



Меѓународен Универзитет Визион - International Vision University  
Universiteti Ndërkombëtar Vizion - Uluslararası Vizyon Üniversitesi

Adres: Ul. Major C. Filiposki No.1, Gostivar – Makedonya  
tel: +389 42 222 325, www.vizyon.edu.mk, [info@vizyon.edu.mk](mailto:info@vizyon.edu.mk)

### DERS İZLENESİ (SYLLABUS)

DERSİN ADI	DERSİN KODU	YARIYILI	DERS YÜKÜ	AKTS
DOĞRUDAN PAZARLAMA	2036	7	180	6

Ön Şartlı Dersler	Yok
-------------------	-----

Dersin Dili	Türkçe
Dersin Türü	Seçmeli
Dersin Seviyesi	Lisans
Dersin Öğretim Üyesi	
Dersin Yardımcıları	
Derslik	
Ders Dışı Görüşme Saatleri ve Yeri	Görüşme: Danışmanlık:

Dersin Amacı	Bu dersin amacı işletme yönetiminde önemi giderek artmakta olan pazarlama fonksiyonu ve süreçleri hakkında gerekli bilgilerin verilmesi ve bilgi eksikliklerinin giderilmesidir.
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersi başarıyla tamamlayabilen öğrenciler; <ul style="list-style-type: none"><li>• Modern pazarlama ile ilgili temel çerçeve sunabilirler,</li><li>• Pazarlamanın ana ilkeleri kavrarlar,</li><li>• Pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve işleyişini keşfedirler,</li><li>• İçerikle uyumlu güncel vaka çalışmaları analiz edebilirler.</li></ul>
Dersin İçeriği	Pazarlamaya giriş, pazarlama anlayışının tarihsel gelişimi, pazarlama bilgi sistemi, pazarlama araştırmaları, pazarlama karmasının oluşturulması, pazarlama karmasının unsurları, fiyatlama, dağıtım ve promosyon kararları dersin temel konularını oluşturmaktadır.

## HAFTALIK KONULAR VE İLGİLİ ÖN HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Müşteriye Değer Sunarak Onu Tatmin Etmenin ve Muhafaza Etmenin Yolları, Pazarların Kazanılması	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
2	Pazarlama Çevresinin Araştırılması, Tüketici Pazarlarının ve Satın Alıcı Davranışlarının Analizi	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
3	Endüstriyel Pazarların ve Endüstriyel satın Alıcının Davranışlarının Analizi	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
4	Rekabet Karşısında Yapılacaklar	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
5	Pazar Bölümlenme ve Hedef Pazarların Seçimi	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
6	Ürün Hatlarının ve Markaların Yönetimi	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
7	Ara Sınav	Ders notu ve kaynakları
8	Ürün Hayat Eğrisi, Yeni Ürün Geliştirme	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
9	Hizmetlerin Tasarlanması ve Yönetimi	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
10	Fiyatlandırma Stratejilerinin ve Programlarının Tasarlanması	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
11	Dağıtım Kanallarının Yönetimi	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
12	Doğrudan Pazarlama Yönetimi	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
13	Reklam, Satış Promosyonu ve Halkla İlişkilerin Yönetilmesi	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
14	Kişisel Satış ve Satış Gücünün Yönetilmesi	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
15	Dönem Sonu Sınavı	Ders notunun ve kaynaklarının tamamı

## AKTS VE DERS YÜKÜ TABLOSU

Sunum / Seminer			
Sınıf Dışı Ders Çalışma (ön hazırlık ve pekiştirme)	14	3	42
Ara Sınav	1	12	12
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	14	14
<b>Toplam Ders Yüğü</b>			
<b>AKTS</b>			
<b>6</b>			

## DERSLE İLGİLİ GENEL İLKELER

Değerli Öğrencilerimiz,

Derse dahil olmanız, dersi tam öğrenmeniz ve hak ettiğiniz başarıyı elde etmeniz amacıyla her derse, işlenecek konularla ilgili bölümleri temel ve yardımcı ders kitaplarından okuyarak hazırlıklı gelmeniz gerekmektedir. Ders saatlerine titizlikle uymanızı, çok zaruri olmadıkça dersleri aksatmamanızı, derse aktif katılım sağlamanızı, hocanızla ve sınıf arkadaşlarınızla tam iletişim kurmanızı, sınıftaki tartışmalara katılarak aktif olmanızı bekliyoruz. Gerek derslerde, gerekse sınavlarda meydana gelebilecek etik-dışı davranışlar konusunda ilgili yönetmelik çerçevesinde hareket edilecektir. Her dersin başında, ortasında veya sonunda olmak üzere hocanızın istediği bir zamanda yoklama alınacaktır. Dönem boyunca bütün derslere katılan öğrenciye, sınav notuna ek olarak 15 puan devam notu verilecektir.

## KAYNAKLAR

ANA KAYNAK		
No	Kitabın İsmi	Yazarın İsmi, Yayın Evi, Yayın Yılı
1	Doğrudan Pazarlama	İge Pınar Tavmergen, Seçkin Yayıncılık, 2010
2	Менаџмент	Шуклев, Бобек, Универзитетски учебник, петто издание, Економски Факултет, Скопје, 2008
3	Management	John R. Schermerhorn, John Willey & Sons Inc, 9th edition, 2008

YARDIMCI KAYNAKLAR		
No	Kitabın İsmi	Yazarın İsmi, Yayın Evi, Yayın Yılı
1	Karlı Doğrudan Pazarlama	Lois K. Geller, Sistem Yayıncılık, 2003
2	Marketing Management	Philip Kotler, Kevin Lane Keller
3		

## DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Değerlendirmede Esas Alınan Çalışmalar	SAYISI	KATKI PAYI
Devam	15	%10
Proje / Etkinlik	1	%20
Ara Sınav	1	%35
Dönem Sonu Sınavı	1	%35
<b>TOPLAM</b>	<b>17</b>	<b>%100</b>

## ÜNİVERSİTE ETİK KODU

Sınavlarda kopya yapılması veya yapmaya teşebbüs edilmesi, dersle ilgili ödev, proje, sunum gibi çalışmalarda kullanılan kaynaklara atıf yapılmaması (intihal) durumlarında M.C. Eğitim Bakanlığı ve Uluslararası Vizyon Üniversitesinin mevzuatında yer alan ilgili disiplin kuralları uygulanır. Uluslararası Vizyon Üniversitesi öğrencilerinin bu tarz davranışlara asla rağbet etmemeleri beklenmektedir.