

1. Ders Tanımlama

DERS TANIMLAMA FORMU									
Dersin Kodu ve Adı	NTE304 PAZARLAMA								
Dersin Yarıyılı	3								
Dersin Katalog Tanımı (İçeriği)	Pazarlamanın konusu, Kapsamı, Stratejik pazarlama, Pazarlama bilgi sistemi ve pazarlama araştırması, Nihai ve endüstriyel tüketici davranışları ve pazarları, Pazar bölümlendirme, Hedef pazar seçimi ve talep tahminleri, Mamul, Fiyatlandırma, Tutundurma, Dağıtım, Organizasyon, Uygulama ve denetim, Uluslararası pazarlama, Hizmet pazarlaması, Doğrudan pazarlama ve internette pazarlama.								
Temel Ders Kitabı	Kotler, P., (1994), Marketing Management, Prentice Hall International Inc., 8th edition.								
Yardımcı Ders Kitapları	1. Pride, W., Ferrell, M., (1995), Marketing, Hough Mifflin Co., 9th edition. 2. Mucuk, İ., (2002), Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi, 13. Baskı.								
Dersin Kredisi (AKTS)	3								
Dersin Önkoşulları (Ders devam zorunlulukları, bu maddede belirtilmelidir.)	Bu dersin önkoşulu yada eş koşulu bulunmamaktadır.								
Dersin Türü	Seçmeli								
Dersin Öğretim Dili	İngilizce								
Dersin Amacı ve Hedefi	Mamul, Fiyat, Tutundurma ve dağıtımdan oluşan temel pazarlama bileşenlerinin işletme ve pazarlama içindeki yeri ve öneminin vurgulanması, Genel kavram ve uygulamalarının tanıtılması, Gerekli strateji ve politikaların öğretilmesi.								
Dersin Öğrenim Çıktıları	Temel pazarlama bileşenleri ile ilgili politika, strateji ve taktiklerin oluşturulmasında gerekli olan alt yapının edinilmesi ve pazarlama uygulamalarında kullanımının öğrenilmesi.								
Dersin Veriliş Biçimi	Bu ders sadece yüz yüze eğitim şeklinde yürütülmektedir.								
	<table><tr><td>1. Hafta</td><td>Pazarlama ile ilgili temel kavramlar: Pazarlama konusu ve kapsamı, Pazarlamanın gelişimi, Pazarlama anlayışı. Pazarlama çevresi: Pazarlama sistemi ve pazarlamayı etkileyen makro ve mikro çevre faktörleri, Stratejik planlama, Pazarlama yönetim süreci.</td></tr><tr><td>2. Hafta</td><td>Pazarlama bilgi sistemi (PBS) ve pazar araştırması (PA): pazarlama kararları için bilgi ihtiyacı, PBS ve pazarlama, PA süreci ve planlaması, PA'da başlıca veri toplama metodları. Nihai tüketici pazarları ve tüketici davranışları: Pazar ve tüketici çeşitleri, Tüketici pazarlarının demografik ve ekonomik özellikleri, Tüketici davranışlarını etkileyen faktörler, Tüketici satın alma karar süreci.</td></tr><tr><td>3. Hafta</td><td>Endüstriyel pazarlar ve endüstriyel alıcı davranışları: Endüstriyel pazarların mahiyeti, Önemi ve çeşitleri, Endüstriyel pazarın yapısı ve özellikleri, Endüstriyel alıcı davranışları.</td></tr><tr><td>4. Hafta</td><td>Pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve</td></tr></table>	1. Hafta	Pazarlama ile ilgili temel kavramlar: Pazarlama konusu ve kapsamı, Pazarlamanın gelişimi, Pazarlama anlayışı. Pazarlama çevresi: Pazarlama sistemi ve pazarlamayı etkileyen makro ve mikro çevre faktörleri, Stratejik planlama, Pazarlama yönetim süreci.	2. Hafta	Pazarlama bilgi sistemi (PBS) ve pazar araştırması (PA): pazarlama kararları için bilgi ihtiyacı, PBS ve pazarlama, PA süreci ve planlaması, PA'da başlıca veri toplama metodları. Nihai tüketici pazarları ve tüketici davranışları: Pazar ve tüketici çeşitleri, Tüketici pazarlarının demografik ve ekonomik özellikleri, Tüketici davranışlarını etkileyen faktörler, Tüketici satın alma karar süreci.	3. Hafta	Endüstriyel pazarlar ve endüstriyel alıcı davranışları: Endüstriyel pazarların mahiyeti, Önemi ve çeşitleri, Endüstriyel pazarın yapısı ve özellikleri, Endüstriyel alıcı davranışları.	4. Hafta	Pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve
1. Hafta	Pazarlama ile ilgili temel kavramlar: Pazarlama konusu ve kapsamı, Pazarlamanın gelişimi, Pazarlama anlayışı. Pazarlama çevresi: Pazarlama sistemi ve pazarlamayı etkileyen makro ve mikro çevre faktörleri, Stratejik planlama, Pazarlama yönetim süreci.								
2. Hafta	Pazarlama bilgi sistemi (PBS) ve pazar araştırması (PA): pazarlama kararları için bilgi ihtiyacı, PBS ve pazarlama, PA süreci ve planlaması, PA'da başlıca veri toplama metodları. Nihai tüketici pazarları ve tüketici davranışları: Pazar ve tüketici çeşitleri, Tüketici pazarlarının demografik ve ekonomik özellikleri, Tüketici davranışlarını etkileyen faktörler, Tüketici satın alma karar süreci.								
3. Hafta	Endüstriyel pazarlar ve endüstriyel alıcı davranışları: Endüstriyel pazarların mahiyeti, Önemi ve çeşitleri, Endüstriyel pazarın yapısı ve özellikleri, Endüstriyel alıcı davranışları.								
4. Hafta	Pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve								

