**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 Gelişimi1. Üretim Dönemi
2. Ürün Dönemi
3. Satış Dönemi
4. Modern Pazarlama Anlayışı
5. Bütünsel Pazarlama
 |
| **3. Hafta** | Pazarlama Tanımlarının Tarihsel Gelişimi1. AMA 2004, 2007 tanımları
2. pazar odaklılık / pazarlama odaklılık
3. pazar yönlülük / pazarı yönlendirme
4. pazarlama çevresi
 |
| **4. Hafta** | Pazarlama Anlayışları1. 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 Pazarlar1. 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 KonumlandırmaKonumlandırma Stratejileri* Rakibe göre
* Ürün sınıfı veya özelliğine göre
* Fiyat ve kaliteye göre
* Kullanıcıların özelliklerine göre
* Ürün kullanımına göre
 |