

TOROS ÜNİVERSİTESİ

Meslek Yüksekokulu
Lojistik

Ders Bilgileri

LOJİSTİK PAZARLAMASI					
Kodu	Dönemi	Teori	Uygulama	Ulusal Kredisi	AKTS Kredisi
		Saat / Hafta			
LOJ271	Güz	2	0	2	5

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 (mübadele) 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 Yönetimi Kavramı ve 21.yy'da Pazarlama Yönetimi	Anlatım,Sunum
2	Pazarlama Planlaması,Uygulama ve Kontrol	Anlatım,Sunum
3	Pazarlama Kararlarıyla İlgili Makro ve Mikro Çevre Faktörleri, Hedef Pazar ve Pazar Bölümlendirme	Anlatım,Sunum
4	Konumlandırma ve Rekabetçi Stratejiler, Pazarlama Karmasının Gelişimi, Ürün ve Marka Kararları	Anlatım,Sunum
5	Pazarlamada Fiyat Kararları,Pazarlamada Fiyatlandırma Uygulamaları	Anlatım,Sunum
6	Pazarlamada Dağıtım Kararları, Perakendecilik,Toptancılık ve Lojistik	Anlatım,Sunum
7	Tutundurma Kararları ve Pazarlama İletişim Süreci	Anlatım,Sunum
8	Ara Sınav	
9	Lojistik Koordinasyon Yeteneği, Lojistik İnovasyon Yeteneğine Müşteri İlişkiler Yeteneği	Anlatım,Sunum
10	Üretim,Lojistik ve Pazarlama Bölümleri Arasındaki Koordinasyon	Anlatım,Sunum
11	Lojistik Faaliyetlerin Rekabet Stratejileri ve İşletme Karı	Anlatım,Sunum
12	Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar	Anlatım,Sunum

13	Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar	Anlatım,Sunum
14	E-ticaret ve E- Lojistik	Anlatım,Sunum
15	E-ticaret ve E- Lojistik	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	5	70
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	20	20
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	2	5	10
14	Son Uygulama	0	0	0
15	Son Sınav için Hazırlık	1	20	20

16	Son Sınav	1	1	1
				150