

BF221 - PAZARLAMA İLKELERİ - İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Finans ve Bankacılık Bölümü

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Öğrencilerin pazarlama ile ilgili kavramları ve konuları anlamalarını sağlamaktır.

Dersin İçeriği

Pazarlama kavramı, pazarlama yaklaşımları, pazarlama çevresi, stratejik planlama, pazar segmentasyonu, ürün fiyatı, tutundurma (reklam, kişisel satış, satış geliştirme, halkla ilişkiler) ve dağıtım kararları.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Ders Kitabı, Yazı Tahtası ve Projeksiyon Cihazı ve Pointer Ders Kitabı : Mucuk, İ. (2014). Pazarlama İlkeleri (20. Baskı). Türkmen Kitabevi, İstanbul.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Konu anlatımı, güncel örnekler üzerinden soru cevap yapılması, Etkin öğrenme için haftalık konuya ilişkin reklam videosu izletilmesi,

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

İlgili hafta öncesinde öğretim elemanı tarafından paylaşılan haftalık ders sunumlarının incelenmesi ve konuyla ilgili uygulama örneklerinin bulunması dersin etkili bir şekilde anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Yardımcı öğretim elemanı yoktur

Dersin Verilişi

Dersler projeksiyon sunumları kullanılarak yüz yüze işlenmektedir.

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Doç. Dr. Ceylan Bozpolat

Program Çıktısı

- Öğrenciler pazarlamanın tanımını, kapsamını ve özelliklerini açıklayabilirler.
- Öğrenciler pazarlama ile çevre arasındaki ilişkiyi analiz edebilirler.
- Öğrenciler pazarlama araştırma sürecinin ve bilgi sisteminin işleyişini açıklayabilir
- Öğrenciler pazar türlerinin (tüketici, endüstriyel ve uluslararası) özelliklerini açıklayabilir ve pazarların özelliklerini karşılaştırabilir.
- Öğrenciler, pazar segmentasyonu, hedefleme ve konumlandırma hiyerarşisine uyan mal ve hizmetlere örnekler verebilirler.
- Öğrenciler pazarlamanın 4P'si olan ürün, fiyat, tutundurma (reklam, kişisel satış, satış geliştirme ve halkla ilişkiler) ve dağıtımı açıklayabilir.

Haftalık İçerikler

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	Dönemim ilk haftası olduğu için AKTS Bilgi Paketini okuyarak geliniz.		Konu anlatımı, soru ve cevap, formül hesaplama, tartışma ve yorumlama	Pazarlama Nedir? Temel Özellikleri Nelerdir? Dünden bugüne pazarlamanın gelişim süreci ve pazarlamayı etkileyen yeni trendler	
2	Lütfen dersin ilk haftasında paylaşılan haftalık sunumları inceleyerek geliniz.		Konu anlatımı, soru ve cevap, tartışma ve yorumlama	Pazarlama çevresi ve stratejik pazarlama planlaması	
3	3. Hafta başlıklı sunuma bakınız.		Konu anlatımı, soru ve cevap, tartışma ve yorumlama	Pazarlama Araştırma Süreci ve Pazarlama Bilgi Sisteminin İşleyişi	
4	4. Hafta başlıklı sunuma bakınız.		Konu anlatımı, soru-cevap, tartışma ve yorumlama.	Tüketici pazarlarının tanımı, özellikleri, tüketici pazarlarını etkileyen faktörler, nihai tüketici satın alma karar süreci	
5	5. Hafta başlıklı sunuma bakınız.		Konu anlatımı, soru-cevap, tartışma ve yorumlama.	Endüstriyel ve uluslararası pazarların yapısı, türleri, özellikleri ve çevresel faktörleri	

