

 ISPARTA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ	ISPARTA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ BÜYÜKKUTLU UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ DERS PLANI (SYLLABUS)	Doküman No	BUB-FRM-0011
		Yürürlük Tarihi	01.09.2025
		Revizyon Tarihi	-
		Revizyon No	-
		Sayfa No	1 / 1

Ders Adı: Pazarlama

1. Ders Bilgileri

Ders Kodu	BNK2026
Dersin Adı	Pazarlama
Yarıyıl	4. Yarıyıl
Teori/Uygulama	3 / 0
Kredi	3
AKTS	4
Dersin Sorumlusu	Dr. Öğr. Üyesi Ferdi AKBIYIK
İletişim	ferdiakbiyik@isparta.edu.tr
Ofis	2. Kat 212 nolu oda
Açık Ofis Saati	Salı günleri 11:00 13:00 arası

2. Dersin Amacı

Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlamanın temel kavramlarını, pazarlama anlayışının gelişimini ve işletmeler açısından pazarlamanın stratejik önemini öğretmektir. Öğrencilerin; pazar yapısını analiz edebilme, tüketici ihtiyaçlarını belirleyebilme, hedef pazar seçimi yapabilme ve pazarlama karması unsurlarını etkin şekilde kullanabilme becerileri kazanmaları hedeflenmektedir.

3. Öğrenme Çıktıları

Bu dersin sonunda öğrenciler:

- Pazarlamanın temel kavramlarını ve pazarlama anlayışını açıklar.
- Pazar çevresini ve pazarı etkileyen faktörleri analiz eder.
- Tüketici davranışlarını pazarlama bakış açısıyla değerlendirir.
- Pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçimi yapar.
- Ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma kararlarını açıklar.
- Marka kavramını ve markanın pazarlamadaki rolünü açıklar.
- Pazarlama iletişimi araçlarını karşılaştırır.
- Dijital pazarlamanın temel uygulama alanlarını tanımlar.
- Basit düzeyde pazarlama planı oluşturur

4. Haftalık Ders Planı

Hafta	İçerik
1	Pazarlamaya Giriş ve Temel Kavramlar
2	Pazarlama Anlayışının Gelişimi ve Modern Pazarlama Yaklaşımları
3	Pazarlama Çevresi
4	Tüketici Davranışları
5	Pazar Bölümlendirme
6	Hedef Pazar Seçimi ve Konumlandırma
7	Ürün Kavramı ve Ürün Karması
8	Ara Sınav
9	Fiyatlandırma Kavramı ve Temel Stratejiler
10	Dağıtım Kanalları ve Lojistik
11	Tutundurma Karması ve Pazarlama İletişimi
12	Reklam, Halkla İlişkiler ve Satış Geliştirme
13	Dijital Pazarlamaya Giriş
14	Pazarlama Planı ve Vaka Analizleri

5. Değerlendirme

Ara Sınav	%40
Final Sınavı	%60
Toplam	%100

Not: Dönem içinde verilen ödevler ve uygulamalar final sınav puanına %30 etki etmektedir.

6. Kaynaklar

Kotler, P. & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing. Pearson.
Kotler, P., Keller, K. L. (2022). Pazarlama Yönetimi. Pearson.
Odabaşı, Y. & Oyman, M. (Güncel Baskı). Pazarlama İletişimi Yönetimi.
Öğretim üyesi tarafından sağlanacak ders notları ve makaleler (OBS üzerinden paylaşılabilecektir)..