



Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi
Uluslararası Ticaret ve Lojistik

UTL1205 Pazarlamaya Giriş					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
2	UTL1205	Pazarlamaya Giriş	3	3	4

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
Uluslararası Ticaret ve Lojistik		Yok	Dr. Öğr. Üyesi İlnur TANRIVERDİ	Yok

Dersin Amacı :

İnsan yaşamının ayrılmaz bir parçası olan pazarlama olgusunun ne olduğu, pazar çevresi, pazarlamada tüketici davranışlarının yeri ve önemi, pazarlama faaliyetlerinin yürütülmesine ilişkin temel ilkeler ve pazarlama kavramlarının güncel uygulamalar ışığında incelenmesi ve pazarlama ile ilgili temel bilgilerin kazandırılmasıdır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Bu derste pazarlama kavramının tanımları ile pazarlama faaliyetlerinin etkilendiği çevresel şartların incelenmesi ve pazarlama sürecinin elemanları olan pazarlama kavramlarının anlatılması ve pazarlama ile ilgili temel ilkeler incelenecektir.

Dersin Kaynakları

Kaynakları

İsmet Mucuk, Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi, 2016.
Ömer Torlak, Remzi Altunışık, Pazarlama Stratejileri, Beta, 2012.
Remzi ALTUNIŞIK, Şuayip ÖZDEMİR ve Ömer TORLAK, Pazarlamaya Giriş, Sakarya Yayıncılık, 2017.
Cemal YÜKSELEN, Pazarlama İlkeleri Yönetim ve Örnek Olaylar, Detay Yayıncılık, 2007
İsmet MUCUK, Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi, 2006

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 70	Alan Bilgisi	: 30

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Pazarlamaya giriş		
2	Pazarlamanın Tarihçesi ve Gelişimi		
3	Pazarlama Araştırması ve Bilgi Sistemi		
4	Pazar Çeşitleri		
5	Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Seçimi		
6	Ürün ve Ürün Stratejileri		
7	Fiyat ve Fiyatlandırma Stratejileri		
8	Tutundurma Stratejileri		
9	Tutundurma ve Pazarlama İletişimi		
10	Dağıtım Kanalları		
11	Pazarlamada Kontrol, Sosyal Sorumluluk, Pazarlama Ahlakı		
12	Hizmet Pazarlaması		
13	Uluslararası Pazarlama		
14	Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Pazarlamanın temelini teşkil eden kavram ve olguları tanımlar ve örnekler verir.
Ö02	Pazar çevresi kavramını açıklar, pazar çevresini oluşturan unsurları analiz eder ve pazarlama yönetimi açısından çıkarımlarını belirler.
Ö03	Tüketici davranışlarının sebeplerini anlatır, yorumlar ve pazarlama programlarını oluşturur.
Ö04	Pazarlama bilgi sistemleri kavramını anlatır, pazarlama yönetimi açısından gerekli olan bilgi türlerini belirler ve analiz eder.
Ö05	Pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçimi kavramlarını tanımlar, bölümlendirme sürecinin nasıl yapılacağını gösterir ve hedef pazar seçimi olgusunu uygular.
Ö06	Temel pazarlama bileşenlerini analiz eder ve pazarlama süreci içindeki yerlerini organize eder.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Stratejik Düşünme: Öğrenciler, iş dünyasındaki değişen koşulları analiz edebilme ve stratejik planlar oluşturabilme becerisi kazanır.
P05	Sürdürülebilirlik ve Teknolojik Uygulamalar: Öğrenciler, lojistik ve ticaret operasyonlarını sürdürülebilir ve teknoloji odaklı bir şekilde yönetme yeteneği kazanır. Bu, sürdürülebilirlik ilkelerini anlama, yeşil lojistik uygulamalarını benimseme ve son teknolojileri kullanarak iş süreçlerini optimize etme yeteneğini içerir.
P07	Ulusal ve Uluslararası İletişim: Öğrenciler, farklı kültürler ve diller arasında etkili iletişim kurma yeteneği geliştirir. Bu, ulusal ve uluslararası iş dünyasında başarılı iletişim için kritik bir yeterliliktir.
P09	Veri Analizi: Öğrenciler, büyük veri ve analitik araçlarını kullanarak iş süreçlerini iyileştirme ve veriye dayalı kararlar alma yeteneğini geliştirir.
P08	Risk Yönetimi: Öğrenciler, ticaret ve lojistik operasyonlarında karşılaşılan riskleri tanımlama, analiz etme ve etkili bir şekilde yönetme yeteneği kazanır.
P10	İşbirliği ve Ekip Çalışması: Öğrenciler, çok kültürlü ekiplerde çalışma yeteneği kazanır ve işbirliği içinde karmaşık projeleri yönetme yeteneğini içerir.
P01	Küresel Sorumluluk: Öğrenciler, küresel ticaretin etik ve sürdürülebilir boyutlarına duyarlılık geliştirir ve bu sorumlulukla küresel ekonomik ve sosyal sorunları anlama yeteneği kazanır.
P04	Kültürel Farkındalık: Öğrenciler, kültürel çeşitliliği anlama ve küresel pazarlarda etkili iletişim ve işbirliği kurma yeteneği geliştirir.
P03	Etik Liderlik: Öğrenciler, iş dünyasında etik liderler olarak hareket etme yeteneği kazanır. Bu, toplumsal değerlere saygılı bir şekilde kararlar alabilme ve iş etiği konularında hassaslık gösterme becerisi içerir.
P02	Yaratıcı Çözümleme: Öğrenciler, lojistik ve ticarette karşılaşılan karmaşık sorunları analiz etme ve yaratıcı, etkili çözümler üretme becerisi geliştirir.



Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Sözlü sınav	0	%0
Portfolyo	0	%0
Laboratuvar	0	%0
Atölye	0	%0
Arazi Çalışması	0	%0
Seminer	0	%0
Sunum	0	%0
Bitirme çalışması	0	%0

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	16	3	48
Sınıf Dışı Ç. Süresi	16	3	48
Ödevler	1	5	5
Sunum/Seminer Hazırlama	1	5	5
Ara Sınavlar	1	5	5
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	1	3	3
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	9	9
Toplam İş Yüğü			123
AKTS Kredisi			4

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları											

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10
Tüm	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2
Ö01	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2
Ö02	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2
Ö03	3	4	4	3	3	3	4	4	2	2
Ö04	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2
Ö05	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2
Ö06	3	4	4	3	4	4	3	4	2	2



Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayı	Katkı
Tez	0	%0
Toplam		%100

--

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

