

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	MARKETING PRINCIPLES / MARKETING PRINCIPLES	
Ders Kodu / Course Code	9022002262014	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Short Cycle / Short Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Öğrencinin; pazarlama ile ilgili temel kavramları, ürünlerin pazarlama stratejileri, pazar araştırması, pazarlamanın çevre ile ilişkileri, pazarlama karması ve ürünlere yönelik pazarlama politikaları ile yeni pazarlama tekniklerinin verilmesini sağlamaktır.	The aim is to provide; basic concepts about, marketing strategies of food products, relationship of marketing with the environment, marketing research, marketing mix and food marketing policies and new marketing techniques.
İçeriği / Content	Temel pazarlama kavramları, pazarlamanın gelişimi ve amacı; Pazarlamayı etkileyen etkenler, pazarlama eylemleri, pazar araştırması; Pazarlama karması (P ve C grubu elemanları); Mal ve nitelikleri, mal çeşitleri, malın yaşam süreci; Dağıtım ve özellikleri ile dağıtım kanalı ve fiziksel dağıtım; Fiyat ve özellikleri, fiyatlama yöntemleri, fiyatlama politikaları; Satış Çabaları ve özellikleri ile çeşitleri; Uluslararası Pazarlama; Gerilla Pazarlama, Niş Pazarlama; Birebir Pazarlama (CRM), Post Modern Pazarlama; E-ticaret, Yeşil Pazarlama	Basic marketing concepts, marketing development and aim; Factors which are affecting marketing, marketing actions, market research; Marketing mix (P and C group elements); Product and qualities, product types, product life cycle; Distribution and characteristics, distribution channels and physical distribution; Price and characteristics, pricing methods, pricing policies; Promotion and characteristics, promotion types; International marketing; New marketing approaches, Guerilla, Niche, CRM, Post Modern and Green marketing
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	ÖNDOĞAN Ece Nüket, 2010, "Pazarlama İlkeleri", Ege Üniversitesi Ege Meslek Yüksekokulu (Yayınlanmamış ders notları, Word ve Powerpoint Dokümanı) TEK Baybars Ömer, 1999. "Pazarlama İlkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları" KOTLER Philip ve KELLER Kevin Lane, 2006, "Marketing Management" KOTLER Philip, 2000, "Pazarlama Yönetimi"	ÖNDOĞAN Ece Nüket, 2009, "Pazarlama İlkeleri", Ege Üniversitesi Ege Meslek Yüksekokulu Ders Notları (Word ve Power Point Dokümanı) TEK Baybars Ömer, 1999, "Pazarlama İlkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları" KOTLER Philip; KELLER Kevin Lane, 2006, "Marketing Management" KOTLER, Philip, 2000, "Pazarlama Yönetimi"

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Pazarlama hakkındaki temel bilgileri ve pazarlamanın önemini kavrayabilme	
2	Mesleki teknik bilgileri ile pazarlama kavramını ilişkilendirebilme	
3	Pazar araştırması yapabilme, raporlayabilme ve yorumlayabilme	
4	Disiplin içi ve disiplinler arası ekip çalışması yapabilme, bağımsız çalışmada karar verebilme	
5	Yeni pazarlama yaklaşımları hakkında bilgi sahibi olabilme	
6	Pazarlama işlevi ile yönetim, personel, üretim, ar-ge, finansman, muhasebe, halkla ilişkiler işlevlerini ilişkilendirebilme	
7	Ürünlere yönelik pazarlama karması oluşturabilme	

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama kavramları, pazarlamanın gelişimi, pazarlamayı etkileyen etkenler				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama eylemleri, Pazar araştırması	Proje verilmesi			
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama karması (P ve C grubu)				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Mal ve nitelikleri, çeşitleri, malın yaşam süreci				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dağıtım ve özellikleri, dağıtım kanalı ve fiziksel dağıtım				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Fiyat ve özellikleri, fiyatlama yöntemleri, fiyatlama politikaları	Sınıf içi tartışma			
7	Satış Çabaları, özellikleri, çeşitleri, Konu tekrarı				
8	Ara Sınav				
9	Uluslararası Pazarlama				
10	Gerilla Pazarlama				
11	Niş Pazarlama, Birebir Pazarlama (CRM)				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Post Modern Pazarlama, WOM Pazarlama				
13	E-Ticaret, Yeşil pazarlama				
14	Ödev teslimi ve sunumu	Sınıf içi tartışma			
15	Ödev sunumu	Sınıf içi tartışma			
16	Final Sınavı				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Proje Sunma / Project Presentation	1	1.00	1.00
Alan Çalışması / Field Work	7	2.00	14.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	12.00	12.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	12.00	12.00
Proje Hazırlama / Project Preparation	1	5.00	5.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	3.00	42.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Toplam / Total:	27	37.00	88.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 88.00/30.00 = 2.93 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 88.00 / 30.00 = 2.93 ~			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes									
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10
1.Pazarlama hakkındaki temel bilgileri ve pazarlamanın önemini kavrayabilme /										
2.Mesleki teknik bilgileri ile pazarlama kavramını ilişkilendirebilme /										
3.Pazar araştırması yapabilme, raporlayabilme ve yorumlayabilme /										
4.Disiplin içi ve disiplinler arası ekip çalışması yapabilme, bağımsız çalışmada karar verebilme /										
5.Yeni pazarlama yaklaşımları hakkında bilgi sahibi olabilme /										
6.Pazarlama işlevi ile yönetim, personel, üretim, ar-ge, finansman, muhasebe, halkla ilişkiler işlevlerini ilişkilendirebilme /										
7.Ürünlere yönelik pazarlama karması oluşturabilme /										

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high