	<div>Hafta</div> <div>talep tahminleri: Başlıca pazar bölümlendirme kriterleri, Hedef pazar seçimi stratejileri, Pazarların değerlendirilmesi ve satış tahminleri.</div> <div>1. Arasınan, mamul: Karar değişkeni olarak mamul ve ilgili kavramlar, Sınıflandırma, mamul planlama, Yeni mamul geliştirme,</div> <div>5. Hafta</div> <div>Mamulun hayat seyri, Marka, Ambalaj, Servis ve kalite stratejileri, Mamul farklılaştırma, Moda olayı.</div> <div>Fiyat ve fiyatlandırma: Karar değişkeni olarak fiyatın önemi, Fiyatlandırma hedefleri, Uygulamada fiyatlandırma yöntemleri, Yeni mamul fiyatlandırma stratejileri, Talebin fiyat elastikiyeti.</div> <div>6. Hafta</div> <div>Tutundurma: Karar değişkeni olarak tutundurma, Önemi ve etkileri, İletişim süreci ve tutundurma fonksiyonları, Başlıca tutundurma metotları.</div> <div>7. Hafta</div> <div>Reklam ve satış geliştirme: Reklamın amaçları, Çeşitleri, Reklam medyasının seçimi ve reklam mesajları, Reklam bölümünün organizasyonu, Tanıtma ve halkla ilişkiler.</div> <div>8. Hafta</div> <div>Kişisel satış ve satış yönetimi: Kişisel satışın pazarlamadaki yeri ve önemi, Satış görevleri ve satışı çeşitleri, Satış sürecinin aşamaları, Satış yönetimi.</div> <div>9. Hafta</div> <div>2.Arasınan, Dağıtım, dağıtım kanalları ve fiziksel dağıtım: Dağıtım kanalları, Dağıtım kanalının seçimi, Başlıca dağıtım politikaları, Fiziksel dağıtım.</div> <div>10. Hafta</div> <div>Pazarlama yönetiminde örgütlenme ve denetim: Örgütlemenin mahiyeti ve önemi, Pazarlama bölümünün işletme içindeki yeri, Pazarlama bölümünün organizasyonu, Denetimi.</div> <div>11. Hafta</div> <div>Uluslararası pazarlama: İşletmelerin dışı açılma sebepleri ve uluslararası pazarlama yönetimi, Uluslararası pazarlamayı etkileyen çevresel faktörler, Uluslararası pazarlara giriş şekilleri.</div> <div>12. Hafta</div> <div>Hizmet pazarlaması: Hizmetlerin tanımı ve çeşitleri, Hizmet işletmelerinde pazarlama anlayışı, Hizmet işletmelerinde pazarlama stratejileri.</div> <div>13. Hafta</div> <div>Doğrudan pazarlama ve internette pazarlama: Doğrudan pazarlamanın tanımı, Amaçları, Yararları, Doğrudan pazarlamanın başlıca çeşitleri, Elektronik ticaret ve internette pazarlama, İntenet kullanıcılarının özellikleri, İnternette pazarlama stratejileri.</div> <div>14. Hafta</div>																								
<div>Öğretim Faaliyetleri</div> <div>(Burada belirtilen faaliyetler için harcanan zaman krediyi belirleyecektir. Dikkatli doldurulması gerekmektedir.)</div>	<div>Haftalık teorik ders saati</div> <div>İnternette tarama, kütüphane çalışması</div> <div>Ara sınav ve ara sınava hazırlık</div> <div>Final sınavı ve final sınavına hazırlık</div>																								
<div>Değerlendirme Ölçütleri</div>	<table><tr><td></td><td>Sayısı</td><td>Toplam Katkısı (%)</td></tr><tr><td>Ara sınav</td><td>2</td><td>60</td></tr><tr><td>Ödev</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>Uygulama</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>Projeler</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>Pratik</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>Kısa Sınav</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>Dönemiçi Çalışmaların Yıl İçi Başarıya Oranı</td><td></td><td>60</td></tr></table>		Sayısı	Toplam Katkısı (%)	Ara sınav	2	60	Ödev	0	0	Uygulama	0	0	Projeler	0	0	Pratik	0	0	Kısa Sınav	0	0	Dönemiçi Çalışmaların Yıl İçi Başarıya Oranı		60
	Sayısı	Toplam Katkısı (%)																							
Ara sınav	2	60																							
Ödev	0	0																							
Uygulama	0	0																							
Projeler	0	0																							
Pratik	0	0																							
Kısa Sınav	0	0																							
Dönemiçi Çalışmaların Yıl İçi Başarıya Oranı		60																							

