

Ders Kodu Dersin Adı Yarıyıl Teori Uygulama Lab Kredisi AKTS

RPP314 Pazarlama İlkeleri 6 2 0 0 2 3

Ön Koşul

Derse Kabul Koşulları

Dersin Dili Türkçe

Türü Seçmeli

Dersin Düzeyi Lisans

Dersin Amacı

Pazarlama stratejik kararlarından 'Konumlandırma'nın tanımı verilecek ve rekabetçi avantaj yaratmadaki önemi açıklanacak; konumlandırma stratejileri ve uygulama alanları örnekler bazında açıklanacak; ürünün farklı düzeylerde tanımları verilecek ve ürünü oluşturan katmanlar detaylandırılarak açıklanacak; ürün hattı ve karması kararlarının stratejik önemi belirtilecek; ürün hayat döngüsü aşamaları örneklerle desteklenerek açıklanacak; ürün fiyatlandırma politikaları genel hatlarıyla tanımlanacak; dağıtım kanalları ve lojistiğin pazarlama kararlarındaki yeri ve önemi açıklanacak; rekabet stratejileri tanımlanacak.

1. Hafta: Pazarlama Stratejik Karar Sürecinin 3. aşaması Konumlandırma'daki rekabetçi avantaj yaratmanın önemi.

2. Hafta: Konumlandırma stratejileri ve strateji seçme ve uygulama alanları.

3. Hafta: Ürünü farklı düzeylerde tanımlama ve katmanlar.

4. Hafta: Ürün klasifikasyonu, bireysel ürün kararları: 1) Ürün özellikleri.

İçerik

5. Hafta: 2) Markalama ve stratejiler.

6. Hafta: 3) Ambalaj 4) Satış sonrası hizmet.

7. Hafta: Ara Sınav (vize).

8. Hafta: Ürün hattı ve ürün karması kararları.

9. Hafta: Hizmet pazarlaması ve özellikleri.

10. Hafta: Ürün hayat döngüsü stratejileri ve aşamaları I.

11. Hafta: Ürün hayat döngüsü stratejileri ve aşamaları II.

12. Hafta: Ürün fiyatlandırma politikaları.

13. Hafta: Dağıtım kanalları ve lojistik.

14. Hafta: Rekabet stratejileri.

Kaynaklar

Kotler, P., Armstrong, G. (17.Edition). Principles of Marketing, New Jersey: Prentice Hall.

İlgili diğer güncel makale ve kitaplar.

Teori Konu Başlıkları**Hafta****Konu Başlıkları**

- | | |
|----|---|
| 1 | 1. Hafta: Pazarlama Stratejik Karar Sürecinin 3. aşaması Konumlandırma'daki rekabetçi avantaj yaratmanın önemi. |
| 2 | 2. Hafta: Konumlandırma stratejileri ve strateji seçme ve uygulama alanları. |
| 3 | 3. Hafta: Ürünü farklı düzeylerde tanımlama ve katmanlar. |
| 4 | 4. Hafta: Ürün klasifikasyonu, bireysel ürün kararları: 1) Ürün özellikleri. |
| 5 | 5. Hafta: 2) Markalama ve stratejiler. |
| 6 | 6. Hafta: 3) Ambalaj 4) Satış sonrası hizmet. |
| 7 | 7. Hafta: Ara Sınav (vize). |
| 8 | 8. Hafta: Ürün hattı ve ürün karması kararları. |
| 9 | 9. Hafta: Hizmet pazarlaması ve özellikleri. |
| 10 | 10. Hafta: Ürün hayat döngüsü stratejileri ve aşamaları I. |
| 11 | 11. Hafta: Ürün hayat döngüsü stratejileri ve aşamaları II. |
| 12 | 12. Hafta: Ürün fiyatlandırma politikaları. |
| 13 | 13. Hafta: Dağıtım kanalları ve lojistik. |
| 14 | 14. Hafta: Rekabet stratejileri. |

