

DERS BİLGİLERİ						
Müfredat Yılı	Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
2013-14	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. Fatma Oya AKTAŞ
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	Gümrük Kanunu ve Gümrük Yönetmeliğini genel hatlarıyla hatırlayabilme.					
2	Dış ticarete kullanılan ulusal ve uluslararası belgeleri uygun şekilde hazırlayabilme.					
3	Dış ticarete uygulanan teşvik yasasını ve dış ticarete kullanılan finansman tekniklerini tanımlayabilme.			X		
4	Genel muhasebe prensiplerini dış ticaret muhasebesine aktarabilme.			X		
5	İthalat/ihracat mevzuat ve işlemlerine yönelik bilgisayar paket programları aracılığıyla doküman hazırlayabilme.					
6	Uluslararası taşımacılık ve lojistik işlemlerini organize edebilme.			X		
7	Dış ticaret alanında matematiksel hesap yapabilme.					
8	Dış Ticaret alanında İngilizce sözlü ve yazılı iletişim kurabilme.					
9	Herhangi bir konuda rapor yazabilme.					X

10	Ulusal/uluslararası ekonomik olayları ve işletmelerin yapısını analiz edebilme.	X
11	Dış ticaret işlemleri ile ilgili kişi, kurum ve kuruluşların yasal hak ve sorumluluklarını kavrayabilme.	
12	Türkiye ve dünya ekonomisindeki önemli ekonomik sorunları ve uygulanan iktisat politikalarını açıklayabilme.	
13	Avrupa Birliği'nin uluslararası siyasete ve Türkiye'ye etkilerini analiz edebilme.	
14	Bölgesel kuruluşlar, Avrupa Birliği ve Gümrük Birliği'ni Türkiye'yle ilişkilendirebilme.	
15	Atatürk İlke ve İnkılaplarını sıralayabilme.	
16	Türkçe sözlü ve yazılı iletişim kurabilme.	

AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU			
Etkinlik	SAYISI	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (Saat)
Ders Süresi (Sınav haftası dahildir: 15x toplam ders saati)	15	4	60
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi(Ön çalışma, pekiştirme)	15	4	60
Ara Sınav	1	15	15
Kısa Sınav	1	15	15
Ödev(ler)/Seminer(ler)	1	15	15
Uygulama (Lab., Atölye, Arazi,... Raporları)			0
Diğer (.....)			0
Yarıyıl sonu sınavı	1	15	15
Toplam İş Yüğü			180
Toplam İş Yüğü / 30 (s)			6
Dersin AKTS Kredisi			6

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 Degree

Course Type Compulsory

Department/Program Coordinator Öğr. Gör. Fatma Oya AKTAŞ

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 behavior, 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 be able to recall custom laws and custom codes in general terms.					
2	Students will be able to prepare national and international documents used in foreign trade properly.					
3	Students will be able to define the promotion law and financing techniques used in foreign trade.			X		
4	Students will be able to relate the principles of general accounting to foreign trade accounting.			X		
5	Students will be able to prepare documents related to import-export regulations and transactions using computer package programs.					
6	Students will be able to organize international transport and logistics transactions.			X		
7	Students will be able to make mathematical calculations used in the foreign trade sector.					
8	Students will be able to communicate in English orally and in writing in the foreign trade sector.					
9	Students will be able to write reports in any topic.			X		
10	Students will be able to analyze the structure of businesses and national/international economic events.					X
11	Students will be able to recognize the legal rights and responsibilities of individuals, institutions and organizations which are related to foreign trade.					
12	Students will be able to interpret economic problems and economic policies carried out in Turkey and in the global economy.					

13	Students will be able to analyze the effects of the European Union on international politics and Turkey.
14	Students will be able to relate the Customs Union, regional organizations (especially the European Union) to Turkey.
15	Students will be able to name Ataturk's Principles and Revolutions.
16	Students will be able to communicate in the Turkish Language.

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	4	60
Hours for off-the-classroom study (Pre-study, practice)	15	4	60
Mid-terms	1	15	15
Quiz	1	15	15
Homework(s)/Seminar(s)	1	15	15
Practice (Lab., Workshop, Area,... Reports)			0
Others (.....)			0
Final examination	1	15	15
Total Work Load			180
Total Work Load / 30 (h)			6
ECTS Credit of the Course			6