

Yıl

İşletme Bölümü / İşletme Bölümü / İşletme						
Ders Kodu	Ders Adı	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Yerel Kredi	AKTS
ISL2110	Pazarlamaya Giriş	3,00	0,00	0,00	3,00	5,00
Ders Detayı						
Dersin Dili	: Türkçe					
Dersin Seviyesi	: Lisans					
Dersin Tipi	: Zorunlu					
Ön Koşullar	: Yok					
Dersin Amacı	: Ders kapsamında, dinamik çevrelerde pazarlama faaliyetlerinin yürütülmesi konusunda ihtiyaç duyulabilecek temel bilgi ve anlayışın kazandırılması amaçlanmaktadır. Bu ders, pazarlamayla ilgili kavram, teori, konu ve modelleri derinlemesine analiz etmekle ilgilidir.					
Dersin İçeriği	: Pazarlama, Pazarlama Felsefeleri, Pazarlama Kararlarında Etkili Çevre (Mikro ve Makro Bazda) Faktörleri ve PESTLE Analizi, Tüketici Tanımı ve Tüketici Davranışları, STP Stratejileri, Klasik ve Yeni Yaklaşımlarla Pazarlama Karması: Ürün (Müşteri Değeri), Fiyat (Müşteriye Maliyet), Dağıtım (Erişim/Kolaylık), Tutundurma (İletişim) Kararları kapsamında konular değerlendirilmektedir.					
Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar	: Ömer Torlak, Remzi Altunışık, Şuayıp Özdemir (2024) Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi, Beta Basım Yayım. Ders notları, sunular Google Classroom üzerinden paylaşılmaktadır.					
Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri	: 1. Derste işlenen konular ile ilgili ek okumalar verme ve derste tartışma. 2. İlgili kavram ve uygulamalara yönelik araştırma ödevleri verme ve derste tartışma 3. Pazarlama profesyonellerini derslere davet etme veya online görüşme gerçekleştirme.					
Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar	: Pazarlama ilgili blogların takibi (https://www.marketingturkiye.com.tr, https://pazarlamaturkiye.com, https://blog.hubspot.com vb.) ve ders esnasında üzerinde durulan konular ile ilgili çeşitli kitap ve makaleler önerilmektedir. İlgili derslerde markalarfisildiyor.com üzerinden örnek olaylar tartışılmaktadır.					
Dersi Veren Öğretim Elemanları	: Doç. Dr. Gülnil Aydın					
Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları	: Bölüm Araştırma Görevlileri					
Dersin Verilişi	: Dersler örnek olaylarla destekli teorik olarak yürütülmektedir. Soru-Cevap tarzında katılım teşvik edilmektedir.					
En Son Güncelleme Tarihi	: 2.04.2026 12:53:08					
Dosya İndirilme Tarihi	: 29.07.2026					

Ders Öğrenme Çıktıları
Bu dersi tamamladığında öğrenci :
1 Pazarlama ile ilgili temel kavramları tanımlar ve pazarlama tanımı hakkında doğru bilinen yanlışlar hakkında farkındalık kazanır.
2 Pazarlama Kararlarında Etkili Olan Çevresel Faktörleri Tanımlayabilir. Sözkonusu çevresel faktörlerin pazarlama kararlarındaki etkilerine yönelik çıkarımlarda bulunabilir.
3 Tüketicilerin satın alma kararlarına yönelik farklı yaklaşımları tanımlayabilir.
4 Tüketicilerin satın alma karar sürecini tanımlayabilir ve farklı satın alma türlerini örneklendirebilir
5 Tüketici İlggörüsünün nasıl teşhis edilebileceği üzerinde fikir yürütebilir ve örneklendirebilir
6 Pazarlama Kararlarının Temel Bileşenlerini Oluşturan Pazarlama Karması Elemanlarını Tanımlayabilir
7 Müşteri Değeri Kavramını Tanımlayabilir Müşteri Değerinin Nasıl Oluşturulabileceği Hakkında Fikir Yürütebilir
8 Yeni Ürün Geliştirme Sürecinde Pazarlama açısından önem taşıyan faktörleri tanımlayabilir örneklendirebilir
9 Temel Fiyatlandırma Yöntemlerini Tanımlayabilir.
10 Dağıtım kanalları politikaları ve alternatiflerini tanımlayabilir ve örneklendirebilir
11 Pazarlama faaliyetlerinde kullanılabilecek iletişim kanallarını tanımlayabilir

Ön / Yan Koşullar						
Ders Kodu	Ders Adı	Koşul	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Yerel Kredi AKTS

