

TOROS ÜNİVERSİTESİ

Meslek Yüksekokulu
Lojistik

Ders Bilgileri

LOJİSTİK PAZARLAMASI					
Kodu	Dönemi	Teori	Uygulama	Ulusal Kredisi	AKTS Kredisi
		Saat / Hafta			
LOJ271	Güz	2	0	2	2

Ön Koşulu Olan Ders(ler)	
Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Seviyesi	Ön Lisans
Öğretim Elemanı(ları)	Öğr. Ayşe GÜNGÖR
Öğretim Sistemi	Yüz Yüze
Önerilen Hususlar	
Staj Durumu	Yok
Amacı	Pazarlama, kişilerin ve örgütlerin, amaçlarına uygun şekilde değişimi (mübadeleyi) sağlamak üzere; ürünlerin, hizmetlerin ve düşüncelerin yaratılması, fiyatlandırılması, dağıtımı ve tutundurma çabalarının planlanması ve uygulanması sürecidir.
İçeriği	Lojistik ürün, ihtiyaç, istek, talep, tüketici, müşteri ve ticari müşteri, satış ve pazarlama, değer ve tatmin olma, rekabet. Bu kavramlar pazarlamanın temelini oluşturmaktadır.

Dersin Öğrenim Çıktıları

#	Öğrenim Çıktıları
1	Ürün.Bu kavramlar pazarlamanın temelini oluşturmaktadır.
2	İhtiyaç ve istek.Bu kavramlar pazarlamanın temelini oluşturmaktadır.
3	Talep,tüketici, müşteri ve ticari müşteri.Bu kavramlar pazarlamanın temelini oluşturmaktadır.
4	Satış ve pazarlama, değer ve tatmin olma, rekabet. Bu kavramlar pazarlamanın temelini oluşturmaktadır.
5	Değer ve tatmin olma, rekabet. Bu kavramlar pazarlamanın temelini oluşturmaktadır.

Haftalık Ayrıntılı Ders İçeriği

#	Konular	Öğretim Yöntem ve Teknikleri
1	Pazarlama nedir ? Lojistik nedir ?	Anlatım,Sunum
2	Pazarlama kavramı nedir ?	Anlatım,Sunum
3	Satış ve pazarlama nedir ?	Anlatım,Sunum
4	Müşteri , değişim ve ticari işlemler nedir ?	Anlatım,Sunum
5	Pazar tanımları ve çeşitleri nedir ?	Anlatım,Sunum
6	Pazar , ürün , müşteri ve üretim arasındaki ilişkiler nedir ?	Anlatım,Sunum
7	Ürün anlayışı nedir ?	Anlatım,Sunum
8	Ara Sınav	
9	Pazarlama ve modern pazarlama anlayışının lojistike etkisi nedir ?	Anlatım,Sunum
10	Müşteri ihtiyaçları nedir ?	Anlatım,Sunum
11	Müşteriyi tatmin edecek fayda sağlamak	Anlatım,Sunum
12	Müşterinin tercih edileli olmak	Anlatım,Sunum

13	Pazarlama çeşitleri	Anlatım,Sunum
14	Pazarlama çeşitleri	Anlatım,Sunum
15	Müşteri memnuniyetinde satın alınan fonksiyonu nedir ?	Anlatım,Sunum
16	Son Sınav	

Resources

#	Malzeme / Kaynak Adı	Kaynak Hakkında Bilgi	Referans / Önerilen Kaynak
1	Ders notları		
2	İnternet		
3	Günlük iş tecrübeleri		

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	Ürün.Bu kavramlar pazarlamanın temelini oluşturmaktadır.	1	1,2
2	İhtiyaç ve istek.Bu kavramlar pazarlamanın temelini oluşturmaktadır.	2,3	1,2
3	Talep,tüketici, müşteri ve ticari müşteri.Bu kavramlar pazarlamanın temelini oluşturmaktadır.	1	1,2
4	Satış ve pazarlama, değer ve tatmin olma, rekabet. Bu kavramlar pazarlamanın temelini oluşturmaktadır.	1	1,2
5	Değer ve tatmin olma, rekabet. Bu kavramlar pazarlamanın temelini oluşturmaktadır.	3	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	2	28
2	Sınıf Dışı Ders Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	14	1	14
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	5	5
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	1	5	5
14	Son Uygulama	0	0	0
15	Son Sınav için Hazırlık	1	6	6

16	Son Sınav	1	1	1
				60