**Ankara Üniversitesi  
Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı**

**Açık Ders Malzemeleri**

Ders izlence Formu

|  |  |
| --- | --- |
| Dersin Kodu ve İsmi | **ISL319 Pazarlama İlkeleri** |
| Dersin Sorumlusu | Yrd. Doç. Dr. Şenay Sabah |
| Dersin Düzeyi | Lisans |
| Dersin Kredisi | 3 |
| Dersin Türü | Teorik |
| Dersin İçeriği |  |
| Dersin Amacı | Pazarlama İlkeleri dersi, pazarlamanın sosyal bilimlerdeki yeri tartışmasının yanı sıra farklı pazarlama yaklaşımları kapsamında pazarlamanın temel kavram ve yöntemlerinin incelenmesine dayanmaktadır. Bunun yanında ders, pazarlamanın günümüz ekonomik ve sosyal ilişkiler içerisindeki rolünün incelenmesine yöneliktir. |
| Dersin Süresi | 14 hafta |
| Eğitim Dili | Türkçe |
| Ön Koşul | - |
| Önerilen Kaynaklar | Presbery, Frank (2000) “The History of Advertising”, **Advertising & Society Review**, 1(1).  Miller, G. (2011). **Tüketimin Evrimi: Cinsiyet, Statü ve Tüketim**, Alfa Basım Yayın Dağıtım, İstanbul, s. 27-34 ve s. 47-57.  Fraser, I. (2008). “İhtiyaç”, **Hegel ve Marks İhtiyaç Kavramı** içinde, Dost Kitabevi, Ankara, s. 17-33.  Ariely, Dan (2013). **Akıldışı ama Öngörülebilir: Kararlarımızı Biçimlendiren Güçlü Kuvvetler** *içinde* “İzafiyet Hakkındaki Hakikat”, s. 27-46.  Ariely, Dan (2013). **Akıldışı ama Öngörülebilir: Kararlarımızı Biçimlendiren Güçlü Kuvvetler** *içinde* “Arz ve Talep Safsatası”, s. 47-69.  Ariely, Dan (2013). **Akıldışı ama Öngörülebilir: Kararlarımızı Biçimlendiren Güçlü Kuvvetler** *içinde* “Sıfır Maliyetin Maliyeti”, s. 71-85.  Ariely, Dan (2013). **Akıldışı ama Öngörülebilir: Kararlarımızı Biçimlendiren Güçlü Kuvvetler** *içinde* “Fiyatın Gücü”, s. 181-199.  Zorlu, A. (2006). Üretim Kapitalizminden Tüketim Kapitalizmine Üretim ve Tüketim Teorileri, Glocal Yayınları, Ankara, s. 163-276.  Batı, U. (2015). **Tüketici Davranışları: Tüketim Kültürü, Psikolojisi ve Sosyolojisi Üzerine Şeytanın Notları,** s.59-133.  Otay Demir, F. (2015). **Sadece: Tüketim Olgusu Üzerine Denemeler** *içinde* “Modern Masallar: Sembolik Tüketim ve Kimlik İnşaası”, s. 55-68.  Ongur, H. Ö. (2011). **Tüketim Toplumu, Nevrotik Kültür ve Dövüş Kulübü**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s. 41-80.  Bıçakçı, H. (1994). **Doğa Tarihi**, İletişim Yayınları, İstanbul, s. 73-97.  Batı, U. (2015). **Tüketici Davranışları: Tüketim Kültürü, Psikolojisi ve Sosyolojisi Üzerine Şeytanın Notları,** s. 261-291. |
| Dersin Kredisi | 3 |
| Laboratuvar |  |
| Diğer-1 |  |