



Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yerel Kredi	AKTS	Ders (saat/hafta)	Uygulama (saat/hafta)	Laboratuvar (saat/hafta)
Pazarlama	SER2131	3	4	3	0	0

Önkoşullar	Yok
------------	-----

Yarıyıl	Güz
---------	-----

Dersin Dili	Türkçe
-------------	--------

Dersin Seviyesi	Ön Lisans Seviyesi
-----------------	--------------------

Ders Kategorisi	Uzmanlık/Alan Dersleri
-----------------	------------------------

Dersin Veriliş Şekli	Yüz yüze
----------------------	----------

Dersi Sunan Akademik Birim	Seramik, Cam ve Çinicilik
----------------------------	---------------------------

Dersin Koordinatörü	Atanmamış
---------------------	-----------

Dersi Veren(ler)	Mehmet Ali Özkök, Tekin Özübek
------------------	--------------------------------

Asistan(lar)ı	
---------------	--

Dersin Amacı	Öğrencinin, işletmenin mevcut pazarlama anlayışını analiz ederek, pazarlama anlayışı belirleyebilmesini, faaliyet gösterdiği sektör ve hedef pazarına göre pazarlama çevresini analiz edebilmesini, işletmenin kontrol edemeyeceği değişkenleri belirleyebilmesini, pazar bölümlerini değerlendirebilmesine, uygun bölümlerin hedef pazar olarak saptanmasına katkı sağlayabilmesini, ürünün farklılaştırılmasına ve konumlandırılmasına, katkıda bulunabilmesini, ürün yaşam dönemlerini saptayarak satış artırıcı tedbirler alabilmesini, pazar yapısı, rekabet durumu ve işletme amaçlarına göre, fiyatın belirlenmesine ve yönetimine yardımcı olabilmesini, hedef pazara göre tutundurma karmasının oluşmasına yardımcı olabilmesini, pazarlama kanallarını belirleyebilmesini, kanal tasarımının yapılmasını ve en uygun kanal sisteminin seçimine katkı sağlayabilmesini amaçlamaktadır.
--------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Dersin İçeriği	Pazarlamanın Konusu, Kapsamı, Gelişimi, Modern Pazarlama / Pazarlama Çevresi, Stratejik Planlama ve Pazarlama Yönetimi / Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırmasının Rolü / Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışı ile Endüstriyel Pazarlar ve Endüstriyel Alıcı Davranışları / Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazar Seçimi ve Talep Tahminleri / Mamül / Fiyat / Tutundurma / Dağıtım kanalları ve Fiziksel Dağıtım / Doğrudan Pazarlama ve Hizmet Pazarlaması / Elektronik Ticaret ve İnternette Pazarlama / Pazarlama Yönetimi ve Uluslararası Pazarlama
----------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Opsiyonel Program Bileşenleri	Yok
-------------------------------	-----

Ders Öğrenim Çıktıları

1	İşletmenin pazarlama anlayışının gelişimine katkıda bulunur.
2	Ürün kararlarına yardımcı olacak fikirler oluşturur
3	Fiyatlama stratejilerinin oluşumuna katkı sağlar
4	İlgili birimlere pazarlama kanallarına ilişkin bilgi sağlar

Haftalık Konular ve İlgili Ön Hazırlık Çalışmaları

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Pazarlamanın Konusu, Kapsamı, Gelişimi, Modern Pazarlama	

2	Pazarlama Çevresi, Stratejik Planlama ve Pazarlama Yönetimi	
3	Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırmasının Rolü	
4	Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışı ile Endüstriyel Pazarlar ve Endüstriyel Alıcı Davranışları	
5	Pazar Bölümlendirme	
6	Hedef Pazar Seçimi, Hedef Pazar stratejileri ve Talep Tahminleri	
7	Mamül	
8	Ara Sınav 1	
9	Fiyat, Tutundurma	
10	Dağıtım kanalları	
11	Fiziksel Dağıtım	
12	Doğrudan Pazarlama	
13	Hizmet Pazarlaması	
14	Elektronik Ticaret ve İnternette Pazarlama	
15	Final	

Değerlendirme Sistemi

Etkinlikler	Sayı	Katkı Payı
Devam/Katılım		
Laboratuvar		
Uygulama		
Arazi Çalışması		
Derse Özgü Staj		
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği		
Ödev		
Sunum/Jüri		
Projeler		
Seminer/Workshop		
Ara Sınavlar	1	60
Final	1	40
Dönem İçi Çalışmaların Başarı Notuna Katkısı		60
Final Sınavının Başarı Notuna Katkısı		40
TOPLAM		100

AKTS İşyükü Tablosu

Etkinlikler	Sayı	Süresi (Saat)	Toplam İşyükü
Ders Saati	14	3	42
Laboratuvar			
Uygulama			
Arazi Çalışması			

Sınıf Dışı Ders Çalışması	14	4	56
Derse Özgü Staj			
Ödev			
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği			
Projeler			
Sunum / Seminer			
Ara Sınavlar (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	10	10
Final (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	10	10
Toplam İşyükü			118
Toplam İşyükü / 30(s)			3.93
AKTS Kredisi			4

Diğer Notlar	Yok
--------------	-----