

DERS TANIMLAMA FORMU	
Dersin Kodu ve Adı	PAZARLAMA BİLGİSİ VE ÜRÜN GELİŞTİRME TEKNİKLERİ (EUT-222)
Dersin Yarıyılı	2
Dersin Katalog Tanımı (İçeriği)	
Temel Ders Kitabı	Modern Pazarlama "Remzi Altunışık , Şuayip Özdemir, Ömer Torlak"
Yardımcı Ders Kitapları	
Dersin Kredisi (AKTS)	3
Dersin Önkoşulları (Ders devam zorunlulukları, bu maddede belirtilmelidir.)	Bu dersin önkoşulu yada eş koşulu bulunmamaktadır.
Dersin Türü	Zorunlu
Dersin Öğretim Dili	Türkçe
Dersin Amacı ve Hedefi	
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1-İşletmenin pazarlama anlayışının gelişimine katkıda bulunmak</p> <p>2- Pazarlama çevresini analiz etmek</p> <p>3-Pazarı bölümleyerek hedef pazarın seçimine katkıda bulunmak</p> <p>4-Ürün kararlarına yardımcı olacak fikirler oluşturmak</p> <p>5-Fiyatlama stratejilerinin oluşumuna katkı sağlamak</p> <p>6-Dağıtım kavramı ve dağıtım türlerini kavrayabilmek</p> <p>7- Tutundurma kavramını anlamak</p> <p>8-Pazarlama araştırması yapabilmek</p> <p>9- Pazarlama karması elemanlarını kavrayabilmek</p> <p>10-İlgili birimlere pazarlama kanallarına ilişkin bilgi sağlamak yeterlikleri kazandırılacaktır.</p>
Dersin Veriliş Biçimi	Bu ders sadece yüz yüze eğitim şeklinde yürütülmektedir.
Dersin Haftalık Dağılımı	<p>1-Pazarlama Tanımları, Pazarlamanın Kapsamı, Pazarlamanın Önemi, Pazarlamanın Gelişme Dönemleri, Pazarlama Karması Elemanları</p> <p>2-İç Çevre Faktörleri, Müşteri Çevresi Analizi, Dış Çevre Analizi</p> <p>3- Pazar Kavramı, Pazarı Oluşturan Öğeler, Pazar Türleri</p> <p>4-Müşteri Kavramı, Tüketici Kavramı, Tüketici Satın Alma Karar Süreci Şekli</p> <p>5-Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazar Kavramı, Hedef Pazar Seçim Stratejileri</p> <p>6- Pazarlamanın Gelişme Dönemleri, Pazarlama Karması Elemanları</p> <p>7-Ara sınav</p> <p>8-Ürün Kavramı, Mal Çeşitleri, Tüketim Malı Çeşitleri, Yeni Mamul Kavramı, Ürün Hayat Seyri, Hizmet Pazarlaması, Marka Kavramı, Ambalaj Kavramı</p> <p>9-Fiyat Kavramı, Fiyatlandırma Hedefleri, Fiyatlandırmada Göz Önünde Bulundurulması Gereken Faktörler, Fiyatlandırma Yöntemleri, Yeni Ürün İçin Fiyatlandırma</p> <p>10-Dağıtım Kavramı, Dağıtım Türleri, Dağıtım Politikaları, Toptancılık, Perakendecilik</p> <p>11- Tutundurma Kavramı, İletişim Kavramı, İyi İletişim İçin Önemli Hususlar, Tutundurma Bütçesi Hazırlama Yöntemleri, Tutundurma Karması Elemanları</p> <p>12- Araştırma Kavramı ve Araştırma Türleri, Pazarlama Araştırması, Pazarlama Araştırmasına Katılan Kurumlar, Pazarlama Araştırmasının Aşamaları, Veri Kavramı</p>
Öğretim Faaliyetleri (Burada belirtilen faaliyetler için harcanan zaman krediyi belirleyecektir. Dikkatli doldurulması gerekmektedir.)	<p>Haftalık teorik ders saati 2</p> <p>Haftalık uygulamalı ders saati</p> <p>Okuma Faaliyetleri 4</p> <p>İnternetten tarama, kütüphane çalışması 4</p> <p>Materyal tasarlama, uygulama Rapor hazırlama</p> <p>Sunu hazırlama</p> <p>Sunum</p> <p>Ara sınav ve ara sınava hazırlık 4</p> <p>Final sınavı ve final sınavına hazırlık 5</p>

Değerlendirme Ölçütleri		Sayısı	Toplam Katkısı (%)
	Ara sınav	1	50
	Ödev		
	Uygulama		
	Projeler		
	Pratik		
	Kısa Sınav		
	Yıl İçi Başarıya Oranı (%)		50
	Finalin Başarıya Oranı (%)		50
	Devam Durumu		

Dersin İş Yükü	Etkinlik	Toplam Hafta Sayısı	Süre (Haftalık Saat)	Dönem Sonu Toplam İş Yükü
	Haftalık teorik ders saati	12	2	24
	Haftalık uygulamalı ders saati			
	Okuma Faaliyetleri	3	4	12
	İnternetten tarama, kütüphane çalışması	3	4	12
	Materyal tasarlama, uygulama			
	Rapor hazırlama			
	Sunu hazırlama			
	Sunum			
	Ara sınav ve ara sınava hazırlık	3	4	12
	Final sınavı ve final sınavına hazırlık	3	5	15
	Diğer			
	Toplam iş yükü			75
	Toplam iş yükü/ 25			3
	Dersin AKTS Kredisi			3

Ders Çıktıları ile Program Çıktıları Arasındaki Katkı Düzeyi	No	Program Çıktıları	1	2	3	4	5
	1	Endüstri ürünleri tasarımı alanında insan ve toplum odaklı, çevreye (doğal ve yapılı) duyarlı tasarım araştırma yöntemleri konusunda bilgi ve kavrayışa sahiptir.				X	
	2	Alanıyla ilgili ilkeler, yasa, yönetmelik ve standartlar hakkında bilgiye sahiptir.				X	
	3	Alanıyla ilgili kurumsal ve etik değerler konusunda bilgi ve kavrayışa sahiptir.				X	
	4	İlgili alanın tarihsel, coğrafi, toplumsal ve kültürel bağlam içindeki yerine / önemine ilişkin bilgi ve kavrayışa sahiptir.					X
	5	Endüstri ürünleri tasarımı alanında kavram geliştirme becerisine sahiptir.				X	
	6	Alanıyla ilgili kuramsal / kavramsal bilgiyi, bilişsel ve kılgsal becerileri, araştırma yöntem ve tekniklerini					X

		kullanır.							
	7	Alanıyla ilgili bireysel çalışmaları bağımsız olarak yürütür ve disiplinler arası çalışmalarda bireysel ve ortak sorumluluk alır. Bunun için gerekli özgüvene ve yetkinliğe sahiptir.					X		
	8	Alanındaki bilgi ve becerileri eleştirel ve diyalektik (eleştirel, karşı tez ve sentez üretebilen) bir yaklaşımla değerlendirerek öğrenir.					X		
	9	Alanının gerektirdiği bilişim (bilgi ve iletişim) teknolojilerini etkileşimli olarak kullanır.					X		
	10	Tasarım süreçlerinde olası toplumsal, çevresel ve etik sonuçlarını dikkate alarak karar verebilmek için gerekli temeli oluşturacak verileri toplar, değerlendirir ve yorumlar.					X		
Dersi Verecek Öğretim Eleman(lar)ı ve İletişim Bilgileri		Öğr.Gör.Şerife Şermin Aydın serifeaydin@gazi.edu.tr							