**Ankara Üniversitesi**

**Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı**

**Açık Ders Malzemeleri**

### Çalışma Planı (Çalışma Takvimi)

| **Haftalar** | **Haftalık Konu Başlıkları** |
| --- | --- |
| **1. hafta** | Pazarlama ve Temel Pazarlama Kavramları   * + 1. Bilim mi işletme fonksiyonu mu?     2. İstek, İhtiyaç ve Arzu |
| **2. Hafta** | Pazarlamanın Tarihsel Gelişimi   1. Üretim Dönemi 2. Ürün Dönemi 3. Satış Dönemi 4. Modern Pazarlama Anlayışı 5. Bütünsel Pazarlama |
| **3. Hafta** | Pazarlama Tanımlarının Tarihsel Gelişimi   1. AMA 2004, 2007 tanımları 2. pazar odaklılık / pazarlama odaklılık 3. pazar yönlülük / pazarı yönlendirme 4. pazarlama çevresi |
| **4. Hafta** | Pazarlama Anlayışları   1. Pazarlamanın Tanımı 2. Pazarlama Okulları ve Farklı Yaklaşımlar 3. Pazarlamanın Farklı Disiplinlerle İlişkileri (İktisat, Psikoloji, Sosyoloji, Antropoloji..) 4. Pazar Odaklılık |
| **5. Hafta** | Pazarlama Okulları (1)   1. Meta Okulu 2. Kurumsal Okul 3. Bölgelerarası Ticaret Okulu |
| **6. Hafta** | Pazarlama Okulları (2)   1. Pazarlama Yönetimi Okulu 2. Pazarlama Sistemleri Okulu |
| **7. Hafta** | Pazarlama Okulları (3)   1. Tüketici Davranışları Okulu 2. Makro Pazarlama Okulu 3. Değişim/Değiş tokuş Okulu 4. Pazarlama Tarihi Okulu |
| **8 hafta** | Pazar Kavramı ve Çeşitli Pazarlar   1. Pazar Kavramı ve Çeşitleri    1. Tüketici Pazarları ve Özellikleri    2. Örgütsel Pazarlar ve Özellikleri |
| **9. hafta** | Tüketici Davranışlarına Giriş   * + 1. Tüketim Toplumu Tartışmaları     2. Tüketici Davranışını Etkileyen Faktörler     3. Tüketici Satın Alma Karar Süreci |
| **10. hafta** | Tüketici Davranışlarının Özellikleri   * Kültür * Toplumsal sınıf * Yaşam tarzı * Aile * Sosyal gruplar   + Referans grupları |
| **11. hafta** | Tüketici Davranış Modelleri   * + Açıklayıcı Modeller (Klasik Modeller)   + Tanımlayıcı Modeller (Modern Modeller) |
| **12. hafta** | Pazarın Bölümlere Ayrılması   * + Coğrafik Bölümlendirme   + Demografik Bölümlendirme   + Psikografik Bölümlendirme   + Davranışsal Bölümlendirme |
| **13. hafta** | Hedef Pazar ve Hedef Pazar Stratejileri   * Farklılaştırılmamış Hedef Pazar Stratejisi * Farklılaştırılmış Hedef Pazar Stratejisi * Yoğunlaştırılmış Hedef Pazar Stratejisi |
| **14. hafta** | Konumlandırma ve Yeniden Konumlandırma  Konumlandırma Stratejileri   * Rakibe göre * Ürün sınıfı veya özelliğine göre * Fiyat ve kaliteye göre * Kullanıcıların özelliklerine göre * Ürün kullanımına göre |