

AKTS DERS TANITIM FORMU
ECTS Course Description Form

I. BÖLÜM (Senato Onayı)
PART I (Senate Approval)

Dersi Açan Fakülte /YO Offering School	Antalya Bilim Üniversitesi Turizm Fakültesi Antalya Bilim University School of Tourism		
Dersi Açan Bölüm Offering Department	Turizm İşletmeciliği Tourism Management		
Dersi Alan Program (lar) Program(s) Offered to	Lisans (İngilizce) Undergraduate (English)		Zorunlu Compulsory
Ders Kodu Course Code	TRM 2005		
Ders Adı Course Name	Pazarlamaya Giriş Introduction to Marketing		
Öğretim dili Language of Instruction	İngilizce English	Ders Türü Type of Course	Teorik Theoretical
Ders Seviyesi Level of Course	Lisans Undergraduate	AKTS ECTS	5
Haftalık Ders Saati Hours per Week	3		
Notlandırma Türü Grading Mode	Harf Notu Letter Grade		
Ön koşul/lar Pre-requisites	Bulunmamaktadır. None		
Yan koşul/lar Co-requisites	Bulunmamaktadır. None		
Kayıt Kısıtlaması Registration Restriction	Turizm İşletmeciliği ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları öğrencilerine açılmaktadır. Available to Tourism Management and Gastronomy & Culinary Arts students.		
Dersin Amacı Educational Objective	Bu dersin amacı, pazarlama faaliyetlerini ve ilkelerini gösterip, bir işletme için önemini öğretmektir. The aim of this course is to show marketing activities and principles and to teach their importance for a business.		
Ders İçeriği Course Description	Bu ders, pazarlamanın temel kavramları ve konularına değinmektedir. Bu doğrultuda arz, talep, ihtiyaç, memnuniyet, pazarlama karması elemanları, işletme makro ve mikro çevresi, pazarlama stratejisi, ürün geliştirme süreci, tüketici ihtiyacı oluşma süreci, sürdürülebilirlik ve modern pazarlama araçları üzerinde durmaktadır. This course covers the basic concepts of marketing. In this direction, it focuses on supply, demand, need, satisfaction, marketing mix elements, macro and micro environment, marketing strategy, product development process, consumer need formation process, sustainability and modern marketing tools.		
Öğrenim Çıktıları Learning Outcomes	ÖÇ/LO 1	Pazarlamanın gelişim sürecini, konusunu ve kapsamını öğrenebilir. Learn the development process, subject and scope of marketing.	
	ÖÇ/LO 2	Pazarlama stratejisini ve 4p'yi öğrenebilir. Can learn marketing strategy and 4p.	
	ÖÇ/LO 3	Sürdürülebilir pazarlama ve sosyale sorumluluk kavramlarını bilebilir. Know the concepts of sustainable marketing and social responsibility.	
	ÖÇ/LO 4	Tüketici satın alma sürecini ve ürün geliştirme basamaklarını anlayabilir. Understand the consumer purchasing process and product development steps.	
	ÖÇ/LO 5	Segmentasyon, hedef pazar, konumlandırma ve marka stratejisini anlayabilir. Understand segmentation, target market, positioning and brand strategy.	

II. BÖLÜM (Fakülte Kurulu Onayı)
PART II (Faculty Board Approval)

	PROGRAM ÇIKTILARI PROGRAM OUTCOMES					ÖÇ/LO 1	ÖÇ/LO 2	ÖÇ/LO 3	ÖÇ/LO 4	ÖÇ/LO 5
	PC1 PO1	Türkçe ve İngilizce sözlü, yazılı ve görsel yöntemlerle etkin iletişim kurma rapor yazma ve sunum yapma becerisi. Ability to communicate effectively and write and present a report in Turkish and English.	x		x					
PC2 PO2	Hem bireysel hem de disiplin içi ve çok disiplinli takımlarda etkin biçimde çalışabilme becerisi. Ability to work individually, and in intra-disciplinary and multi-disciplinary teams.	x			x	x				
PC3 PO3	Yaşam boyu öğrenmenin gerekliliği bilinci ve bilgiye erişebilme, bilim ve teknolojiadaki gelişmeleri izleme ve kendini sürekli yenileme becerisi. Recognition of the need for life-long learning and ability to access information , follow developments in science and technology, and continually reinvent oneself.	x	x	x	x					
PC4	Proje yönetimi , risk yönetimi, yenilikçilik ve değişiklik yönetimi, girişimcilik, ve sürdürülebilir kalkınma hakkında bilgi.									

