen etkenler •Pazarlama karması (P ve C grubu) •Dağıtım ve özellikleri, dağıtım kanalı ve fiziksel dağıtım •Fiyat ve özellikleri, fiyatlama yöntemleri, fiyatlama politikaları	•Marketing concepts, marketing development, factors which are affecting marketing •Marketing mix (P and C groups) •Distribution; distribution channel; physical distribution •Price; pricing methods and policies
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	Mucuk, İ. Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitapevi, 2007
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Mucuk, İ. Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitapevi, 2007	
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr. Gör. İlkay Uğur	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Pazarlama hakkındaki temel bilgileri ve pazarlamanın önemini kavrayabilme	Fundamental to understanding the importance of marketing information and marketing
2	Mesleki teknik bilgileri ile pazarlama kavramını ilişkilendirebilme	To associate with professional knowledge of marketing concepts
3	Pazar araştırması yapabilme, raporlayabilme ve yorumlayabilme	Able to do market research, reporting, and interpret
4	Disiplin içi ve disiplinler arası ekip çalışması yapabilme, bağımsız çalışmada karar verebilme	Ability to team work within the discipline and the interdisciplinary, able to decision on the independent study
5	Yeni pazarlama yaklaşımları hakkında bilgi sahibi olabilme	To be knowledgeable about the new marketing approach
6	Pazarlama işlevi ile yönetim, personel, üretim, ar-ge, finansman, muhasebe, halkla ilişkiler işlevlerini ilişkilendirebilme	Management, personnel, production, finance, research&development, accounting, public relations functions associate with the marketing
7	Ürünlere yönelik pazarlama karması oluşturabilme	Create marketing mix for the food products

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama kavramları, pazarlamanın gelişimi, pazarlamayı etkileyen etkenler				
	Marketing concepts, marketing development, factors which are affecting marketing				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama eylemleri, Pazar araştırması				
	Marketing actions, Market research				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama karması				
	Marketing mix				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Mal ve nitelikleri, çeşitleri, malın yaşam süreci				
	Product and qualities, types, product life cycle				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dağıtım ve özellikleri, dağıtım kanalı ve fiziksel dağıtım				
	Distribution; distribution channel; physical distribution				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fiyat ve özellikleri, fiyatlama yöntemleri, fiyatlama politikaları				
	Price; pricing methods and policies				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satış Çabaları, özellikleri, çeşitleri, Konu tekrarı				
	Promotion; Repeat of the subject				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav				
	Midterm examination				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Uluslararası Pazarlama				
	International marketing				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Gerilla Pazarlama				
	Guerilla marketing				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Niş Pazarlama, Birebir Pazarlama (CRM)				
	Niche marketing; CRM marketing				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Post Modern Pazarlama, WOM Pazarlama				
	Post modern marketing				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	WOM Pazarlama				
	WOM marketing				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	E-Ticaret, Yeşil pazarlama				
	E-marketing				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	Green marketing				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final examination				
	Final examination				

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	2.00	2.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
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	5.00	5.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	6.00	6.00
Toplam / Total:	32	18.00	57.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 57.00/30.00 = 1.90 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 57.00 / 30.00 = 1.90 ~			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes												
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13
1.Pazarlama hakkındaki temel bilgileri ve pazarlamanın önemini kavrayabilme / Fundamental to understanding the importance of marketing information and marketing				1				5		4			3
2.Mesleki teknik bilgileri ile pazarlama kavramını ilişkilendirebilme / To associate with professional knowledge of marketing concepts				1				5		3			3
3.Pazar araştırması yapabilme, raporlayabilme ve yorumlayabilme / Able to do market research, reporting, and interpret				1				5		3			3
4.Disiplin içi ve disiplinler arası ekip çalışması yapabilme, bağımsız çalışmada karar verebilme / Ability to team work within the discipline and the interdisciplinary, able to decision on the independent study				1				5		3			3
5.Yeni pazarlama yaklaşımları hakkında bilgi sahibi olabilme / To be knowledgeable about the new marketing approach				1				5		3			3
6.Pazarlama işlevi ile yönetim, personel, üretim, ar-ge, finansman, muhasebe, halkla ilişkiler işlevlerini ilişkilendirebilme / Management, personnel, production, finance, research&development, accounting, public relations functions associate with the marketing				1				5		3			3
7.Ürünlere yönelik pazarlama karması oluşturabilme / Create marketing mix for the food products				1				5		4			3

