



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Pazarlama ve Müşteri İlişkileri	TAS306	6	3 + 0	4,0	Zorunlu
Birim Bölüm	Endüstriyel Tasarım - Lisans (Yüz yüze)				
Amaç	Bu dersin amacı, öğrencinin işletmenin bir fonksiyonu olan pazarlamanın çevresini ve dinamiklerini öğrenmesini sağlayarak bunların pazarlama yönetimince anlamlandırmasını, ayrıca müşteri ilişkileri ile ilgili temel bilgileri alması 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 ile ayrıca müşteri ilişkileri yönetimi hakkında bilgiler verilecektir.				
Ders Kaynakları	Demirel, Yavuz (2017), Müşteri İlişkileri Yönetimi, Seçkin Yayıncılık, 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 Sistemleri ve Pazarlama Araştırmaları
5	Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazar Seçimi ve Konumlandırma
6	Pazarlama Karması 1- Ürün Yönetimi
7	Pazarlama Karması 2- Fiyat ve Fiyatlandırma
8	Ara sınav
9	Pazarlama Karması 3- Tutundurma Çabaları
10	Pazarlama Karması 4- Dağıtım ve Dağıtım Kanalları
11	Müşteri ilişkileri yönetimine giriş
12	Müşteri ilişkileri yönetiminin evreleri ve türleri
13	Müşteri ilişkileri yönetiminde müşteri hizmetleri
14	Müşteri ilişkileri yönetiminde başarı unsurları ve başarısızlık nedenleri

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotları	Süresi (Saat)	Sayı
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	1	14
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	3	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	1	14
Ara Sınav 1		6	1
Final		10	1
Ödev (Sunum)		2	1
	Ders İş Yükü:	102	
	AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):	4	

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
Pazarlama çabalarını etkileyen çevresel faktörleri tanımlar ve pazarlama fonksiyonuna etkilerini ifade eder.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazar bölümlendirme ve hedef pazar tayini yapar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama araştırmalarını planlar, bilgi toplama yöntemlerini kullanır ve bulguları yorumlar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Büyüme veya rekabet stratejileri doğrultusunda pazarlama planları geliştirir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazar veya kaynak tabanlı strateji alternatiflerini sınıflandırır ve statejiler çerçevesinde pazarlama uygulamalarını sorgular.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/358935>