



ESOGÜ Turizm Fakültesi Ders Bilgi Formu

DÖNEM	Bahar
-------	-------

DERSİN KODU		DERSİN ADI	Pazarlama İlkeleri
-------------	--	------------	--------------------

YARIYIL	HAFTALIK DERS SAATI			DERSİN			
	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Kredisi	AKTS	TÜRÜ	DİLİ
II	2	0	0	2	4	ZORUNLU (X) SEÇMELİ ()	Türkçe
DERSİN KATEGORİSİ							
Destek Dersleri	Temel Mesleki Dersler	Uzmanlık / Alan Dersleri	Beşerî, İletişim ve Yönetim Becerileri Dersleri	Aktarılabılır Beceri Dersleri			
		X					
DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ							
YARIYIL İÇİ	Faaliyet türü		Sayı	%			
	I. Ara Sınav			40			
	II. Ara Sınav						
	Kısa Sınav						
	Ödev						
	Proje						
	Rapor						
	Diğer (.....)						
YARIYIL SONU SINAVI						60	
VARSA ÖNERİLEN ÖNKOŞUL(LAR)							
DERSİN KISA İÇERİĞİ		Pazarlamada temel kavramlar, pazarlama çevresi, pazarlama bilgisi ve pazarlama araştırmaları, tüketici satın alma davranışı, pazar bölümlendirme hedef pazar belirleme, ürün fiyat, tutundurma ve dağıtım stratejileri.					
DERSİN AMAÇLARI		Pazarlama kavramı ve gelişim süreci hakkında bilgi vererek öğrencilerin pazarlama konularına karşı bakış açısı geliştirmelerini sağlamak					
DERSİN MESLEK EĞİTİMİNİ SAĞLAMAYA YÖNELİK KATKISI							
DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARI		Pazarlamanın amaç ve önemini kavrama Pazarlama bileşenlerini analiz etme Pazarlama araştırmasına yönelik süreci öğrenme Pazarlama ve sosyal sorumluluk arasında bağ kurma Tüketici davranışları hakkında bilgi sahibi olma					
TEMEL DERS KİTABI		Altunışık, R., Özdemir, Ş., Torlak, Ö. (2014). Pazarlamaya İlkeleri ve Yönetimi. Beta Yayınları.					
YARDIMCI KAYNAKLAR		Pazarlamaya Giriş. Anadolu Üniversitesi Yayını (2020). Yayın No.3974					
DERSTE GEREKLİ ARAÇ VE GEREÇLER							

DERSİN HAFTALIK PLANI	
HAFTA	İŞLENEN KONULAR
1	Pazarlamanın Konusu ve Kapsamı
2	Pazarlama Çevresi
3	Pazar Bilgisi ve Pazarlama Araştırması
4	Tüketici Davranışları
5	Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Belirleme
6	Ürün ve Ürün Stratejileri
7	Fiyat ve Fiyatlandırma Kararları
8	Pazarlama İletişimi
9	Pazarlama İletişimi
10	Dağıtım Kanalları ve Stratejileri
11	Pazarlamada Kontrol, Sosyal Sorumluluk ve Pazarlama Ahlakı
12	Hizmet Pazarlaması
13	Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar
14	Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar
15,16	Final Sınavı

NO	PROGRAM ÇIKTISI	3	2	1
1	Turizm işletmeciliği ve otelcilik alanı ile ilgili temel kavramları ve bilgileri anlamak,		X	
2	Turizm sektöründe kurulacak yeni bir işletmenin yatırım aşamasıyla ilgili becerileri elde etmek,		X	
3	Turizm sektöründe faaliyet gösterecek/gösteren bir işletmeyi yönetebilmek,		X	
4	Turizm işletmelerinde yönetimin yerel, ulusal ve uluslararası boyutlarını kavramak,		X	
5	Turizm işletmeciliği alanındaki kavramları, fikirleri ve verileri, bilimsel yöntemlerle değerlendirmek,		X	
6	Turizmin sektörünün gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilmek,			X
7	Turizm işletmeciliği alanındaki talep koşullarına bağlı sürekli dalgalanma ile baş edebilecek düzeyde sektörel şartları tanımak,		X	
8	Turizm işletmeciliği ve otelciliğin özel bir alanında (önbüro, kat hizmetleri, satış ve pazarlama, vb) uzmanlaşmak,	X		
9	Turizm işletmeciliği ve otelcilik alanında bilimsel araştırma bilgi ve yeteneğine sahip olmak,		X	
10	Turizm sektörü ile ilgili eğilimleri anlama ve yorumlama becerisine sahip olmak,	X		
11	Turizm sektörünün toplumu etkileyen boyutlarında (doğal ve kültürel çevrenin korunması gibi) yeterli bilgi ve bilince sahip olmak,		X	
12	Turizm sektöründeki güncel sorunların kaynağını eleştirel düşünceyle belirleyebilmek,		X	
13	Sektörel anlamda Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahip olmak,			X
14	En az iki yabancı dilde sözlü ve yazılı iletişim becerilerine sahip olmak,			X
15	Turizm işletmelerindeki kişilerle (işletme yöneticileri, müşteriler, çalışanlar) empati kurarak aktif iletişimde bulunabilmek			X

1:Az. 2:Kısmen Katkısı Var. 3:Tam Katkısı Var.

Dersin Öğretim Üyesi: