|  |  |
| --- | --- |
|  | **AKTS DERS TANITIM FORMU** |
| **I. BÖLÜM (Senato Onayı)** |
| **Dersi Açan Fakülte /YO** | **İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi** |
| **Dersi Açan Bölüm** | **İşletme** |
| **Dersi Alan Program (lar)** | **Lisans Öğrencileri** | **Zorunlu** |
|  |  |
|  |  |
| **Ders Kodu**  | **BUSI 231** |
| **Ders Adı** | **Pazarlamaya Giriş** |
| **Öğretim dili**  | **İngilizce** |
| **Ders Türü** | **Teorik Ders; Yüz-yüze** |
| **Ders Seviyesi** | **Lisans Düzeyi** |
| **Haftalık Ders Saati** | **Ders: 3** | **Lab:**  | **Uygulama:** | **Pratik:**  | **Stüdyo:** | **Diğer:** |
| **AKTS Kredisi** | **5** |
| **Notlandırma Türü** | **Harf Notu** |
| **Ön koşul/lar** | **Yok** |
| **Yan koşul/lar** | **Yok** |
| **Kayıt Kısıtlaması** |  |
| **Dersin Amacı**  | Bu dersin temel amacı, temel pazarlama kavramlarına geniş bir bakış sağlamaktır. Derste tüketici-şirket ilişkisindeki pazarlamanın hayati rolü araştırılmaktadır |
| **Ders İçeriği**  | Bu ders, işletme öğrencilerini ürün ve hizmetlerin mevcut ve gelişen tüketici ihtiyaçlarıyla eşleştirildiği sisteme tanıtmayı amaçlamaktadır. Stratejik planlama perspektifinden ders, büyük ve küçük ölçekli kuruluşlar için karlı iş fırsatlarını belirlemek ve değerlendirmek için gerekli olan temel kavram ve teknikler üzerine odaklanmaktadır. Vaka çalışması yöntemi, bir pazarlama bağlamında olduğu gibi, değişimle mücadele ederken öğrencinin analitik becerilerini geliştirmek amacıyla kullanılmaktadır. |
| **Öğrenim Çıktıları**  | **ÖÇ1** | Dersi başarıyla tamamlayan öğrenciler:1. Pazarlamanın temel kavram ve ilkelerini, piyasadaki güçleri açıklayabilecektir;2. Pazarlama terimlerini ve kelime dağarcığını, pazarlama pratiğinde kullanılan ilke ve teknikleri tanımlayabilecektir;3. Pazarlama karmasını, pazarlamanın 4 P / 7P'sini kullanabileceklerdir;4. Pazarlama planlama sürecini açıklayacak ve bu süreci belirli bir işletme durumuna ve pazarlama stratejisinin ana unsurlarına uygulayabilecektir.5. Pazarlama sorunlarını ve pazarlamayla ilgili vakaları analiz edebilecektir;6. Zaman yönetimi, organizasyon ve sunum / iletişim becerilerini kullanabilecektir. |
| **ÖÇ2** |
| **ÖÇ3** |
| **ÖÇ4** |
| **ÖÇ5** |
| **ÖÇ6** |
|  |
| **II. BÖLÜM (Fakülte Kurulu Onayı)** |
| **Temel Çıktılar**1= Alt seviyede destekliyor2= Orta seviyede destekliyor3= Üst seviyede destekliyor |  | **Program Çıktıları** | **ÖÇ1** | **ÖÇ2** | **ÖÇ3** | **ÖÇ4** | **ÖÇ5** | **ÖÇ6** |
| **PÇ1** | Türkçe ve İngilizce sözlü, yazılı ve görsel yöntemlerle etkin iletişim kurma rapor yazma ve sunum yapma **becerisi**. | **2** | **2** |  |  |  | **2** |
| **PÇ2** | Hem bireysel hem de disiplin içi ve çok disiplinli takımlarda etkin biçimde çalışabilme **becerisi**. |  |  |  |  |  | **1** |
| **PÇ3** | Yaşam boyu öğrenmenin gerekliliği **bilinci** ve bilgiye erişebilme, bilim ve teknolojideki gelişmeleri izleme ve kendini sürekli yenileme **becerisi**. | **3** | **2** |  |  |  |  |
| **PÇ4** | Proje yönetimi, risk yönetimi, yenilikçilik ve değişiklik yönetimi, girişimcilik ve sürdürülebilir kalkınma hakkında **bilgi**. |  |  |  |  |  |  |
| **PÇ5** | Sektörler hakkında **farkındalık** ve iş planı hazırlama **becerisi**. |  |  |  | **2** | **2** |  |
| **PÇ6** | Mesleki ve etik sorumluluk **bilinci** ve etik ilkelerine uygun **davranma**. | **1** |  |  |  |  |  |
| **Fakülte/YO Çıktıları**  | **PÇ7** | Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri konusunda **bilgi sahibi olma** |  | **2** |  | **2** | **3** |  |
