BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

GÜZEL SANATLAR VE TASARIM FAKÜLTESİ

ENDÜSTRİYEL TASARIM

(2021 - 2022) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Ürün ve Marka Yönetimi	TAS414	8	3 + 0	5,0	Zorunlu

Birim Bölüm	Endüstriyel Tasarım - Lisans (Yüz yüze)
Amaç	Bu dersin amacı, pazarlama karması elemanlarından biri olan ürünün ve bunun bir unsuru olan markanın ne anlama geldiği ve neden bu kadar önemli olduğunun anlaşılmasıdır.
Ders İçeriği	Bu dersin içeriğini, ürün ve marka kavramı, ürün kararları, marka kararları gibi konular oluşturmaktadır.
Ders Veren	Doç. Dr. Buket BORA SEMİZ
Ders Kaynakları	İslamoğlu, Ahmet Hamdi ve Duygu Fırat (2016), Stratejik Marka Yönetimi, Beta Yayınları., Tosun, Nurhan Babür (2017), Marka Yönetimi, Beta Yayınları., Baş, Mehmet, (2015), Marka Yönetimi, Detay Yayıncılık, Kavak, Bahtışen, Canan Eryiğit ve Öznur Özkan Tektaş (2016), Pazarlamada Ürün, Siyasal Kitabevi. , Aktuğlu, I., (2004), Marka Yönetimi, Güçlü ve Başarılı Markalar için Temel İlkeler, İstanbul: İletişim Yayınları

Hafta	Konu
1	Ürün ve ürün ile ilgili temel kavramlar
2	Ürün yönetim süreci
3	Tek ürün kararları
4	Ürün karması ve ürün dizisi kararları
5	Yeni Ürün Geliştirme Süreci
6	Ürünlerin pazarda yayılması
7	Marka kavramı ve tanımı, marka-ürün ilişkisi
8	Ara sınav
9	Markanın unsurları ve marka değerinin unsurları
10	Marka kişiliği ve marka kimliği
11	Markalama süreci
12	Markalama stratejileri
13	Ürün ve marka konumlandırma
14	Marka iletişimi

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	1	14
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme, takım çalışması	Beyin Fırtınası	1	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, durumları işleme, soru geliştirme, yorumlama, sunum	Sözlü	2	14
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	3	14
Ara Sınav 1		8	1
Ödev 1		3	1
Final		12	1
Ödev (Sunum)		6	1
	Ders İş Yükü:	127	
	AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):	4,98	

Program Çıktıları	
1	Tasarımın temel ilkelerini kavrayabilir
2	Çağdaş teknolojinin oluşturulacak yeni tasarımlar üzerindeki etkisini kavrayabilir
3	Tasarım problemlerini teşhis edebilme, tanımlama ve çözüm üretebilme becerilerini geliştirir
4	Analitik düşünce ve yenilikçi çıktılar aracılığıyla kullanıcı ihtiyaçlarını tespit edip cevaplar üretebilir
5	Güncel tasarım, malzeme ve üretim teknolojileri ile beraber düşünebilen, araştırma ve geliştirmeye açık, yeniliklere hızlı adapte olabilecek yaklaşımlara önem verir
6	Endüstriyel üretimin toplumsal ve çevresel etkilerine yönelik bilinç ve sorumluluk sahibi olmak, alternatifleri inceleyip geliştirir
7	Sözel ve teknik iletişimde uluslararası seviyede yüksek beceri geliştirir
8	Endüstriyel tasarım alanında, iyi bir tasarım için gerekli olan malzeme bilgisini edinir
9	Endüstriyel tasarım alanında, tasarım uygulamaları için gerekli olan teknik programları kullanır
10	Ekip çalışması içinde sorumluluk alabilir
11	Bireysel anlamda sorumluluğa açık olur ve kendini bu konuda geliştirir.
12	Tasarlanan ürünün üretimi esnasında gözetim ve denetim görevini üstlenebilir.
13	Tasarım süreçlerini uygulayabilir
14	Kendi alanını diğer disiplinlerle ilişkilendirerek ,disiplinler arası ortak çalışma becerisini geliştirir.
15	Kendi alanıyla edindiği bilgileri sorgulayabilir ve eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15
Ürün ve marka kavramının pazarlama içindeki önemini kavrar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marka ile kimlik arasındaki ilişkiyi anlar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ürün yönetim süreci hakkında bilgi sahibi olur.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marka kimliğinin nasıl oluşturulacağını ve konumlandırılacağını anlar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Farklı marka türlerini ayırt eder.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/225301