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
6	6. Hafta başlıklı sunuma bakınız.		Konu anlatımı, soru-cevap, tartışma ve yorumlama.	Pazar bölümlendirme, hedefleme, konumlandırma ve satış tahmin metotları	
7	7. Hafta başlıklı sunuma bakınız. Vize sınavı öncesi genel tekrar yaparak takıldığınız kısımları belirleyiniz.		Konu anlatımı, soru-cevap, tartışma ve yorumlama.	Mamül nedir? Mamüllerin sınıflandırılması, özellikleri, yeni mamül geliştirme süreci, mamül hayat seyri ve dönemleri, marka, ambalaj ve kalite stratejileri	
8	Şimdiye kadar anlatılan tüm haftalık içeriklerden sorumlusunuz.			Ara Sınav	
9	Vize sınavında sorulan soruların cevaplarını size verilen sunumlardan bulunuz ve 9. Hafta başlıklı sunumun 1-35 arasındaki slaytlarına bakınız.		Konu anlatımı, soru-cevap, formül hesaplama, tartışma ve yorumlama.	Fiyat nedir? Fiyatlandırma Hedefleri, Yöntemleri, Fiyatı etkileyen çıkar grupları ve Fiyatlandırma sürecinde dikkat edilmesi gereken faktörler	
10	9. Hafta başlıklı sunumun 36-54 arası slaytlarına bakınız.			Nihai fiyatın belirlenmesinde kullanılan teknikler, yeni mamül fiyatlandırma stratejileri, mamül hattının fiyatlandırılması, alıcıların fiyat değişikliklerine tepkileri	
11	11. Hafta başlıklı sunuma bakıp tutundurma karması elemanlarını açıklayacak örnekler hazırlayınız.		Konu anlatımı, soru-cevap, tartışma ve yorumlama.	Tutundurma ve Tutundurma Karması nedir? Karma elemanlarını genel bir giriş, Bütünlük pazarlama iletişimi.	
12	12. Hafta başlıklı sunumu inceleyin ve bir satış temsilcisinin müşteriye ikna etmek için kullanabileceği teknikleri araştırın.		Konu anlatımı, soru-cevap, tartışma ve yorumlama.	Kişisel satışın pazarlamadaki yeri ve önemi, Satış görevleri ve satışçı çeşitleri, Satış sürecinin aşamaları, Satış yönetimi, Satış geliştirme (Satış Promosyonu)	
13	13. Hafta başlıklı sunumu inceleyin ve güncel banka reklamlarını profesyonel bir bakış açısıyla değerlendirin.		Konu Anlatımı, soru-cevap, tartışma ve yorumlama.	Reklamın Tanımı ve Özellikleri, İşletmelerin Reklam Yapmadaki Amaçları, Reklamın Sınıflandırılması, Reklamda Kural ve Prensipler, Reklamın Avantaj ve Dezavantajları, Reklamın İşlevleri, Halkla ilişkilerin tanımı, araçları özellikleri	
14	14. Hafta sunumunun 1-29. slaytlarını inceleyin.		Konu anlatımı, soru-cevap, tartışma ve yorum.	Dağıtım ve dağıtım kanalları nedir? Dağıtımda aracı kullanmanın nedenleri nelerdir? Başlıca dağıtım kanalı alternatifleri, dağıtım kanalı seçimini etkileyen faktörler	
15	14. Hafta sunumunun 30-65 arası slaytlarını inceleyin		Ders anlatımı, soru-cevap, tartışma ve yorum.	Ana dağıtım politikaları, Dağıtım kanallarındaki ilişkiler, Tedarik zinciri yönetiminde lojistik (Fiziksel Dağıtım), Toptancılık ve perakendecilik	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Derse Katılım	14	3,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	1,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	1,00
Ara Sınav Hazırlık	7	3,00
Final Sınavı Hazırlık	7	3,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Vize	40,00
Final	60,00

	P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14	P.Ç. 15	P.Ç. 16	P.Ç. 17	P.Ç. 18	P.Ç. 19	P.Ç. 20	P.Ç. 21	P.Ç. 22	P.Ç. 23	P.Ç. 24	P.Ç. 25
Ö.Ç. 1					3							4													
Ö.Ç. 2					2							4													
Ö.Ç. 3					4							4													
Ö.Ç. 4					3							4													
Ö.Ç. 5					4							5													
Ö.Ç. 6					5							5													