| **PÇ8** | Bölümün, matematik, istatistik ve ekonomi gibi farklı disiplinlerle olan bağlantısını **anlamak.**  |  |  |  |  |  |  |
| **PÇ9** | Sosyal bilimlerde disiplinler arası yaklaşımların **farkında olmak.** | **3** | **3** |  |  |  |  |
| **PÇ10** | Sosyal bilimlerdeki farklı konuları güncel olaylarla ilişkilendirme **becerisine sahip olmak.** | **2** |  |  |  | **2** |  |
| **PÇ11** | Sosyal bilimlerde araştırılan konuları yazılı ve sözlü olarak **analiz edebilmek.** |  |  |  |  |  | **2** |
| **Program Çıktıları** | **PÇ12** | Çağdaş işletme **becerileri** ve temel işletmecilik işlevleri, iş araştırmaları ve bilgi teknolojileri konusunda **bilgi sahibi olma** | **1** | **1** | **1** | **2** | **1** | **2** |
| **PÇ13** | Takım halinde çalışabilme ve sorumluluk alma **becerisine** sahip olma |  |  |  |  |  | **3** |
| **PÇ14** | Analitik ve **eleştirel** **düşünebilme** | **2** |  |  | **2** | **2** |  |
| **PÇ15** | Ticari uygulamaların ve sosyal sorumluluk ve etik **davranış biçimlerine sahip** **olma** | **2** | **2** |  |  |  |  |
| **PÇ16** | İş dünyasında yazılı ve sözlü olarak etkili iletişim kurma **becerisine** sahip olma |  |  |  |  |  | **2** |
|  | **PÇ17** | İşletme ile ilgili konulara metodolojik ve ikincil araştırmalar yapabilme **becerisine** sahip olma |  | **2** | **2** |  |  | **2** |
|  | **PÇ18** | Ekonominin bireylere, topluma ve küresel ticaret gelişimine olan etkisini **anlama** |  |  |  | **1** |  | **1** |
|  | **PÇ19** | Sürdürülebilirlik kavramlarını yeni bir çaba yaratımına **uygulama** |  | **1** | **1** | **1** |  |  |
|  | **PÇ20** | Örgütsel performansla ilgili sosyal davranışın doğasını ve dinamiklerini **anlama** |  |  |  |  |  |  |
|  | **PÇ21** | İş problemlerini çözmek için gerekli olan matematiksel araçları **anlama** ve bu problemleri çözmek için ilgili yazılım programlarını kullanma |  |  |  |  |  |  |
|  | **PÇ22** | İş süreçlerini desteklemek ve karar vermek için bilişim teknolojisini **uygulama** |  |  |  |  |  |  |
|  | **PÇ23** | Örgütlerin küreselleşmeden nasıl etkilendiği bilgisini **gösterme** |  |  | **2** | **2** | **2** | **2** |
| **III. BÖLÜM (Bölüm Kurulunda Görüşülür)** |
| **Öğretilen Konular, Konuların Öğrenim Çıktılarına Katkıları ve Öğrenim Değerlendirme Metotları** | **Konu#** | **Hafta** | **Konu** | **ÖÇ1** | **ÖÇ2** | **ÖÇ3** | **ÖÇ4** | **ÖÇ5** | **ÖÇ6** |
| **K1** | 1 | Satış, pazarlama, markalamaya giriş (oryantasyon) | X | X |  |  |  |  |
| **K2** | 2 | Pazarlama; Müşteri değeri oluşturma ve yakalama | X | X |  |  |  |  |
| **K3** | 3 | Şirket ve pazarlama Stratejisi; Müşteri ilişkileri oluşturmak için ortaklık kurma | X | X | X |  |  |  |
| **K4** | 4 | Pazarlama çevresi analizi | X | X | X |  |  |  |
| **K5** | 5 | Müşteri kavrayışını kazanmak için pazarlama bilgisini yönetme | X | X | X |  |  |  |
| **K6** | 6 | Tüketici pazarları ve tüketici pazar davranışı & İşletme pazarı ve işletme alıcı davranışı | X | X | X |  |  |  |
| **K7** | 7 | Ara sınav |  |  |  |  |  |  |
| **K8** | 8 | Müşteri odaklı pazarlama stratejisi ve hedef müşteriler için değer yaratma |  |  | X | X | X | X |
| **K9** | 9 | Ürünler, hizmetler ve markalar, müşteri değeri yaratma |  |  | X | X | X | X |
| **K10** | 10 | Yeni ürün geliştirme ve ürün hayat döngüsü stratejileri |  |  | X | X | X | X |
| **K11** | 11 | Pazarlama kanalları; Müşteri değeri iletimi |  |  | X | X | X | X |
| **K12** | 12 | Müşteri değeri iletişimi; bütünleştirilmiş pazarlama iletişimi stratejisi |  |  | X | X | X | X |
|  | **K13** | 13 | Reklam ve halka ilişkiler |  |  | X | X | X | X |
