

TOROS ÜNİVERSİTESİ

Meslek Yüksekokulu
Grafik Tasarımı

Ders Bilgileri

SATIŞ VE PAZARLAMA					
Kodu	Dönemi	Teori	Uygulama	Ulusal Kredisi	AKTS Kredisi
		Saat / Hafta			
GRF251	Güz	2	0	2	1

Ön Koşulu Olan Ders(ler)	yok
Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Seviyesi	Ön Lisans
Öğretim Elemanı(ları)	Öğr. Gör Gözde Çetinkaya
Öğretim Sistemi	Yüz Yüze
Önerilen Hususlar	yok
Staj Durumu	Yok
Amacı	Bu ders ile satış ve pazarlamanın temel kavramlarıyla birlikte sunulması, rekabet kavramının ve rakip analizinin açıklanması, temel satış ve pazarlama yaklaşımlarının öğretilmesi amaçlanmaktadır.
İçeriği	İşletmeler için satış ve pazarlamanın önemini kavrayabilme, Trendleri analiz edeip uygulayabilme.

Dersin Öğrenim Çıktıları

#	Öğrenim Çıktıları
1	Pazarlama sürecindeki aktörleri tanımlar
2	Satış sürecindeki aktörleri tanımlar
3	Satış ve pazarlama uygulamaları için gerekli teknikleri uygulayabilir.
4	Hedef pazarlarıyla nasıl iletişim kurabileceklerini kavrama
5	Yeni pazarlama trendlerini kavrayabilme
6	

Haftalık Ayrıntılı Ders İçeriği

#	Konular	Öğretim Yöntem ve Teknikleri
1	İletişim nedir?	Anlatım, Soru-Cevap, Araştırma, Bireysel Öğrenme
2	Satış ve pazarlama nedir?	Anlatım, Soru-Cevap, Araştırma, Bireysel Öğrenme
3	Satış ve pazarlamayı etkileyen faktörler nelerdir?	Anlatım, Soru-Cevap, Araştırma, Bireysel Öğrenme
4	Satış ve pazarlama planlaması.	Anlatım, Soru-Cevap, Araştırma, Bireysel Öğrenme
5	Satış ve pazarlama araştırması.	Anlatım, Soru-Cevap, Araştırma, Bireysel Öğrenme
6	Satış ve pazarlamada fiyatlandırma.	Anlatım, Soru-Cevap, Araştırma, Bireysel Öğrenme
7	Satış ve pazarlamada bölge ve konumlandırma	Anlatım, Soru-Cevap, Araştırma, Bireysel Öğrenme
8	Ara Sınav.	
9	Satış ve pazarlamada markalama.	Anlatım, Soru-Cevap, Araştırma, Bireysel Öğrenme
10	Satış ve pazarlamada trendler.	Anlatım, Soru-Cevap, Araştırma, Bireysel Öğrenme
11	Satış ve pazarlamada reklam faktörü.	Anlatım, Soru-Cevap, Araştırma, Bireysel Öğrenme
12	Satış ve pazarlamada kişisel rol.	Anlatım, Soru-Cevap, Araştırma, Bireysel Öğrenme

13	Satış ve pazarlama incelemeleri	Anlatım, Soru-Cevap, Araştırma, Bireysel Öğrenme
14	Satış ve pazarlama incelemeleri	Anlatım, Soru-Cevap, Araştırma, Bireysel Öğrenme
15	Değerlendirme	Anlatım, Soru-Cevap, Araştırma, Bireysel Öğrenme
16	Son Sınav	

Resources

#	Malzeme / Kaynak Adı	Kaynak Hakkında Bilgi	Referans / Önerilen Kaynak
1	Çavuşoğlu, Bora. "Marka Yönetimi ve Pazarlama Stratejileri."		
2	Tunçel, Özcan. " Satış ve Pazarlama."		

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 sürecindeki aktörleri tanımlar	7,8,10,12,13	1,2
2	Satış sürecindeki aktörleri tanımlar	7,8,10,12,13	1,2
3	Satış ve pazarlama uygulamaları için gerekli teknikleri uygulayabilir.	7,8,10,12,13	1,2
4	Hedef pazarlarıyla nasıl iletişim kurabileceklerini kavrama	7,8,10,12,13	1,2
5	Yeni pazarlama trendlerini kavrayabilme	7,8,10,12,13	1,2
6			

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	2	28
2	Sınıf Dışı Ders Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	0	0	0
3	Sunum ve Seminer Hazırlama	0	0	0
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	1	1
8	Ara Sınav	0	0	0
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	1	1
16	Son Sınav	0	0	0
				30