Tablo :

- P.Ç. 1 :** İşletme finansmanı konusunda temel bilgileri kavrama, kullanabilme, değerlendirme ve yorum yapabilme, ekonomik-sosyal ve mali gelişmeleri analiz edebilme, finansal sistemleri anlama, finansal planlama ve işletmelere ait mali tabloları yorumlama konularında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 2 :** Finansın çeşitli alanlarındaki (bankacılık, dış ticaret, factoring, leasing işlemleri, finansal piyasa ve borsa işlemleri, risk yönetimi, kredi yönetimi, işletme finansmanı vb.) temel kavramlarını anlar ve anlatabilir.
- P.Ç. 3 :** İşletmelerde finansal yönetim işlevini (analiz, planlama/bütçeleme, yatırım, finansman ve denetim) yerine getirme, yatırım projeleri hazırlama, değerlendirme, yönetme ve yatırım stratejileri geliştirme konularında yeterli bilgiye sahip olur.
- P.Ç. 4 :** Finansal piyasa (para ve sermaye piyasaları) araçlarını tanıır, belirli risk düzeyinde en yüksek getiriyi sağlayacak portföyler oluşturabilir ve bu portföyleri yönetebilir.
- P.Ç. 5 :** Ulusal / uluslararası finansal piyasa ve kurumları hakkında yeterli düzeyde bilgiye sahip olur ve bu alanlardaki değişim ve yenilikleri takip edebilir.
- P.Ç. 6 :** Finansal / bankacılık ürün ve hizmetler ile bu ürün ve hizmetlerin pazarlaması hakkında gerekli bilgiye sahip olur.
- P.Ç. 7 :** Muhasebenin işletmeler açısından önemi ve kapsamı, temel muhasebe kavramları, işletmelerin finansal rasyo ve tabloları hakkında teorik bilgilere sahip olur ve bu bilgileri kullanabilir.
- P.Ç. 8 :** Bu bölümü başarı ile bitiren öğrenciler: (1) İşletmeciliğin temel kavramları, işletmenin temel fonksiyonları, işletme biliminin tarihsel gelişimi, diğer bilim dallarıyla olan ilişkileri, işletmeler ve çevreleri, işletmenin amaçları, fizibilite etütleri, işletme işlevleri, firmalar arası işbirlikleri ve girişimcilik konularında ileri düzeyde bilgiye sahiptir ve bu konularda yönetsel kararları alır ve uygular.
- P.Ç. 9 :** Modern yönetim perspektifi ile örgütsel düzeyde analiz yapma ve tasarlama, işletme yönetiminin; planlama, örgütlenme, yürütme, koordinasyon ve denetim işlevlerini kavrama, anlatma ve uygulama konusunda bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 10 :** İşletme yönetimi, stratejik yönetim, insan kaynakları yönetimi, örgütsel davranış, girişimcilik ve etik konusundaki süreçler, teoriler ve kavramları açıklayabilme ve analiz edebilme becerisine sahip olur.
- P.Ç. 11 :** Organizasyonlardaki insan ve insan davranışı ile algı, tutum ve kişilik gibi konuların yanı sıra son yıllarda örgütsel davranış alanında ortaya çıkan yeni kavram teknik ve uygulamalara ilişkin ileri düzeyde akademik bilgi ve birikime sahip olur.
- P.Ç. 12 :** Küreselleşme sürecinde işletmelerin sürekliliklerini sağlama noktalarında, pazar araştırması, bilgi sistemleri, tüketici davranışları, stratejik pazarlama, küresel pazarlar, ürün ve hizmet stratejileri, ürün hayat eğrisi, fiyatlama, tedarik zinciri konularını anlar ve kavrar.
- P.Ç. 13 :** Matematik, istatistik ve ekonometri alanlarında beceri kazanma, sayısal verilerden faydalanarak geliştirilecek olan istatistiksel ve ekonometrik çözümlemeler ile daha etkin kararlar alabilme, alınacak kararların sonuçlarını öngörebilme ve doğru tahminlerde bulunabilme ve sebep-sonuç ilişkilerini yorumlama becerisi kazanır.
- P.Ç. 14 :** Para, banka ve finansal sistemin temel öğeleri ve bu öğelerin işleyişlerini yorumlama becerisine sahip olur.
- P.Ç. 15 :** İktisadi konularda temel kavramlar ve ekonomik göstergeler hakkında bilgilere sahip olur.
- P.Ç. 16 :** Bir ekonomideki karar birimlerinin, tüketicilerin ve firmaların, nasıl karar aldıkları ve piyasada birbirlerini nasıl etkilediklerini analiz edebilmek için gerekli bilgilere kuramsal ve uygulama düzeyinde sahip olur.
- P.Ç. 17 :** Bireyler, piyasalar ve ülkeler arasındaki ekonomik ilişkilerin işleyiş kurallarına dair temel bilgilere sahip olur.

