



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Pazarlama	TOS201	2	2 + 0	3,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Metalurji ve Malzeme Mühendisliği - Lisans (Yüz yüze)				
Amaç	Bu dersin amacı, öğrencinin işletmenin bir fonksiyonu olan pazarlamanın çevresini ve dinamiklerini öğrenmesini sağlayarak bunların pazarlama yönetiminde anlamlandırmasını sağlamaktır.				
Ders İçeriği	Bu derste, pazarlama ile ilgili temel kavramların tanımlanması, pazar çevresinin ve pazar çevresini etkileyen faktörlerin belirlenmesi, tüketici davranışlarının anlamlandırılması, pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması sürecinin irdelenmesi, pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve konumlandırma sürecinin yürütülmesi ve pazarlama karması elemanları olan ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım konuları incelenecektir.				
Ders Kaynakları	Pazarlama İlkeleri Ders Notu B.Zafer ERDOĞAN 2011, Pazarlama Stratejileri Yönetimsel Bir Yaklaşım Ömer TORLAK ve Remzi ALTUIŞIK, Beta Yayınları, İstanbul 2009., Mucuk, İ., Pazarlama İlkeleri, 17.Baskı, Türkmen Kitabevi, 2009., Korkmaz, S., Eser, Z., Öztürk, S.A., Işın, F.B. Pazarlama, Siyasal Kitabevi, 2010., Pazarlama İlkeleri Ders Notu B.Zafer ERDOĞAN 2011, Pazarlama Stratejileri Yönetimsel Bir Yaklaşım Ömer TORLAK ve Remzi ALTUIŞIK, Beta Yayınları, İstanbul 2009., Torlak, Ömer, Remzi Altunışık ve Şuayip Özdemir (2016), Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi, Beta Yayıncılık.				

Hafta	Konu
1	Pazarlamaya Giriş
2	Pazar ve Pazarlama Çevresi
3	Tüketici Davranışları
4	Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırması
5	Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazar Seçimi ve Konumlandırma
6	Pazarlama Karması Elemanları 1- Ürün Yönetimi
7	Pazarlama Karması Elemanları 2- Fiyat ve Fiyatlandırma
8	Ara Sınav
9	Pazarlama Karması Elemanları 3- Tutundurma Çabaları
10	Pazarlama Karması Elemanları 4- Dağıtım Kanalları
11	Güncel Pazarlama Konuları-1
12	Güncel Pazarlama Konuları-2
13	Güncel Pazarlama Konuları-3
14	Güncel Pazarlama Konuları-4

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayı
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, durumları işleme, soru geliştirme, yorumlama, sunum	Sözlü	4	3
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme, takım çalışması	Beyin Fırtınası	1	14
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	2	14
Ara Sınav 1		8	1
Final		15	1
Ödev (Sunum)		6	1
Ders İş Yükü:		83	
AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):		3,25	

Program Çıktıları	
1	Matematik, Fen Bilimleri ve Metalurji ve Malzeme Mühendisliği ile ilgili konularda güncel ve teorik bilgilere sahiptir.
2	Alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri problem çözmede kullanır, analitik ve stratejik düşünerek uygular.
3	Bağımsız çalışma yetisine sahiptir.
4	Ekip çalışması ve disiplinlerarası çalışmaya açıktır.
5	Girişimcilik ve liderlik becerileri gelişmiştir.
6	Yaşam boyu öğrenmenin önemini bilir, alanıyla ilgili yenilik ve gelişmeleri takip ederek bilgi ve becerilerini sürekli geliştirir.
7	Alanında edindiği bilgiyi eleştirel bir yaklaşımla değerlendirir.
8	Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurar.
9	Bir yabancı dili yazılı ve sözlü olarak Avrupa Dil Portföyü B1 düzeyinde kullanır.
10	Alanının gerektirdiği bilişim teknolojilerini ileri düzeyde kullanır.
11	Mesleki, etik ve toplumsal sorumluluk bilincine sahiptir.
12	Metalurji ve Malzeme Mühendisliği konularında karşılaşılan problemlerin çözümünü için deney tasarlama, deney yapma, veri toplama, analiz etme ve yorumlama becerilerine sahiptir.
13	Metalurji ve Malzeme Mühendisliği uygulamalarında karşılaşılan problemlerin çözümünü için gerekli teknikleri ve araçları kullanır.
14	Metalurji ve Malzeme Mühendisliği uygulamalarının toplum, çevre ve sağlık üzerindeki etkilerini bilir.

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
Pazar çevresini oluşturan faktörleri analiz eder ve pazarlama yönetimi açısından anlamlandırır.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama karması(ürün, fiyat, tutundurma, dağıtım) bileşenleri tanıır ve analiz eder.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama ile ilgili kavramları tanımlar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve konumlandırma sürecini anlar ve örneklendirir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tüketici davranışlarının sebeplerini anlatır, yorumlar ve pazarlama programlarını oluşturur.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/421486>