İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G341	Pazarlama İlkeleri	5	3	0	0	3	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	1. Pazarlamanın temel kavram, yaklaşım ve süreçlerini, yalnızca işlevsel yönleriyle değil, değer üretimi ve toplumsal etkileri çerçevesinde sorgulayan bir anlayış kazandırmak. 2. Pazarlar ve tüketici davranışlarının oluşumunu belirleyen çevresel faktörleri ekonomik, sosyal ve kültürel bağlamlarıyla birlikte ele alarak düşünme becerisi kazandırmak. 3. Pazarlama stratejilerinin (bölümlendirme, hedefleme, konumlandırma bağlamında) karar süreçlerini etik sorumluluklar ve sürdürülebilirlik ilkeleri ışığında yorumlayabilme yetkinliği kazandırmak. 4. Pazarlama araştırması süreçlerini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirerek, veriye dayalı ancak sorumlu karar verme anlayışı geliştirmek için bir başlangıç bakış açısı sunmak. 5. Dijital dönüşüm ve güncel pazarlama pratiklerini, toplumsal etkileri ve kapsayıcılık boyutlarıyla birlikte değerlendirerek sorumlu pazarlama yaklaşımları geliştirmeye zemin hazırlamak.
İçerik	Bu ders kapsamında, pazarlamanın temel kavramları ve pazarlama faaliyetleri değer yaratma, etik ve sorumluluk boyutlarıyla birlikte ele alınmaktadır. Ayrıca dijitalleşme ve sürdürülebilirlik gibi güncel konular çerçevesinde pazarlamanın değişen rolü değerlendirilmektedir. Ders kapsamında öğrencilerin edindikleri bilgi ve yaklaşımları uygulamalı çalışmalar ve sunumlar aracılığıyla geliştirmeleri hedeflenmektedir.
Kaynaklar	Mercator, Baynast, Lévy & Lu, Dunod. Principes de Marketing, Armstrong & Kotler, Pearson. Principles of Marketing, Philip Kotler, Gary Armstrong & Sridhar Balasubramanian, Pearson.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş ve pazarlamaya ilişkin temel kavramlar
2	Değer yaratma, "etki" ve mesleki etik bağlamında pazarlama
3	Pazar kavramı ve pazarlama çevresi
4	Pazarlama planlaması
5	Pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve konumlandırma
6	Tüketici araştırması
7	Pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması
8	Vize
9	Tüketici davranışı
10	Tüketici davranışı
11	Dijitalleşme ve pazarlama
12	Sürdürülebilirlik ve sorumlu pazarlama
13	Sunumlar
14	Sunumlar