



AVRUPA KREDİ TRANSFER SİSTEMİ (AKTS)

Ders Bilgi Paketi

TRM 2005 — Pazarlamaya Giriş

Ders Bilgileri

Ders Kodu	TRM 2005
Dersin Adı	Pazarlamaya Giriş
Ders Adı (EN)	Introduction to Marketing
Eğitim Düzeyi	Lisans
Ders Türü	Ders
Eğitim Dili	İngilizce
Öğretim Elemanı	Doç. Dr. SEZER KARASAKAL
T / U / L	3 / 0 / 0
Kredi	3
AKTS	5

Dersin Amacı

Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlamanın temel ilke ve uygulamalarını tanıtmaktır. Ders, kuruluşların müşterilere nasıl değer yarattığını, sunduğunu ve ilettiğini anlamalarını sağlar. Öğrenciler, tüketici davranışı, pazar bölümleme, ürün geliştirme, fiyatlandırma, dağıtım ve tanıtım gibi temel pazarlama kavramlarını inceleyeceklerdir. Ders, öğrencilerin hem ulusal hem de küresel bağlamlarda etkili pazarlama stratejileri tasarlayabilmeleri için analitik ve karar verme becerilerini geliştirmelerine yardımcı olur.

Dersin Amacı

Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlamanın temel ilke ve uygulamalarını tanıtmaktır. Ders, kuruluşların müşterilere nasıl değer yarattığını, sunduğunu ve ilettiğini anlamalarını sağlar. Öğrenciler, tüketici davranışı, pazar bölümleme, ürün geliştirme, fiyatlandırma, dağıtım ve tanıtım gibi temel pazarlama kavramlarını inceleyeceklerdir. Ders, öğrencilerin hem ulusal hem de küresel

bağlamlarda etkili pazarlama stratejileri tasarlayabilmeleri için analitik ve karar verme becerilerini geliştirmelerine yardımcı olur.

Dersin İçeriği

Bu ders, pazarlamanın tanımı, tarihi ve kapsamı ile pazarlama süreciyle başlayarak pazarlamanın temel alanlarını ele almaktadır. Ders, pazarlama stratejisi, pazar araştırması, segmentasyon, hedefleme, konumlandırma, tüketici ve kurumsal alıcı davranışları, ürün ve marka yönetimi, fiyatlandırma, dağıtım kanalları ve entegre pazarlama iletişimi gibi konuları incelemektedir. Ayrıca ders, küresel pazarlama, sürdürülebilir pazarlama ve pazarlama ortamını ele alarak öğrencilere pazarlamanın iş dünyası ve toplumdaki rolüne dair geniş bir bakış açısı kazandırmaktadır.

Dersin Ön Koşulu/ Yan Koşulu

-

Akademik Dürüstlük ve Yapay Zeka

Akademik dürüstlük ihlalleri; kopya çekme, intihal, başkasına ait çalışmayı kendi çalışmasıymış gibi teslim etme, öğretim elemanının veya başka bir kişinin çalışmalarını izinsiz kullanma gibi eylemleri kapsar; ancak bunlarla sınırlı değildir. Her türlü akademik dürüstlük ihlali ciddi bir akademik suçtur ve disiplin cezasına tabidir. Yapay zekâ araçları yalnızca dilbilgisi kontrolü, ifade düzeltme, yazım desteği ve genel akademik asistanlık amacıyla kullanılabilir. Ancak yapay zekâ tarafından üretilen metinlerin doğrudan kopyalanıp yapıştırılarak ödev, proje, rapor veya başka bir akademik çalışma olarak sunulması akademik dürüstlük ihlali ve intihal kapsamında değerlendirilir. Öğrenciler, teslim ettikleri tüm çalışmaların kendi özgün emeklerini yansıtmamasından sorumludur.

Ders Çıktıları

ÖÇ1: Pazarlamanın temel kavramlarını, işlevlerini ve kapsamını açıklar.

ÖÇ2: Pazar çevresini analiz eder ve pazar araştırmaları yoluyla müşteri ihtiyaçlarını belirler.

ÖÇ3: Segmentasyon, hedefleme ve konumlandırma ilkelerini uygulayarak pazarlama stratejileri geliştirir.

ÖÇ4: Müşteri değeri yaratmak için Ürün, fiyat, dağıtım ve turundurma elemanlarını etkili ve uyumlu bir şekilde kullanır.

ÖÇ5: Küresel bağlamda pazarlama ile ilgili etik, sosyal ve sürdürülebilirlik konularını tartışır.

İş Yüğü Tablosu

Faaliyet	Sayı	Süre (Saat)	Toplam	Açıklama
Derse Katılım	15	3	45	
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	3	42	
Ara Sınavı/Hazırlık	1	15	15	
Final Sınavı/Hazırlık	1	15	15	
Diğer	1	26	26	
Toplam İş Yüğü			143	

Haftalık Program

Hafta	İçerik
1	Giriş
2	Pazarlama Kavramı: Pazarlamanın tanımı, Pazarlamanın kısa tarihi, Pazarlama süreci, Pazar ve Müşteri ihtiyaçları
3	Pazarlama Stratejisi
4	Pazarlama Bilgi Sistemi
5	Segmentasyon, Hedefleme ve Konumlandırma
6	Tüketici ve Ticari Alıcı Davranışını Anlamak
7	Ürün ve Hizmetlerin Geliştirilmesi ve Yönetimi
8	Vize
9	Marka Stratejisi ve Yönetimi
10	Fiyatlandırma Stratejileri
11	Pazarlama Kanalları
12	Reklam ve Halkla İlişkiler, Kişisel Satış ve Satış Promosyonu
13	Doğrudan, Çevrimiçi, Sosyal Medya ve Mobil Pazarlama & Küresel Pazar
14	Pazarlama Çevresini: Mikro Çevre ve Makro Çevre
15	Sürdürülebilir Pazarlama, Sosyal Sorumluluk ve Etik

Eğitim-Öğretim Metodları

Yöntem Adı	Araçlar	Öğrenci Faaliyetleri	Durum
Ders (anlatım), etkileşimli tartışma	Standart derslik teknolojileri, çoklu ortam araçları (projektör, bilgisayar, dijital sunumlar)	Dinleme, not alma, tekrar etme, derste getirilen eğitim materyalleri üzerinden gösterilenleri uygulama	Aktif
Tartışmalı Ders	Standart derslik teknolojileri, çoklu ortam araçları, projektör, bilgisayar	Dinleme ve anlamlandırma, eleştirel düşünme	Aktif
Konuk Konuşmacı	-	Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme	Aktif
Beyin Fırtınası	Standart derslik teknolojileri, çoklu ortam araçları, projektör, bilgisayar, tepegöz	İkili gruplar oluşturulmasının amacı fikir geliştirme aşamasında yenilikçiliğe açık olmalarını sağlamaktır.	Aktif

Ders Değerlendirme Kriterleri

Aktivite Türü	Değerlendirme Adı	Katkı Oranı
Vize	Vize	%40
Final	Final	%60
Toplam		%100

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

Bu ders için Sürdürülebilir Kalkınma Amacı tanımlanmamıştır.

Bu belge 05.09.2026 tarihinde otomatik olarak oluşturulmuştur.