

AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ ÖĞRETİM ELEMANI VE DERS DEĞERLENDİRME ANKETİ SONUÇLARI		
BİRİM/BÖLÜM ADI: Çine Meslek Yüksekokulu/Bankacılık ve Sigortacılık		
DERS KODU/ADI: BAS113 - Pazarlama İlkeleri		
SORULAR	2023/2024 GÜZ	2024/2025 GÜZ
A.Dersin İşlendiği Fiziksel Ortam Değerlendirmesi		
1. Dersliğin sınıf mevcudu için yeterli kapasiteye sahip olması		
2. Dersliğin yeterli donanıma (yazı tahtası, projeksiyon vb.) sahip olması		
B.Laboratuvar ve/veya Atölye Çalışmaları Değerlendirmesi		
1. Laboratuvar uygulamaları kapsamında görevlendirilmiş olan öğretim elemanı tarafından yeterli düzeyde bilgilendirme		
2. Laboratuvarlarda bulunan ekipmanların kullanılabilir olması ve teknolojiye uygunluğu		
3. Laboratuvarlarda her öğrencinin uygulama yapabilme olanağı		
4. Laboratuvarlarda kullanılan malzemelerin yeterli ve sürekli temin edilebilir olması		
C.Öğretim Elemanı Değerlendirmesi		
1. Öğretim Elemanının konuya hakimiyeti ve yetkinliği	4,65	4,81
2. Derse hazırlıklı ve zamanında gelmesi	4,53	4,69
3. Ders saatini etkin ve verimli kullanması	4,59	4,81
4. İletişim becerisi ve öğrenciyi motive etmesi	4,59	4,73
5. Sınıf dışında öğrenciye yardımcı olma isteği	4,53	4,85
6. Sınav ve değerlendirmede seviyeli ve adil olması	4,65	4,73
7. Kullanılan ders kitabı ve referans malzemesinin etkinliği	4,59	4,69
8. Konuların gerçek hayat ilişkisi ve uygulamalarını göstermesi	4,59	4,85
9. Dönem başında dersin amaçlanan çıktıları, konuların işleniş programı, ders kitabı/referans malzemeleri, derse devam şartları, değerlendirme sistemi ve kazanılacak bilgi, beceri ve yetkinlikleri duyurması ve açıklaması	4,53	4,73
10. Her şey dikkate alındığında, öğretim elemanı hakkında genel değerlendirmeniz	4,65	4,81
11. Faydalılık, beklentilerinizi karşılama ve kazanımlarınız dikkate alındığında, ders hakkında genel değerlendirmeniz	4,65	4,85
GENEL SONUÇ	4,59	4,78
DERS ÖĞRENME ÇIKTILARI DEĞERLENDİRMESİ		
1. İşletmenin pazarlama anlayışının gelişimine katkıda bulunur.	88,24%	92,31%
2. Pazarlama çevresini analiz eder.	89,71%	93,27%
3. Pazarı bölümlere bölerek hedef pazarın seçimine katkıda bulunur.	89,71%	94,23%
4. Ürün kararlarına yardımcı olacak fikirler oluşturur.	89,71%	94,23%
5. Fiyatlandırma stratejilerinin oluşumuna katkı sağlar.	89,71%	93,27%
6. İlgili birimlere pazarlama kanallarına ilişkin bilgi sağlar.	89,71%	94,23%