|  | **K14** | 14 | Sınıf içi grup sunumları |  |  |  |  |  | X |
|  | **K14** | 15 | Sınıf içi grup sunumları |  |  |  |  |  | X |
| **Öğrenim Değerlendirme Metotları,** **Ders Notuna Etki Ağırlıkları, Uygulama ve Telafi Kuralları**  | **No** | **Tür**  | **Ağırlık** | **Uygulama Kuralı**  | **Telafi Kuralı** |
| **D1** | **Ödev 1 (Grup Çalışmas)** | 10 % |  |  |
| **D2** | **Ödev 2 (Grup Çalışmas)** | 40 % |  |  |
| **D3** | **Ara sınav** | **20 %** |  |  |
| **D4** | **Final sınavı** | **30 %** |  |  |
| **D5** |  |  |  |  |
| **D6** |  |  |  |  |
| **D7** |  |  |  |  |
| **D8** |  |  |  |  |
| **D9** |  |  |  |  |
| **Toplam** | **100%** |
| **Öğrenim Çıktılarının Kazanılmasının Kanıtı** | Öğrenciler öğrenim çıktılarını ödev, ara sınav ve final sınavları ile göstereceklerdir. |
| **Harf Notu Belirleme Metodu** | Harf notu belirleme metodu temeli ders izlencesinde belirtilmekte olup giriş dersinde açıklanmaktadır ve bölümün önceden internet sayfası üzerinden duyurduğu notlandırma kriterleri ile uyumludur. |
| **Öğretim Metotları, Tahmini Öğrenci Yükü** | **No** | **Tür** | **Açıklama** | **Saat** |
| **Öğretim elemanı tarafından uygulanan süre** |
| **1** | **Sınıf Dersi** | Haftalık ders saati | 42 |
| **2** | **Etkileşimli Ders** |  |  |
| **3** | **Problem Dersi**  |  |  |
| **4** | **Laboratuvar**  |  |  |
| **5** | **Uygulama** |  |  |
| **6** | **Saha Çalışması** |  |  |
| **Öğrencinin ayırması beklenen tahmini süre** |
| **7** | **Proje** | Grup ödevleri | 54 |
| **8** | **Ödev** |  |  |
| **9** | **Derse Hazırlık**  | Sınav ve sınav hazırlıkları | 54 |
| **10** | **Ders Tekrarı** |  |  |
| **11** | **Studyo** |  |  |
| **12** | **Ofis Saati** |  |  |
| *TOPLAM* | 150 |
| **IV. BÖLÜM** |
| **Öğretim Elemanı** | **İsim** |  |
| **E-mail** |  |
| **Tel** |  |
| **Ofis** |  |
| **Görüşme saatleri** |  |
| **Ders Materyalleri** | **Zorunlu** | Philip Kotler and Gary Armstrong, Principles of Marketing, 15th. Ed., (NJ: Upper Saddle River, Pearson), 2015 ISBN-13 978-0-273-78699-3 |
| **Önerilen** |  |
| **Diğer** | **Akademik Dürüstlük** | Hatırlanması gereken basit kural: **Başkalarının emeklerini ve fikirlerini onlara kredi vermeden çalmaktan kaçının ve başkalarının sizden çalmasına izin vermeyin**. Bu tür davranışlar uygun olmayan, profesyonel olmayan ve ahlak dışı davranışlardır. Akademik dürüstlük ile ilgili küçük ihlaller, ödevleriniz için "F" notu ile sonuçlanır; akademik dürüstlük ile ilgili yapılan büyük ihlaller ise ders için "F" notu ile sonuçlanacaktır. Sınavda kopya çekmek büyük bir ihlal olarak değerlendirilir. Fikirleriniz üzerine konuşmak ve arkadaşlarınızdan, öğretmenlerinizden veya sınıf arkadaşlarınızdan çalışmanız hakkında yorum almak kopya olarak kabul edilmez. Akademik dürüstlük hakkında bir sorunuz var ise, dersin öğretim elemanına danışınız. |
| **Engelli Öğrenciler** | Dersle ilgili olarak engellilik durumunuz ile bağlantılı bir düzenleme veya modifikasyon ihtiyacınız varsa, dersin öğretim elemanına başvurmalısınız. Büyük boy çıktılar, ek test süresi, doktor randevuları gibi ek destekler almak için dersin öğretim elemanının uygun bilgi ve belgelerin teminini sağlamak sizin sorumluluğunuzdadır. |
| **Güvenlik Konuları**  |  |
| **Esneklik (Değişiklikler Durumunda)**  | Öğrenciler, herhangi bir değişiklik yapılmadan önce e-postayla, çevrimiçi platformlardaki duyurularla ve önceki derslerde (öğretim elemanının konferansa katılımı, spesifik konular için ek materyal gibi) ve diğer hafifletici durumlarda (sağlık sorunları gibi) bilgilendirilir. |