



T.C.  
HARRAN ÜNİVERSİTESİ  
DERS İZLENCE FORMU

Doküman No: FRM-0052  
Revizyon No: 01  
Yayın Tarihi: 05.11.2021  
Revizyon Tarihi: 18.07.2022  
Sayfa No: 1 / 2

DERS İZLENESİ

<b>Dersin Adı</b>	Pazarlamaya Giriş
<b>Dersin AKTS'si</b>	2
<b>Dersin Yürütücüsü</b>	
<b>Dersin Gün ve Saati</b>	
<b>Dersin Görüşme Gün ve Saati</b>	
<b>Öğretim Yöntemi ve Ders Hazırlık</b>	Yüz yüze eğitim yöntemi ile dersin teorik bilgilerinin verilmesi Öğrenciler ders kaynaklarından her haftanın konusunu derse gelmeden önce inceleyerek geleceklerdir.
<b>Dersin Amacı</b>	Pazarlamanın temelini teşkil eden kavram ve olguların anlaşılması, tüketici davranışlarını anlayabilme, yorumlayabilme ve pazarlama programlarının şekillendirilmesinde kullanabilme ve temel pazarlama bileşenlerinin pazarlama süreci içindeki yerleri ve etkileşimlerinin analiz edilebilmesini amaçlar.
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları</b>	<b>Bu dersin sonunda öğrenci;</b> 1. Pazarlamanın temelini teşkil eden kavram ve olguların anlaşılması, 2. Tüketici davranışlarını anlayabilme, yorumlayabilme ve pazarlama programlarının şekillendirilmesinde kullanabilme, 3. Temel pazarlama bileşenlerinin pazarlama süreci içindeki yerleri ve etkileşimlerinin analiz edilebilmesi, 4. Bir işletmenin pazarlama faaliyetlerini analiz edebilme ve pazarlama programlarının kurgulama, 5. Pazarlama bağlamında iş dünyasında yaşanmakta olan olayların ve değişimlerin eleştirel verasyonel bir bakış açısıyla değerlendirebilme, 6. Stratejik planlama yönetiminin ve stratejik plan oluşturma sürecinin kavranması ve uygulama yönteminin öğrenilmesi, 7. Pazara girme ve pazardaki konumu korumaya yönelik uygulanabilecek stratejilerin kavranması
<b>Haftalık Ders Konuları</b>	<b>1.Hafta</b> Pazarlamanın tanımı ve temel kavramlar. <b>2.Hafta</b> Pazarlama Çevresi. <b>3.Hafta</b> Pazarlama Yönetimi <b>4.Hafta</b> Pazar Bilgi sistemi ve Pazarlama Araştırması <b>5.Hafta</b> Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Seçimi <b>6.Hafta</b> Ürün Konumlandırma ve Farklılaştırma <b>7.Hafta</b> Ara Sınavına Yönelik Tartışma, Problem Çözme -I <b>8.Hafta</b> Ara Sınavına Yönelik Tartışma, Problem Çözme <b>9.Hafta</b> Güncel Pazarlama kavramları <b>10.Hafta</b> Ürün <b>11.Hafta</b> Fiyat <b>12.Hafta</b> Dağıtım <b>13.Hafta</b> Tutundurma <b>14.Hafta</b> Örnek olay çözümlenmeleri



T.C.  
HARRAN ÜNİVERSİTESİ  
DERS İZLENCE FORMU

Doküman No: FRM-0052  
Revizyon No: 01  
Yayın Tarihi: 05.11.2021  
Revizyon Tarihi: 18.07.2022  
Sayfa No: 2 / 2

Ölçme ve  
Değerlendirme

Ara ve Final tarihleri Fakülte Yönetim Kurulu tarafından tarihler belirlenerek web sayfasında ilan edilecektir"

Ara sınav: %40

Final sınavı: %60

Kaynaklar

İsmet Mucuk Pazarlama İlkeleri Türkmen Kitabevi  
Cemal Yükselen, Pazarlama--dijitalleşme sürecinde ilkeler-yönetim-örnek olaylar -Detay Yayıncılık-2019, Ankara  
Philip Kotler&Garry Armstrong, (Çeviri Editörü: A. Ercan Gegez), Pazarlama İlkeleri, Beta Yayınları, 2018, İstanbul  
Philip Kotler&Kevin Lane Keller,(Çeviri Editörü: İbrahim Kırova), Pazarlama Yönetimi, Beta yayınları,2018, İstanbul  
Zeliha Eser, Sezer Korkmaz, Sevgi Ayşe Öztürk, Pazarlama Kavramlar- İlkeler-Kararlar, Siyasal Kitabevi, 2017, Ankara  
Canan Ay &Tülin Ural/Editör/, Pazarlama İlkeleri, Lisans Yayıncılık, İstanbul  
İsmail Kaya, Pazarlama Bi Tanedir, Bâbıali Kültür yayıncılık, İstanbul  
William D. Perreault, Joseph P. Cannon, E. Jerome McCarthy, (Çevri Editörü: Asım Günal Önce), Pazarlamanın temelleri-Bir Pazarlama stratejisi Planlama Yaklaşımı, Nobel yayınları, 2013, İstanbul  
J. Paul Pter, James H. Donnely, (Çeviri Editörü: Aykan Candemir), Pazarlama Yönetimine Giriş, Nobel Yayınları, 2016, İstanbul  
Aysel Erciş/editör/ Pazarlama İlkeleri, Atatürk Üniversitesi AÖFü  
Süphan Nasır, Pazarlama İlkeleri, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi  
Bayram Zafer Erdoğan, Vd., Pazarlamaya Giriş, Anadolu Üniversitesi AÖF

Değerlendirme Sistemi

PROGRAM OĞRENME ÇIKTILARI İLE  
DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU

	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
ÖÇ1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3
ÖÇ2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3
ÖÇ3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3
ÖÇ4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3
ÖÇ5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3
ÖÇ6	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3
ÖÇ: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları															
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek		

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

	PÇ 1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3