



YOZGAT BOZOK ÜNİVERSİTESİ ŞEFAATLİ MESLEK YÜKSEKOKULU
BÜRO HİZMETLERİ VE SEKRETERLİK BÖLÜMÜ
ÇAĞRI MERKEZİ HİZMETLERİ PROGRAMI
PAZARLAMA İLKELERİ DERS ÖĞRETİM PLANI

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Dersin Türü (Z/S)	T+U+L (Saat/Hafta)	Kredi	AKTS	Eğitim Dili
PIL001	Pazarlama İlkeleri		S	3+0+0	3	4	Türkçe

DERS BİLGİLERİ

Dersin Katalog Tanımı (İçeriği)	Pazarlama tanımı ve pazarlama ile ilgili kavramlar, pazarlama sistemi, stratejik planlama ve pazarlama süreci, pazar bölümlenmesi, hedef pazar, pazar konumlandırması ve pazarlama bileşimi, pazarlamanın mikro çevresi, pazarlamanın makro çevresi, ürün kavramı ve ürün sınıflandırmaları, ürün yaşam eğrisi ve yeni ürün geliştirme süreci marka, ambalaj, etiket, kalite, garanti fiyat ve fiyatlandırma yöntemleri, fiyat farklılaştırma, psikolojik fiyatlandırma stratejileri, dağıtım kanalı ve kanal üyelerinin işlevleri, dolaylı ve dolaysız dağıtım ve dağıtım kanalında bütünleşme stratejileri, toptancılık, perakendecilik ve fiziksel dağıtım, iletişim süreci ve reklam, satış özendirici araçlar, satış yönetimi ve kişisel satış.
--	--

Dersin Amacı	Pazarlama ilkeleri dersi kapsamında pazarlamanın ne olduğu, gelişimi, pazar kavramı, tüketici ve endüstriyel alıcı davranışları, müşterilerle ilişkilerin geliştirilmesi, pazarlamada çevresel unsurların önemi, rekabet üstünlüğü oluşturma, pazarlamada stratejik araçlar, pazarlamada bilgi ve araştırmanın önemi, internet gibi gelişen kanallarda pazarlamanın gelişimi ve pazarlamada sürdürülebilirlik konuları üzerinde durulacaktır. Pazarlamanın kapsamı ve ilkeleri, pazarlama anlayışı, pazarlamanın gelişim süreci ve aşamaları, pazarlama yönetimi gibi uygulamaların kavranması, pazarı ve tüketicileri anlamak ve müşteri odaklı pazarlama karması ve pazarlama stratejileri geliştirebilmek.
---------------------	---

Dersin Seviyesi	Ön Lisans
------------------------	-----------

Dersin Öğretim Dili	Türkçe
----------------------------	--------

Öğretim Yöntemi	() Örgün (X) Uzaktan () Karma/Hibrit
------------------------	--

Dersi Yürüten Öğretim Elemanları	Öğr. Gör. Tülay ÖZBEK
---	-----------------------

Dersin Ön Koşulu Ders(ler)i	Yok
------------------------------------	-----

Dersin Öğrenme Çıktıları	<ol style="list-style-type: none">1. Pazarlamanın temelini teşkil eden kavram ve olguları açıklar.2. Tüketici davranışlarını yorumlar ve pazarlama programlarının şekillendirilmesinde kullanır.3. Pazarlama planlamasını, türlerini ve sürecini açıklar.4. Temel pazarlama bileşenlerinin pazarlama süreci içindeki yerleri ve etkileşimlerini analiz eder.5. Bir işletmenin pazarlama faaliyetlerini analiz eder.6. Pazarlama bağlamında iş dünyasında yaşanmakta olan olayları ve değişimleri eleştirel ve rasyonel bir bakış açısıyla değerlendirir.
---------------------------------	---

