



| Ders Adı        | Kodu   | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S   |
|-----------------|--|---------|----------|------|---------|
| Pazarlama       | TOS201   | 2       | 2 + 0    | 3,0  | Seçmeli |
| Birim Bölüm     | Makine 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 ,<br>Pazarlama Stratejileri Yönetmel Bir Yaklaşım Ömer TORLAK ve Remzi ALTUIŞIK, Beta Yayınları, İstanbul 2009.,<br>Mucuk, İ., Pazarlama İlkeleri, 17.Baskı, Türkmen Kitabevi, 2009.,<br>Korkmaz, S., Eser, Z., Öztürk, S.A., Işın, F.B. Pazarlama, Siyasal Kitabevi, 2010.,<br>Torlak, Ömer, Remzi Altunışık ve Şuayip Özdemir (2016), Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi, Beta Yayıncılık ,<br>Pazarlama İlkeleri Ders Notu B.Zafer ERDOĞAN 2011 ,<br>Pazarlama Stratejileri Yönetmel Bir Yaklaşım Ömer TORLAK ve Remzi ALTUIŞIK, Beta Yayınları, İstanbul 2009. |         |          |      |         |

| 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   | Ders                            | 2             | 14   |
| Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme, takım çalışması | Beyin Fırtınası                 | 1             | 14   |
| Ara Sınav 1  |                                 | 8             | 1    |
| Final  |                                 | 15            | 1    |
| Ödev (Sunum)   |                                 | 6             | 1    |
| <b>Ders İş Yükü:</b>   |                                 | 83            |      |
| <b>AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):</b>   |                                 | 3,25          |      |

| Program Çıktıları |   |
|-------------------|---|
| 1                 | Menzul Matematik, fen bilimleri ile Makina Mühendisliği konularında yeterli bilgi birikimine ve bu alanlardaki kuramsal ve uygulamalı bilgileri mühendislik çözümleri için beraber kullanabilme becerisine sahiptir.                                      |
| 2                 | Mühendislik problemlerini saptama, tanımlama, formüle etme ve çözüme becerisi ve uygun analitik yöntemler ve modelleme tekniklerini seçme ve uygulama becerisine sahiptir.  |
| 3                 | Bir sistemi, sistem bileşenini ya da süreci analiz etme becerisi ve modern tasarım yöntemlerini uygulama becerisine sahiptir.   |
| 4                 | Mühendislik uygulamaları için gerekli olan modern teknik ve araçları seçme ve kullanma becerisi ve bilişim teknolojilerini etkin kullanma becerisine sahiptir.  |
| 5                 | Bireysel çalışma becerisi, disiplin içi ve disiplinler arası takım çalışmasına yatkınlığı vardır.   |
| 6                 | Bilgiye ulaşabilmek için kitap, makale, internet vb. tüm gerekli kaynakları kullanabilme becerisine sahiptir.   |
| 7                 | Yaşam boyu öğrenmenin gerekliliği bilinci; bilim ve teknolojiye gelişmeleri izleme ve mesleki bilgileri sürekli güncel tutma becerisine sahiptir.   |
| 8                 | Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisi; en az bir yabancı dil bilgisine sahiptir.   |
| 9                 | Proje ve risk yönetimi, iş güvenliği ve çevre konularındaki uygulamalar ve hukuksal sonuçları hakkında bilgi sahibi olunması ve etik değerlerin benimsenmesi; girişimcilik, yenilikçilik ve sürdürülebilir kalkınma hakkında farkındalığı vardır.         |
| 10                | Makine Mühendisliği uygulamalarında sürdürülebilirliği sağlama becerisi girişimcilik yaratıcılık ve yenilikçilik bilincinin gelişmesi, bireysel, toplumsal, ekonomik, teknolojik gereksinimler için çevreyle uyumlu çözüm yaratabilme becerisine sahiptir |
| 11                | Mühendislik çözümlerinin ve uygulamalarının evrensel ve toplumsal boyutlardaki etkilerinin bilincinde ve girişimcilik ve yenilikçilik konularının farkında ve çağın sorunları hakkında bilgi sahibidir.   |

**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 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| 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/406791>