

TOROS ÜNİVERSİTESİ

Meslek Yüksekokulu
Optisyenlik

Ders Bilgileri

SATIŞ VE PAZARLAMA TEKNİKLERİ					
Kodu	Dönemi	Teori	Uygulama	Ulusal Kredisi	AKTS Kredisi
		Saat / Hafta			
OPS213	Güz	3	0	3	4

Ön Koşulu Olan Ders(ler)	
Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Seviyesi	Ön Lisans
Öğretim Elemanı(ları)	Günay KELEŞ
Öğretim Sistemi	Yüz Yüze
Önerilen Hususlar	
Staj Durumu	Yok
Amacı	Stratejik pazarlama planlaması,tahmin yöntemlerini, pazarlama araştırmasını ve pazarlama bilgi sistemlerini vb. temel pazarlama kavramlarını tanımlar. Pazar bölümlendirme, konumlandırma ve hedef pazarın seçimi.
İçeriği	Pazarlamaya giriş, pazarlama kavramının tanımı, temel kavramların açıklanması, pazarlama anlayışının (yaklaşımlarının) gelişimi. Ürün ve ürün yönetimi: Ürün karması, yeni ürün kavramı ve ürün yaşam eğrisi. Marka ve markalama stratejileri. Ambalajlama.

Dersin Öğrenim Çıktıları

#	Öğrenim Çıktıları
1	Pazarlama kavramlarını tanımlar.
2	Pazar kavramını tanımlar.
3	Pazarlama ile ilgili makro çevresel faktörleri tanımlar.
4	Pazar bölümleme ve konumlandırmayı açıklar.

Haftalık Ayrıntılı Ders İçeriği

#	Konular	Öğretim Yöntem ve Teknikleri
1	Pazarlama ilkeleri dersinin amacı ve dersle ilgili temel kaynaklar, okuma listesi, öğrenci yükümlülükleri hakkında bilgi verme. Pazarlamaya giriş.	Ders anlatımı
2	Pazarlamaya giriş, pazarlama kavramının tanımı, temel kavramların açıklanması, pazarlama anlayışının (yaklaşımlarının) gelişimi.	Ders anlatımı
3	Pazar ve pazarlama çevresi. Pazar kavramı ve tüketici ve endüstriyel pazarın özellikleri. Pazarlama ve çevre arasındaki ilişkiler. Makro ve mikro çevresel faktörlerin analizi.	Ders anlatımı
4	Tüketici davranışları. Tüketici karar verme süreci. Tüketici davranışlarını etkileyen içsel (psikolojik) ve dışsal (sosyo-kültürel) faktörler.	Ders anlatımı
5	Pazarlama bilgi sistemi. Pazarlama araştırması ve pazarlama araştırma süreci.	Ders anlatımı
6	Pazar bölümlendirme, konumlandırma ve hedef pazarın seçimi.	Ders anlatımı
7	Pazar bölümlendirme, konumlandırma ve hedef pazarın seçimi.	Ders anlatımı
8	Vize	yazılı sınav
9	Ürün ve ürün yönetimi: Ürün kavramı, ürün türleri ve pazarlamada ürün stratejileri.	Ders anlatımı
10	Ürün ve ürün yönetimi: Ürün karması, yeni ürün kavramı ve ürün yaşam eğrisi. Marka ve markalama stratejileri.	Ders anlatımı

	Ambalajlama.	
11	Fiyatlandırma: fiyatkararlarının önemi .fiyatlamayı etkileyen faktörler. Fiyatlamanın amaçları. Fiyatlama politikaları ve fiyatlama yöntemleri.	Ders anlatımı
12	Dağıtım: Dağıtım kararları. Temel dağıtım kanalları. Dağıtım kanallarının yönetimi.Toptancılık ve perakendecilik.	Ders anlatımı
13	Tutundurma: Tutundurma kararları ve stratejileri. Reklam ve halkla ilişkiler.	Ders anlatımı
14	Tutundurma: Kişisel satış ve satış tutundurma.	Ders anlatımı
15	Genel tekrar	Ders anlatımı
16	Son Sınav	yazılı sınav

Resources

#	Malzeme / Kaynak Adı	Kaynak Hakkında Bilgi	Referans / Önerilen Kaynak
1	Pazarlama İlkeleri	-	İsmet Mucuk
2			

Ölçme ve Değerlendirme Sistemi

#	Ağırlık	Çalışma Türü	Çalışma Adı
1	%40	Ara Sınav	Ara Sınav
2	%60	Son Sınav	Son Sınav

Dersin Öğrenim Çıktıları ve Program Yeterlilikleri ile İlişkileri

#	Öğrenim Çıktıları	Program Çıktıları	Ölçme ve Değerlendirme
1	Pazarlama kavramlarını tanımlar.	13	1,2
2	Pazar kavramını tanımlar.	13	1,2
3	Pazarlama ile ilgili makro çevresel faktörleri tanımlar.	13	1,2
4	Pazar bölümlleme ve konumlandırmayı açıklar.	13	1,2

Not: Ölçme ve Değerlendirme sütununda belirtilen sayılar, bir üstte bulunan Ölçme ve Değerlendirme Sistemi başlıklı tabloda belirtilen çalışmaları işaret etmektedir.

İş Yükü Detayları

#	Etkinlik	Adet	Süre (Saat)	İş Yükü
1	Ders Süresi	14	3	42
2	Sınıf Dışı Ders Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	14	3	42
3	Sunum ve Seminer Hazırlama	13	2	26
4	İnternette tarama, kütüphane ve arşiv çalışması	0	0	0
5	Belge/Bilgi listeleri oluşturma	0	0	0
6	Atölye	0	0	0
7	Ara Sınav için Hazırlık	1	3	3
8	Ara Sınav	1	1	1
9	Kısa Sınav	0	0	0
10	Ödev	0	0	0
11	Ara Proje	0	0	0
12	Ara Uygulama	0	0	0
13	Son Proje	0	0	0
14	Son Uygulama	0	0	0
15	Son Sınav için Hazırlık	1	5	5

16	Son Sınav	1	1	1
				120