



Değerlendirme ve Tartışma



Pazarlamanın Önemi

- ❖ Toplumsal açıdan önemi
 - ❖ Para
 - ❖ Uzmanlık
 - ❖ Pazar
- ❖ İşletmeler açısından önemi



Pazarlamanın Topluma Sağladığı Katkılar

- ❖ Toplumun gereksinim ve isteklerini karşılama hizmeti görür
- ❖ Ekonomik sistemin işlerliği için gerekli iletişim ağının kurulmasını sağlar
- ❖ Ekonomik yaşamı geliştirir
- ❖ Toplumsal ve ekonomik değişmelere yol açar



Pazarlamanın Önemi

- ❖ İşletmeler açısından önemi
 - ❖ Üretim eylemlerinin verimli yürütülmesi
 - ❖ Üretim işletmeleri ile tüketiciler arasında iletişim kanalı kurması
 - ❖ Pazar bilgisinin elde edilmesi



Pazarlama Bir Bilim mi?

- ❖ Sosyal bilimler arasında ele alınmakta
- ❖ Davranış bilimleriyle olan ilişki
- ❖ Bilimsel yöntemleri bilgi toplamak ve varsayımları test etmek için kullanır
- ❖ Kuramsal genellemeler
- ❖ Başka bilim dallarında geliştirilen kuramlardan yararlanma
- ❖ Kuram geliştirmenin güçlüğü



Pazarlamada Kuram Oluşturmak Neden Zor?

- ❖ Alışveriş ilişkisi milyonlarca kişi arasında
- ❖ Sürekli değişen pazar ve çevre koşulları
- ❖ Sosyo-ekonomik ve teknolojik etkenler
- ❖ Pazara ilişkin bilgilerin eksikliği
- ❖ Şiddetli rekabet
- ❖ Birbirinin hemen hemen tıpkısı ürünler
- ❖ Pazarlamanın öteki işletme sistemleri ile olan karmaşık ilişkisi



Pazarlamanın İktisattan Farkı?

- ❖ İktisat - kıtlık kavramı
- ❖ İnsanların istekleri sonsuz * kaynaklar kıt
- ❖ İktisat bilgisinin ilgilendiği konular:
 - ❖ Hangi mallar ve hizmetler üretilmelidir?
 - ❖ Mallar ve hizmetler nasıl üretilmelidir?
 - ❖ Üretilen malları ve hizmetleri kimler tüketmelidir?
- ❖ Önemli olan kaynakların etkin kullanımı



Pazarlama Bilgisi Neyle İlgilenir?

- ❖ Tüketicilerin gereksinim ve istekleri nelerdir? Bu gereksinim ve istekler nasıl ortaya çıkar ve nelerden etkilenir? Tüketiciler gereksinimlerini ve isteklerini doyumak için ne gibi davranışlarda bulunurlar?
- ❖ Üreticiler ve satıcılar, tüketicilerin gereksinim duydukları ve istedikleri ürünleri nasıl arz ederler ve tüketici davranışlarını etkilemek için neler yaparlar?
- ❖ Ürünlerin değişimini kolaylaştırmak için hangi kurumlar oluşturulur ve ne gibi işlevler gerçekleştirilir?



“Pazarlama Satış Değildir”



Pazarlamacı Gereksinimleri Yaratır mı?