	PO4	Knowledge of project management, risk management, innovation and change management, entrepreneurship, and sustainable development.		x		x	x
	PÇ5 PO5	Sektörler hakkında farkındalık ve iş planı hazırlama becerisi . Awareness of sectors and ability to prepare a business plan.	x	x			x
	PÇ6 PO6	Mesleki ve etik sorumluluk bilinci ve etik ilkelerine uygun davranma. Understanding of professional and ethical responsibility and demonstrating ethical behavior.	x		x		x
Fakülte/YO Çıktıları Faculty Specific Outcomes	PÇ7 PO7	Bilgiyi etkin bir şekilde kavramsallaştırma, uygulama, analiz etme, sentezleme ve değerlendirme becerisine sahiptir (Eleştirel Düşünme); Ability to conceptualize, apply, analyze, synthesize and evaluate information effectively (Critical Thinking);	x	x			x
	PÇ8 PO8	Yenilikçi fikir ve ürünleri yaratıcılıkla üretebilir (Yaratıcılık); Ability to produce innovative ideas and products with creativity (Creativity);			x		x
	PÇ9 PO9	Liderlik, girişimcilik ve kendi kendini yönlendirme becerilerine sahiptir (Liderlik ve Girişimcilik); Gains leadership, entrepreneurship and self-direction skills (Leadership and Entrepreneurship);	x		x		x
	PÇ10 PO10	Etik değer ve ilkeleri önemser; mesleki ve toplumsal yaşamda bunlara uygun davranır (Etik Davranış); Awareness about ethical values and principles; behaves accordingly in professional and social life (Ethical Behavior);			x	x	
	PÇ11 PO11	Bilgi gereksinimini anlar, tanımlar ve bu bilgiye ulaşır; bilgiyi etkili bir şekilde kullanıp başkalarıyla paylaşır (Bilgi Okuryazarlığı) Understands, defines and accesses information needs; use and share information effectively with others (Information Literacy)		x	x	x	x
	PÇ12 PO12	Bilgi ve iletişim teknolojilerini bilgi edinmede etkili bir biçimde kullanabilir, bilgi ve deneyimlerini, teknoloji ve görsel araçları kullanarak başkalarıyla paylaşabilir (Bilgi ve İletişim Teknolojileri Okuryazarlığı). Use information and communication technologies effectively in acquiring information and share their knowledge and experience with others using technology and visual tools (Information and Communication Technologies Literacy).	x	x		x	x
Program Çıktıları Discipline Specific Outcomes (program)	PÇ13 PO13	Yazılı ve sözlü iletişim araçlarına hâkim olarak, etkin bir iletişim kurabilir, gerekli sunum / poster / rapor vb. çıktıları oluşturabilir, kendisini en az iki farklı dilde ifade edebilir. Having good command of written and oral communication tools, communicate effectively and make effective presentations / posters / reports etc., create outputs, express him/herself in at least two languages.	x	x			
	PÇ14 PO14	Edindiği teorik bilgiyi, uygulamada kullanabilir, ve karşılaştığı olayları bu çerçevede yorumlayabilir. Use the acquired theoretical knowledge in practice and interpret the events she/he encounters within this framework.	x	x	x	x	x
	PÇ15 PO15	Turizm sektöründeki bir işletmenin yönetim sürecini, işletmenin farklı birimlerinin/fonksiyonlarının (pazarlama, misafir ilişkileri, resepsiyon, insan kaynakları, satış gibi) işleyiş şeklini, işletme içindeki ve işletmenin çevresindeki paydaşlarla olan dinamiklerini anlayabilir. Can understand the management process of an enterprise in the tourism sector, the operation of different units/functions of the enterprise (such as marketing, guest relations, reception, human resources, sales), and the dynamics of the business with stakeholders.		x	x		x
	PÇ16 PO16	Yaşam boyu öğrenme ve gelişme ihtiyacının farkında olarak, gerekli kaynaklara erişim sağlayabilir, kaynaklardan edindiği bilgiyi yorumlayabilir ve edinilen bilgiyi temel nicel ve nitel yöntemlerle değerlendirebilir. Being aware of the need for lifelong learning and development, access the necessary resources, interpret the information obtained from the sources and evaluate the acquired knowledge with basic quantitative and qualitative methods.		x		x	x
	PÇ17	Mesleki etik ve mesleki sorumluluk bilincine sahip olarak, insana ve çevreye karşı duyarlı davranarak, sürdürülebilir iş modelleri geliştirebilir.					