Dersin İş Yüğü	Etkinlik		Toplam Hafta Sayısı	Süre (Haftalık Saat)	Dönem Sonu Toplam İş Yüğü				
	Haftalık teorik ders saati		14	3	42				
	Haftalık uygulamalı ders saati				0				
	Okuma Faaliyetleri				0				
	İnternette tarama, kütüphane çalışması		5	3	15				
	Materyal tasarlama, uygulama				0				
	Rapor hazırlama				0				
	Sunu hazırlama				0				
	Sunum				0				
	Ara sınav ve ara sınava hazırlık		2	10	20				
	Final sınavı ve final sınavına hazırlık		1	10	10				
	Diğer				0				
	Toplam iş yüğü				87				
	Toplam iş yüğü/ 25				3,36				
	Dersin AKTS Kredisi				3				
Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi	No	Program Çıktıları			1	2	3	4	5
	1	Matematik, fen bilimleri ve kendi dalları ile ilgili mühendislik konularında yeterli bilgi birikimi; bu alanlardaki kuramsal ve uygulamalı bilgileri mühendislik problemlerini modelleme ve çözme için uygulayabilme becerisi.							
	2	Karmaşık mühendislik problemlerini saptama, tanımlama, formüle etme ve çözme becerisi; bu amaçla uygun analiz ve modelleme yöntemlerini seçme ve uygulama becerisi.							
	3	Karmaşık bir sistemi, süreci, cihazı veya ürünü gerçekçi kısıtlar ve koşullar altında, belirli gereksinimleri karşılayacak şekilde tasarlama becerisi; bu amaçla modern tasarım yöntemlerini uygulama becerisi.							
	4	Mühendislik uygulamaları için gerekli olan modern teknik ve araçları geliştirme, seçme ve kullanma becerisi; bilişim teknolojilerini etkin bir şekilde kullanma becerisi.							
	5	Mühendislik problemlerinin incelenmesi için deney tasarlama, deney yapma, veri toplama, sonuçları analiz etme ve yorumlama becerisi.							
	6	Disiplin içi takımlarda etkin biçimde çalışabilme becerisi.			X				
	7	Çok disiplinli takımlarda etkin biçimde çalışabilme becerisi.							
	8	Bireysel çalışma becerisi.							
	9	Türkçe/İngilizce sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisi; etkin rapor yazma, yazılı raporları anlama ve sunum becerisi.			X				
	10	Tasarım ve üretim raporları hazırlayabilme, açık ve anlaşılır talimat verme ve alma becerisi.							
	11	Yaşam boyu öğrenmenin gerekliliği bilinci; bilgiye erisebilme. bilim ve			X				

		teknolojideki gelişmeleri izleme ve kendini sürekli yenileme becerisi.					
	12	Mesleki ve etik sorumluluk bilinci.			X		
	13	Proje yönetimi ile risk yönetimi ve değişiklik yönetimi gibi iş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi.					
	14	Girişimcilik ve yenilikçilik konularında farkındalık ve sürdürülebilir kalkınma hakkında bilgi.					
	15	Mühendislik uygulamalarının evrensel ve toplumsal boyutlarda sağlık, çevre ve güvenlik üzerindeki etkileri ile çağın sorunları hakkında bilgi.					
	16	Mühendislik çözümlerinin hukuksal sonuçları konusunda farkındalık bilinci.		X			
	17	Mühendislik uygulamalarında kullanılan standartlar hakkında bilgi.					
Dersi Verecek Öğretim Eleman(lar)ı ve İletişim Bilgileri		Prof. Dr. Güven ÜNAL					