

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Marketing Principles / Marketing Principles	
Ders Kodu / Course Code	İP201B2	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Pre-Bachelor / Pre-Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Normal Education / Normal Education	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Pazarlama ilkeleri dersinin genel amacı, öğrencilere pazarlama konseptlerini, stratejilerini ve tekniklerini anlatarak, işletmelerin ürün ve hizmetlerini müşterilere başarıyla sunmalarını sağlamaktır. Bu ders, pazarlama disiplininin temel prensiplerini, müşteri davranışlarını anlama, pazarlama araştırmaları yapma, hedef kitleye yönelik pazarlama stratejileri geliştirme gibi konuları kapsar. Ayrıca, pazarlama kararlarının işletme performansı üzerindeki etkilerini inceleyerek, öğrencilere pazarlama faaliyetlerinin işletme başarısına nasıl katkı sağlayabileceğini anlatır. Bu ders, öğrencilere pazarlama alanında temel bir anlayış ve beceri kazandırmayı hedefler.	The general purpose of the marketing principles course is to enable businesses to successfully offer their products and services to customers by explaining marketing concepts, strategies and techniques to students. This course covers the basic principles of the marketing discipline, understanding customer behavior, conducting marketing research, and developing marketing strategies for the target audience. It also explains to students how marketing activities can contribute to business success by examining the effects of marketing decisions on business performance. This course aims to provide students with a basic understanding and skills in the field of marketing.
İçeriği / Content	Pazarlama Kavramı ve Önemi, Pazarlama Stratejisi ve Planlama, Tüketici Davranışı, Pazar Araştırmaları, Pazarlama İletişimi ve Promosyon, Dağıtım Yönetimi, Pazarlama Etik ve Sorumluluk.	Marketing Concept and Importance, Marketing Strategy and Planning, Consumer Behavior, Market Research, Marketing Communication and Promotion, Distribution Management, Marketing Ethics and Responsibility.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Prof Dr.Cemal Yükselen pazarlama ilkeleri	Prof.Dr.Cemal Yükselen Pazarlama İlkeleri
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr. Gör. F. Betül KARACA	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Pazarlama ile ilgili kavramları tanımlarlar.	They define concepts related to marketing.
2	Ekonomi ve pazarlama hakkında fikir yürütebilirler.	They can speculate about economics and marketing.
3	Pazarlama bileşenlerine hakimlerdir.	They are well versed in marketing components.
4	Pazarlama bileşenleri ile ilgili strateji geliştirebilirler.	They can develop strategies regarding marketing components.

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 ve pazarlama anlayışı.				
	Definition of marketing and understanding of marketing.				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni ekonomi sürecinde yaşanan değişimler ve pazarlama.				
	Changes in the new economy process and marketing.				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama çevresi				
	marketing environment				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama bilgi sistemi ve araştırması				
	Marketing information system and research				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçimi.				
	Market segmentation and target market selection.				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici davranışı				
	Consumer behavior				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Örgütsel pazarlar ve örgütsel kullanıcıların satın alma davranışları.				
	Organizational markets and purchasing behavior of organizational users.				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
		ara sınav			
		midterm exam			
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri değeri, müşteri sadakati ve müşteri ilişkileri.				
	Customer value, customer loyalty and customer relationships.				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün				
	Product				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	inovasyon ve yeni ürün geliştirme				
	innovation and new product development				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fiyat				
	Price				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dağıtım				
	Place				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tutundurma				
	Promotion				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	genel tekrar				
	an overview				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	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

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	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
Tartışma / Discussion	14	2.00	28.00
Bireysel Çalışma / Self Study	14	3.00	42.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	2	15.00	30.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	2	15.00	30.00
Soru-Yanıt / Question-Answer	14	2.00	28.00
Toplam / Total:	48	39.00	160.00

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes									
	1.1.1	2.1.1	3.1.1	3.1.2	3.2.1	3.2.2	3.3.1	3.3.2	3.4.1	3.4.2
1.Pazarlama ile ilgili kavramları tanımlarlar. / They define concepts related to marketing.	1	2	1	2	2	2	2	2	3	1
2.Ekonomi ve pazarlama hakkında fikir yürütebilirler. / They can speculate about economics and marketing.	3	3	3	4	2	2	3	4	3	2
3.Pazarlama bileşenlerine hakimlerdir. / They are well versed in marketing components.	3	3	2	3	3	4	2	1	4	3
4.Pazarlama bileşenleri ile ilgili strateji geliştirebilirler. / They can develop strategies regarding marketing components.	4	3	3	2	4	2	2	2	2	4

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