DERS İÇERİĞİ

Hafta	Teori	Uygulama/Laboratuvar
1	Pazarlamanın tanımı, kapsamı ve önemi	
2	Pazarlamaya giriş, pazarlamanın gelişimi, temel kavramların açıklanması, pazarlama anlayışının (yaklaşımlarının) gelişimi.	
3	Pazar ve pazarlama çevresi. Pazar kavramı ve tüketici ve endüstriyel pazarın özellikleri. Pazarlama ve çevre arasındaki ilişkiler. Makro ve mikro çevresel faktörlerin analizi.	
4	Tüketici davranışları. Tüketici karar verme süreci. Tüketici davranışlarını etkileyen içsel (psikolojik) ve dışsal (sosyo-kültürel) faktörler.	
5	Pazarlama bilgi sistemi. Pazarlama araştırması ve pazarlama araştırma süreci.	
6	Pazarlama bilgi sistemi. Pazarlama araştırması ve pazarlama araştırma süreci.	
7	Pazar bölümlendirme, konumlandırma ve hedef pazarın seçimi.	
8	Pazar bölümlendirme, konumlandırma ve hedef pazarın seçimi.	
9	Ürün ve ürün yönetimi: Ürün kavramı, ürün türleri ve pazarlamada ürün stratejileri.	
10	Ürün ve ürün yönetimi: Ürün kavramı, ürün türleri ve pazarlamada ürün stratejileri.	
11	Ürün ve ürün yönetimi: Ürün karması, yeni ürün kavramı ve ürün yaşam eğrisi. Marka ve markalama stratejileri. Ambalajlama.	
12	Fiyatlandırma: fiyat kararlarının önemi. Fiyatlamayı etkileyen faktörler. Fiyatlamamanın amaçları. Fiyatlama politikaları ve fiyatlama yöntemleri.	
13	Dağıtım: Dağıtım kararları. Temel dağıtım kanalları. Dağıtım kanallarının yönetimi. Toptancılık ve perakendecilik.	
14	Tutundurma: Tutundurma kararları ve stratejileri. Reklam, Halkla ilişkiler, Kişisel satış ve Satış Tutundurma	
15	Genel değerlendirme, Tekrar	
16	Final Sınavı	

Dersin Öğrenme Kaynakları

1. Mucuk, İsmet "Pazarlama İlkeleri", Türkmen Kitabevi.
2. "Pazarlama İlkeleri", Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
3. Öztürk, Aziz, "Pazarlama İlkeleri", Gazi Kitabevi.

DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ

Dönem İçi Çalışma Etkinlikleri	Sayısı	Katkısı
Ödev	-	-
Uygulama	-	-
Forum/ Tartışma Uygulaması	-	-
Kısa sınav (Quiz)	3	%100
Dönemiçi Çalışmaların Yarıyıl Başarıya Oranı (%)	3	%40
Finalin Başarıya Oranı (%)	1	%60
Toplam	4	%100

DERS İŞ YÜKÜ TABLOSU

Etkinlik	Toplam Hafta Sayısı	Süre (Haftalık Saat)	Toplam İş Yüğü
Teori	15	3	45
Uygulama	-	-	-
Forum/ Tartışma Uygulaması	-	-	-
Kısa Sınav (Quiz)	3	1/2	1,5
Kısa Sınav (Quiz) Hazırlık	3	4	12
Okuma	14	1	14
İnternet Taraması, Kütüphane Çalışması	-	-	-
Materyal Tasarlama, Uygulama	-	-	-
Rapor Hazırlama	-	-	-
Sunu Hazırlama	1	4	4
Sunum	1	1	1
Final Sınavı	1	1	1
Final Sınavına Hazırlık	1	14	14
Diğer (Belirtiniz:)			
Toplam İş Yüğü			92,5
Toplam İş Yüğü / 25 (s)			92,5/25
Dersin AKTS Kredisi			3,7 \cong 4
Not: Dersin iş yükü tablosu öğretim elemanı tarafından ders özelinde belirlenecektir.			

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI KATKI DÜZEYLERİ

No	Program Öğrenme Çıktıları	1	2	3	4	5
1	Çağrı Merkezi Hizmetleri alanında temel düzeyde bilgilere sahiptir.					
2	Atatürk İlke ve İnkılâplarını bilir ve bunlara sahip çıkar.					
3	Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurar.					
4	Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin bilgileri analiz etme, yorumlama ve değerlendirme becerisine sahiptir.				X	
5	Karar, uygulama ve davranışlarında Çağrı Merkezi Hizmetleri alanına ilişkin edindiği bilgileri kullanma becerisine sahiptir.				X	
6	Ekip üyesi olarak sorumluluk almaya yatkındır.				X	
7	Kendisine verilen görev ve sorumlulukları mevcut koşullarda en iyi şekilde yerine getirir.					
8	Öğrenmenin ve sorgulamanın yaşam boyu olduğu bilincine sahiptir.			X		
9	Öğrenme gereksinimlerine yönelik programlara katılıma açık olur.					
10	Edindiği bilgi ve becerileri eleştirel olarak değerlendirir.					
11	Çağrı Merkezi Hizmetleri alanı ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini, istek ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarır.					
12	Avrupa Dil Portföyü A2 Genel Düzeyinde İngilizce kullanarak çağrı merkezi hizmetleri alanındaki bilgileri izleyebilir.					
13	Çağrı Merkezi Hizmetleri alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.					
14	Çalışma arkadaşlarına yardıma yatkındır.					
15	Sosyal hakların evrenselliği, sosyal adalet, kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince sahiptir.				X	
16	Küreselleşen dünya ve piyasa koşullarında değişime ve gelişime					X

	açıktır.					
17	Örgüt/Kurum, iş ve toplumsal etik değerlere uygun davranır.					

Bazook