- P.Ç. 18 :** Temel hukuk bilgisinin yanı sıra, asgari düzeyde borçlar hukuku, ticaret hukuku, bankacılık hukuku, sermaye piyasası hukuku ve kıymetli evrak hukuku bilgisine sahip olur.
- P.Ç. 19 :** Bilişim teknolojileri başta olmak üzere analitik düşünme gibi işletmeciliğin çağdaş yöntem ve teknolojilerini kullanır.
- P.Ç. 20 :** Yaşam boyu öğrenme davranışına sahip, iletişim becerisi yüksek, takım çalışmasına yatkın, inisiyatif sahibi, analitik ve eleştirel düşünme ve problem çözme yeteneklerine sahip, kendini ifade etmede ve kurumunu temsil etmede Türkçeyi ve mesleki yabancı dil bilgisini yazılı ve sözlü iletişimde kullanabilme becerilerine sahip olur.
- P.Ç. 21 :** Bilimsel araştırma yapmak için araştırma yöntem ve tekniklerini kullanır.
- P.Ç. 22 :** Atatürk ilke ve inkılapları ile Türk dilinin temel özellikleri hakkında bilgiye sahip olur.
- P.Ç. 23 :** Sanatsal ve sportif konulara ilişkin bireysel yeteneklerini geliştirir.
- P.Ç. 24 :** Dünya kültürlerine açık, farklı inanç, düşünce ve yaşam biçimlerine saygılı, bilimsel düşünce çerçevesinde bilgiyi sorgulama yetkinliğine sahip olur.
- P.Ç. 25 :** Sözlü ve yazılı etkin iletişim kurar; bir yabancı dili en az Avrupa Dil Portföyü B1 genel düzeyinde kullanır.
- Ö.Ç. 1 :** Öğrenciler pazarlamanın tanımını, kapsamını ve özelliklerini açıklayabilirler.
- Ö.Ç. 2 :** Öğrenciler pazarlama ile çevre arasındaki ilişkiyi analiz edebilirler.
- Ö.Ç. 3 :** Öğrenciler pazarlama araştırma sürecinin ve bilgi sisteminin işleyişini açıklayabilir
- Ö.Ç. 4 :** Öğrenciler pazar türlerinin (tüketici, endüstriyel ve uluslararası) özelliklerini açıklayabilir ve pazarların özelliklerini karşılaştırabilir.
- Ö.Ç. 5 :** Öğrenciler, pazar segmentasyonu, hedefleme ve konumlandırma hiyerarşisine uyan mal ve hizmetlere örnekler verebilirler.
- Ö.Ç. 6 :** Öğrenciler pazarlamanın 4P'si olan ürün, fiyat, tutundurma (reklam, kişisel satış, satış geliştirme ve halkla ilişkiler) ve dağıtımı açıklayabilir.