

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Marketing, Economics, Consumption / Marketing, Economics, Consumption	
Ders Kodu / Course Code	PIO531	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Master with Thesis / Master with Thesis	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlama, ekonomi ve tüketim kavramları arasındaki ilişkiyi anlatmak, pazarlama stratejileri ve temel ilkeler hakkında bilgi vermek, tüketici davranışını anlamak ve analiz etmek için gerekli temel becerileri kazandırmaktır.	The aim of this course is to explain the relationship between marketing, economics, and consumption, provide knowledge about marketing strategies and fundamental principles, and equip students with the necessary skills to understand and analyze consumer behavior
İçeriği / Content	Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlama, ekonomi ve tüketim kavramları arasındaki ilişkiyi anlatmak, pazarlama stratejileri ve temel ilkeler hakkında bilgi vermek, tüketici davranışını anlamak ve analiz etmek için gerekli temel becerileri kazandırmaktır.	The aim of this course is to explain the relationship between marketing, economics, and consumption, provide knowledge about marketing strategies and fundamental principles, and equip students with the necessary skills to understand and analyze consumer behavior
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Yok	None
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Öğrenciler, pazarlama disiplini ile ekonomi ve tüketim arasındaki ilişkiyi anlayacak ve analiz edebileceklerdir.	Students will understand and analyze the relationship between the marketing discipline and economics and consumption.
2	Öğrenciler, pazarlama stratejileri ve kararlarıyla ekonomik faktörlerin nasıl etkilendiğini ve tüketim üzerindeki etkilerini değerlendirebileceklerdir.	Students will be able to evaluate how economic factors influence and affect consumption through marketing strategies and decisions.
3	Dersi tamamlayan öğrenciler, pazarlama, ekonomi ve tüketim konularında temel kavramları anlayacak ve bu kavramları günlük hayatta uygulayabileceklerdir.	Students completing the course will understand the fundamental concepts of marketing, economics, and consumption and apply these concepts in daily life.
4	Öğrenciler, pazarlama, ekonomi ve tüketim alanındaki güncel gelişmeleri takip edebilecek ve bunları analiz ederek stratejik kararlar alabileceklerdir.	Students will be able to follow and analyze current developments in marketing, economics, and consumption and make strategic decisions based on them.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ders tanıtımı, amaç ve beklentiler				
	Course Introduction, Objectives, and Expectations				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama ve Ekonomi İlişkisi				
	Relationship between Marketing and Economics				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketim ve Tüketici Davranışı				
	Consumption and Consumer Behavior				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Kavramı ve Temel İlkeler				
	Marketing Concept and Fundamental Principles				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar Araştırması ve Veri Analizi				
	Market Research and Data Analysis				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Belirleme				
	Market Segmentation and Target Market Identification				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Karması: Ürün, Fiyat, Dağıtım ve Pazarlama İletişimi				
	Marketing Mix: Product, Price, Distribution, and Promotion				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Stratejisi ve Planlaması				
	Marketing Strategy and Planning				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Rekabet ve Pazarlama Stratejileri				
	Competition and Marketing Strategies				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital Pazarlama ve Online Tüketici Davranışı				
	Digital Marketing and Online Consumer Behavior				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Yönetimi ve Marka Değeri				
	Brand Management and Brand Value				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Etik ve Sosyal Sorumluluk				
	Marketing Ethics and Social Responsibility				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Küresel Pazarlama ve Uluslararası Pazarlara Giriş				
	Global Marketing and Introduction to International Markets				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ders değerlendirmesi, geri bildirim ve kapanış				
	Course Evaluation, Feedback, and Conclusion				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçerik Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	72.00	72.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı / Final Examination	1	76.00	76.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	1.00	1.00
Toplam / Total:	4	150.00	150.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 150.00/25.00 = 6.00 ~ 6.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 150.00 / 25.00 = 6.00 ~ 6.00			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes														
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15
1.Öğrenciler, pazarlama disiplini ile ekonomi ve tüketim arasındaki ilişkiyi anlayacak ve analiz edebileceklerdir. / Students will understand and analyze the relationship between the marketing discipline and economics and consumption.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4
2.Öğrenciler, pazarlama stratejileri ve kararlarıyla ekonomik faktörlerin nasıl etkilendiğini ve tüketim üzerindeki etkilerini değerlendirebileceklerdir. / Students will be able to evaluate how economic factors influence and affect consumption through marketing strategies and decisions.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4
3.Dersi tamamlayan öğrenciler, pazarlama, ekonomi ve tüketim konularında temel kavramları anlayacak ve bu kavramları günlük hayatta uygulayabileceklerdir. / Students completing the course will understand the fundamental concepts of marketing, economics, and consumption and apply these concepts in daily life.	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
4.Öğrenciler, pazarlama, ekonomi ve tüketim alanındaki güncel gelişmeleri takip edebilecek ve bunları analiz ederek stratejik kararlar alabileceklerdir. / Students will be able to follow and analyze current developments in marketing, economics, and consumption and make strategic decisions based on them.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high