Haftalık Konular ve Hazırlıklar						
	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Hazırlık Bilgileri	Öğretim Metodları	Dersin Öğrenme Çıktıları
1.Hafta	*Genel Değerlendirme, Ders İçeriği ve İşleyişi Hakkında Bilgilendirme	*-----	*-----	*-----	*Açıklama, Bilgilendirme Soru-Cevap	
2.Hafta	*Pazarlamanın Tanımı ve İlgili Kavramlar	*-----	*-----	*Ders kitabı ilgili bölümün okunması	*Teorik ve Örneklerle Anlatım	
3.Hafta	*Pazarlama Anlayışındaki Değişim _Pazarlama hakkında doğru bilinen yanlışlar	*Tartışma: Örnek Olay 1	*-----	*Ders Kitabından Örnek Olay 1 (Pazarlamayla ya da Pazarlamasız) in okunması T. Levitt Pazarlama Miyopluğu makalesinin okunması	*Teorik anlatım, makale değerlendirme, örnek olay 1 üzerine tartışma	
4.Hafta	*Mikro ve Makro Pazarlama Çevresi PESTLE Analizi	*-----	*-----	*İlgili bölümün okunması	*Teorik anlatım, Makro çevre faktörlerinin Pazarlama Kararları Üzerindeki Etkisini Anlamaya yönelik örneklerin istendiği ödev çalışması, sınıf içi tartışma	
5.Hafta	*Kısa sınav *Pazar ve Pazarlama Araştırmaları	*----- *-----	*----- *-----	*İşlenen konuların okunması *İlgili bölümün ve örnek olayın okunması	*----- *Kavramsal değerlendirme ve Unilever Örnek Olay Çalışması sınıf içi tartışma	
6.Hafta	*Tüketici Davranışları	*-----	*-----	*Ders kitabından ilgili bölümün okunması Tüketici İçgörüsü üzerine araştırma ve örnek toplama	*Kavramsal ve örneklerle anlatım Tüketici içgörüsü üzerine sınıf içi tartışma	
7.Hafta	*STP Stratejileri - Pazar Bölümlendirme	*-----	*-----	*İlgili bölümün okunması	*Örneklerle teorik anlatım sınıf içi tartışma	
8.Hafta	*STP Stratejileri - Pazar Hedefleme Stratejileri	*Seçilen bir pazarın bölümlendirme ve hedef pazar stratejilerinin belirlenmesi	*-----	*İlgili bölümün okunması ve pazar bölümlendirme ödevinin hazırlanması	*Teorik Anlatım ve uygulama ödevi	
9.Hafta	*STP Stratejileri - Konumlandırma Stratejileri	*-----	*-----	*İlgili bölümün okunması Markalarfisildiyor.com üzerinden CarrefourSa Örnek olayının izlenmesi	*Teorik anlatım Örnek Olay üzerine sınıf içi tartışma	
10.Hafta	*Kısa sınav *Pazarlama Karması Ürün (Müşteri Değeri) Kararları	*----- *-----	*----- *-----	*İşlenen konuların okunması *İlgili bölümün okunması	*----- *Kavramsal teorik açıklama ve örneklerle anlatım	
11.Hafta	*Pazarlama Karması - Fiyatlandırma (Müşteri Maliyeti) Kararları	*-----	*-----	*İlgili bölümün okunması	*Kavramsal ve teorik anlatım	
12.Hafta	*Pazarlama Karması Dağıtım (Erişim/Kolaylık) Kararları	*-----	*-----	*İlgili bölümün okunması	*Kavramsal ve teorik değerlendirme örneklerle anlatım	
13.Hafta	*Kısa sınav *Pazarlama Karması Tutundurma (İletişim) Kararları	*----- *-----	*----- *-----	*İşlenen konuların okunması *İlgili bölümün okunması markalarfisildiyor.com üzerinden Vestel örneğinin incelenmesi	*----- *Teorik kavramsal değerlendirme Sınıf içi markalarfisildiyor.com örnek olay tartışması	
14.Hafta	*Genel değerlendirme	*-----	*-----	*Ders izlencesi ve öğrenim amaçlarının incelenmesi	*Sınıf içi tartışma	

Değerlendirme Sistemi %
1 Vize : 20,000
2 Kısa Sınav : 0,000
3 Ödev : 20,000
4 Uygulama / Pratik : 0,000
5 Araştırma Sunumu : 0,000
6 Final : 60,000

AKTS İş Yüğü			
Aktiviteler	Sayı	Süresi(Saat)	Toplam İş Yüğü
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	1,00	14,00
Ara Sınav Hazırlık	1	5,00	5,00
Derse Katılım	14	3,00	42,00
Ödev	5	5,00	25,00
Final Sınavı Hazırlık	1	8,00	8,00
Final	1	1,00	1,00
Vize	1	1,00	1,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	10	1,00	10,00
Kısa Sınav	3	1,00	3,00
Bütünleme	1	5,00	5,00

Aktiviteler	Sayı	Süresi(Saat)	Toplam İş Yüğü
Tartışmalı Ders	2	2,00	4,00
Ev Ödevi	3	3,00	9,00
Araştırma Sunumu	2	3,00	6,00
Konuk Konuşmacı	1	2,00	2,00
Toplam : 135,00			
Toplam İş Yüğü / 30 (Saat) : 4			
AKTS : 5,00			

Program Öğrenme Çıktısı İlişkisi									
	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
Ö.Ç. 1	4	4	1	1	1	2	2	1	1
Ö.Ç. 2	4	3	1	4	1	4	4	1	1
Ö.Ç. 3	3	2	1	1	1	3	1	1	1
Ö.Ç. 4	3	1	1	2	1	2	1	1	1
Ö.Ç. 5	4	2	1	4	1	4	3	1	1
Ö.Ç. 6	5	1	1	3	1	2	2	1	1
Ö.Ç. 7	3	2	1	4	1	3	3	1	1
Ö.Ç. 8	4	1	1	4	1	3	3	1	1
Ö.Ç. 9	4	1	1	4	1	2	2	1	1
Ö.Ç. 10	4	1	1	4	1	2	2	1	1
Ö.Ç. 11	4	1	1	4	1	2	2	1	1
Ortalama	3,82	1,73	1,00	3,18	1,00	2,64	2,27	1,00	1,00

Ders/Program Çıktıları İlişkisi								
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
4	2	1	4	1	3	3	1	1