

DERS BİLGİLERİ						
Müfredat Yılı	Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
2013	PAZARLAMA İLKELERİ	PZR13251	Güz	3+0	3	6

Ön Koşul Dersleri	Yok
--------------------------	-----

Dersin Dili	Türkçe
Dersin Seviyesi	Ön Lisans
Dersin Türü	Zorunlu
Bölüm/Program Koordinatörü	Öğr. Gör. Serdar CANBAZ
Dersi Verenler	Öğr. Gör. Serdar CANBAZ
Dersin Yardımcıları	
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilerin pazarlama kavramını anlamalarını ve işletme içerisindeki önemini kavramalarını sağlamaktır.
Dersin İçeriği	Pazarlama kavramının tanımı; pazarlama ile ilgili temel kavramlar; pazarlama fonksiyonları; pazarlamada karar verme; pazarlama planlaması; pazarlama yönetim süreci; pazarlamanın çevre koşulları; satın alma davranışları; hedef pazar kararları; pazarlama karması elemanlarına ilişkin kararlar; pazarlama planı; pazarlama faaliyetlerinin denetimi

Dersin Öğrenme Çıktıları	Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1) Pazarlama ile ilgili temel kavramları açıklayabilme.	1,2	A, B, C, D
2) Pazarlama fonksiyonlarını ve aralarındaki ilişkileri açıklayabilme.	1,2	A, B, C, D
3) Tüketici davranışlarına yönelik örnekler verebilme.	1,2	A, B, C, D
4) Pazarlama problemlerini çözebilme.	1,2	A, B, C, D
5) Bir işletmenin pazarlama programını tasarlayabilme.	1,2	A, B, C, D
6) Pazarlamayla ilgili iş dünyasındaki gelişmeleri eleştirebilme.	1,2	A, B, C, D

Öğretim Yöntemleri:	1-Anlatım, 2-Açıklama
Ölçme Yöntemleri:	A-Kısa sınav, B-Ara sınav, C- Ödev, D-Yarıyıl sonu sınavı

DERS AKIŞI		
Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Pazarlama Hakkında Temel Bilgiler	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
2	Pazarlama Kavramı	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
3	Pazarlamanın Tarihsel Gelişimi	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
4	Pazarlama Bilgi Sistemi	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
5	Pazar ve Tüketici Çeşitleri	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
6	Endüstriyel Pazarlar	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
7	Pazar Bölümlendirme	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
8	Talep Tahminleri	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
9	Ara Sınav	
10	Mamul	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
11	Fiyat	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
12	Tutundurma	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
13	Dağıtım	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
14	Pazarlama Yönetimi Organizasyonu	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
15	Uluslararası Pazarlama	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul

KAYNAKLAR	
Ders Notu	<ul style="list-style-type: none"> MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
Diğer Kaynaklar	<ul style="list-style-type: none"> http://personel.kirklareli.edu.tr/serdar-canbaz/ http://www.serdarcanbaz.info/ İslamoğlu, Ahmet Hamdi, Temel Pazarlama Bilgileri, ABP Yayınevi, İzmit, 2008 Yükselen, Cemal, Pazarlama İlkeler-Yönetim Örnek Olaylar, Gözden geçirilmiş 7.Baskı, Ankara, 2008.

MATERYAL PAYLAŞIMI	
Dokümanlar	http://personel.kirklareli.edu.tr/serdar-canbaz/
Ödevler	http://personel.kirklareli.edu.tr/serdar-canbaz/
Sınavlar	http://personel.kirklareli.edu.tr/serdar-canbaz/

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ		
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI	SAYISI	KATKI YÜZDESİ
Ara Sınav	1	% 30
Ödev	1	% 10
Devam	1	% 10
Toplam	3	% 50
Yıl içinin Başarıya Oranı	4	% 50
Finalin Başarıya Oranı	1	% 50
Toplam	2	% 100

DERS KATEGORİSİ	Sosyal Bilimler % 100
------------------------	-----------------------

DERSİN PROGRAM ÇIKTILARINA KATKISI					
No Program Öğrenme Çıktıları	Katkı Düzeyi				
	1	2	3	4	5
1 İşletme yönetimi ile ilgili temel bilgi ve becerileri kavrayabilme.			X		
2 İşletme yönetimi ile ilgili temel bilgi teknolojileriyle birlikte gelişmiş paket programları kullanabilme.			X		
3 Yönetim fonksiyonlarına teorik açıdan hakim olduğunu gösterebilme ve bu fonksiyonları pratik açıdan uygulayabilme.				X	
4 İşletmelerde büro düzenine, çalışma şartlarına ve ekip çalışmasına uyum sağlama yeteneğini kazanabilme.					
5 İşletmelerin kuruluş ve işleyişi sürecindeki bütün mevzuata hakim olabildiğini gösterebilme.					
6 Makro ve mikro boyutta ekonomi bilgisine sahip olabilme.					
7 Yeterli düzeyde mesleki yabancı dil bilgisine sahip olabilme.					
8 İş yaşamında ve iş ilişkilerinde meslek etiğine ve sosyal sorumluluk anlayışına					X

	sahip olduğunu gösterebilme.	
9	İşletme içinde doğabilecek durum ve olaylara dair sorunları algılama ve sorunlara yaratıcı çözümler geliştirme yeteneğini kazanabilme.	X
10	Atatürk İlkeleri ve İnkılâpları ve Türkçeyi kullanma konusunda yeterli bilgi ve bilinç düzeyine erişebilme.	

AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU			
Etkinlik	SAYISI	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (Saat)
Ders Süresi (Sınav haftası dahildir: 15x toplam ders saati)	15	3	45
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi(Ön çalışma, pekiştirme)	15	4	60
Ara Sınav	1	10	10
Kısa Sınav	1	15	15
Ödev(ler)/Seminer(ler)	1	15	15
Uygulama (Lab., Atölye, Arazi,... Raporları)			0
Diğer (.....)			0
Yarıyıl sonu sınavı	1	20	20
Toplam İş Yüğü			165
Toplam İş Yüğü / 30 (s)			6
Dersin AKTS Kredisi			6

Course Introduction Form (İngilizce)

Form 2b:

Course Information						
Year of Curriculum	Course Title	Code	Semester	L+P Hour	Credits	ECTS
2013	PRINCIPLES OF MARKETING	PZR13251	Autumn	3+0	3	6

Prerequisites	None
----------------------	------

Language of Instruction	Turkish
Course Level	Associate's Degree
Course Type	Compulsory
Department/Program Coordinator	Öğr. Gör. Serdar CANBAZ
Instructors	Öğr. Gör. Serdar CANBAZ
Assistants	
Goals	The purpose of this course, students understand the concept of marketing and its importance within the business is to provide grip.
Content	Marketing concept, the basic concepts of marketing, marketing functions, decision-making in marketing, marketing planning, marketing management process, marketing, environmental conditions, buying behaviour, the decisions of the target market, marketing mix decisions on staff, marketing plan, marketing activities, control

Learning Outcomes	Teaching Methods	Assessment Methods
1) Students will be able to explain the basic concepts related to marketing.	1,2	A, B, C, D
2) Students will be able to explain marketing functions and the relationship between.	1,2	A, B, C, D
3) Students will be able to give examples for consumer behaviors.	1,2	A, B, C, D
4) Students will be able to solve marketing problems.	1,2	A, B, C, D
5) Students will be able to design an enterprise's marketing program.	1,2	A, B, C, D
6) Students will be able to criticize developments in the business world about markets.	1,2	A, B, C, D

Teaching Methods:	1- Narration, 2- Explanation
Assessment Methods:	A- Quizzes, B- Midterm exam, C- Homework, D- Final exam.

COURSE CONTENT		
Week	Topics	Study Materials
1	Marketing Basics	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
2	Marketing concept	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
3	Historical Development of Marketing	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
4	Marketing Information System	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
5	Market and Consumer Types	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
6	Industrial Markets	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
7	Market Segmentation	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
8	Demand Forecast	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
9	Midterm Exam	
10	Product	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
11	Price	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
12	Promotion	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
13	Place	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
14	Marketing Management Organizastions	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
15	International Marketing	MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul

RECOMMENDED SOURCES	
Textbook	<ul style="list-style-type: none"> MUCUK, İsmet, 2007, Pazarlama İlkeleri, 16.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul
Additional Resources	<ul style="list-style-type: none"> http://personel.kirklareli.edu.tr/serdar-canbaz/ http://www.serdarcanbaz.info/ İslamoğlu, Ahmet Hamdi, Temel Pazarlama Bilgileri, ABP Yayınevi, İzmit, 2008 Yükselen, Cemal, Pazarlama İlkeler-Yönetim Örnek Olaylar, Gözden geçirilmiş 7.Baskı, Ankara, 2008.

MATERIAL SHARING	
Documents	http://personel.kirklareli.edu.tr/serdar-canbaz/
Assignments	http://personel.kirklareli.edu.tr/serdar-canbaz/
Exams	http://personel.kirklareli.edu.tr/serdar-canbaz/

ASSESSMENT		
IN-TERM STUDIES	QUANTITY	PERCENTAGE
Mid-Term Exam	1	% 30
Homework	1	% 10
Continuation	1	% 10
Total	3	% 50
Contribution of in-term studies to overall grade	4	% 50
Contribution of final examination to overall grade	1	% 50
Total	2	% 100

COURSE CATEGORY	Social Sciences % 100
------------------------	-----------------------

COURSE'S CONTRIBUTION TO PROGRAM						
No	Program Learning Outcomes	Contribution				
		1	2	3	4	5
1	Students will have basic knowledge and skills related to the business administration.			X		
2	Students will be able to use advanced level package programs used in information technologies related to the business administration.			X		
3	Students will be able to demonstrate their theoretical knowledge of management functions and apply this knowledge in practice.					X

4	Students will gain the ability to adapt to the office environment, working conditions and team-work.	
5	Students will be able to demonstrate their knowledge of legislations concerning the founding and running processes of businesses.	
6	Students will gain general knowledge of economics at macro and micro levels.	
7	Students will have necessary knowledge of vocational English.	
8	Students will gain knowledge about social responsibility and business ethics in business life and business relations.	X
9	Students will have the ability to estimate the possible problems related to situations and events that can emerge in the business and how to develop creative solutions.	X
10	Students will have adequate knowledge on using the Turkish language, Ataturk's principles and history of the Turkish revolution.	

ECTS ALLOCATED BASED ON STUDENT WORKLOAD BY THE COURSE DESCRIPTION			
Activities	Quantity	Duration (Hour)	Total Workload (Hour)
Course Duration (Including the exam week: 15x Total course hours)	15	3	45
Hours for off-the-classroom study (Pre-study, practice)	15	4	60
Mid-terms	1	10	10
Quiz	1	15	15
Homework(s)/Seminar(s)	1	15	15
Practice (Lab., Workshop, Area,... Reports)			0
Others (.....)			0
Final examination	1	20	20
Total Work Load			165
Total Work Load / 30 (h)			6
ECTS Credit of the Course			6