PO17	Develop sustainable business models by being sensitive to people and the environment, with a sense of professional ethics and professional responsibility.			^	^	^
PC18	Turizm sektöründeki paydaşları (turistler, oteller, restoranlar, acenteler, tur operatörleri, tedarikçiler, rakipler vb.) tanıyarak, bu paydaşlar arasındaki ilişkiyi, sektörel dinamikleri ve gelişmeleri anlayabilir.				x	x
PO18	Recognize the stakeholders (tourists, hotels, restaurants, agencies, tour operators, suppliers, competitors, etc.) in the tourism sector, understand the relationship between these stakeholders, sectoral dynamics and developments.					

III. BÖLÜM (Bölüm Kurulunda Görüşülür)

PART III (Department Board Approval)

Öğretilen Konular, Konuların Öğrenim Çıktılarına Katkıları, ve Öğrenim Değerlendirme Metodları Course Subjects, Contribution of Course Subjects to Learning Outcomes, and Methods for Assessing Learning of Course Subjects	Konu No #Subjects	Hafta Week	Konu Subject	ÖÇ/LO 1	ÖÇ/LO 2	ÖÇ/LO 3	ÖÇ/LO 4	ÖÇ/LO 5
	K/S 1	1	Giriş: Ders içeriğinin paylaşılması Introduction: Course syllabus	D1				
	K/S 2	2	Pazarlama kavramı ve tarihsel gelişimi Marketing concept and historical development	D1				D1
	K/S 3	3	Pazarlama stratejisi Marketing strategy		D1	D1		
	K/S 4	4	Sürdürülebilir pazarlama ve pazarlama çevresi Sustainable marketing and marketing environment		D1	D1-2		
	K/S 5	5	Pazarlama bilgi yönetimi Information management in marketing		D1	D1		
	K/S 6	6	Tüketici ve işletme satınalma davranışı Consumer and business buying behavior		D1	D1		
	K/S 7	7	Segmentasyon, hedef pazar ve konumlandırma Segmentation, target market and positioning	D1	D1	D1	D1	D1
	K/S 8	8	Ara Sınav Midterm Exam	D1	D1	D1	D1	D1
	K/S 9	9	Ürün geliştirme ve yönetme Product development and managing products				D2	
	K/S 10	10	Marka stratejisi ve yönetimi Brand strategy and brand management		D2	D2		
	K/S 11	11	Fiyatlandırma Pricing	D2	D2	D2	D2	D2
	K/S 12	12	Pazarlama kanalları Marketing channels		D2	D2	D2	D2
	K/S 13	13	Reklam, halkla ilişkiler, bireysel satış ve tutundurma Advertisement, public relations, personal selling, promotion		D2	D2	D2	D2
	K/S 14	14	Doğrudan satış ve sosyal medya pazarlaması Küresel pazar Direct selling and social media marketing, global market	D2	D2	D2	D2	D2
			Dönem Sonu Sınavı Final Exam	D2	D2	D2	D2	D2

Öğrenim Değerlendirme Metodları, Ders Notuna Etki Ağırlıkları, Uygulama ve Telafi Kuralları Assessment Methods, Weight in Course Grade, Implementation and Make- Up Rules	No	Tür Type	Ağırlık Weight	Uygulama Kuralı Implementation Rule	Telafi Kuralı Make-Up Rule
	D1	Ara Sınav Midterm Exam	40%	Açık uçlu, Çoktan Seçmeli, Doğru-Yanlış Open ended, multiple choice, true-false	Öğrenci, okul yönetmeliğine göre kabul edilebilir meşru bir belge sağlıyorsa telafi sınavı yapılacaktır. A make-up exam will be given if the student provides a legitimate document acceptable according to school regulations.
	D2	Final Sınavı Final Exam	60%	Açık uçlu, Çoktan Seçmeli, Doğru-Yanlış Open ended, multiple choice, true-false	
	TOPLAM / SUM				100%

Öğrenim Çıktılarının Kazanılmasının Kanıtı Evidence of Achievement of Learning Outcomes	Öğrenciler öğrendiklerini, sınıf tartışmalarında, sınavlarda ve quizlerle göstermektedir. Ayrıca verilen ödevle, öğrencinin derste öğrendiği teorik bilgi ile, sahada karşılaşılabilecek olayları yorumlaması istenilmektedir. Students demonstrate what they have learned in class discussions, exams, and quizzes. In addition, with the given homework, the student is asked to interpret the theoretical knowledge learned in the lesson and the events that he will encounter in the field.
--	---

HARF NOTU	ARALIK	HARF NOTU	ARALIK
--------------	--------	--------------	--------

