DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Tasarımcılar için Pazarlama Araçları	IND 351	Güz	03+00+00	Seçmeli	3	5

Akademik Birim:	Endüstriyel Tasarım
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim
Ön Koşullar	Yok
Öğrenim Dili:	İngilizce
Dersin Düzeyi:	Lisans
Dersin Koordinatörü:	- -
Dersin Amacı:	Pazarlama sürecinde endüstri ürünleri tasarımcılarının konumunu belirlemek ve pazarlama fonksiyonunun uygulanabilmesi için gerekli teknikleri incelemektir.
Dersin İçeriği:	Ders endüstriyel tasarımcılar için pazarlamanın önemi ve pazarlamada endüstri ürünleri tasarımcılarının rolü konusunda okuma materyalleri ve tartışma konularını içermektedir. Müşteri davranışlarının incelenmesi, uluslararası pazarlama özellikleri de dikkate alınarak pazarlamanın temel çabaları olan ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtımda uygulanabilecek tekniklerin bilgilerini vermek amaçlanmıştır.
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• **1-** Tasarım süreci ile pazarlama arasındaki yakın ilişkiyi anlama. • **2-** Tasarımcının ürün politikası uygulamalarında karar verici konumunu belirleme • **3-** Ürün geliştirme sürecinde araştırmacı yeteneğini kazanma • **4-** Tüketici müşteri ve üretici işletme müşterisinin satın alma davranışları arasındaki farkı anlama • **5-** Ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım çabalarındaki temel politikaları anlama • **6-** Global pazarlarda müşteri davranışlarını etkileyen faktörleri anlama • **7-** Yeni ürünlerin pazarda uyum ve konumlandırılması sürecini anlama
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	- Dersler - Sınıf içi tartışmalar - Pazar araştırması - Dönem Ödevi: Bir şirketteki pazarlama fonksiyonunun incelenmesi - Sınavlar, ara sınav ve final sınavı

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Bir işletme fonksiyonu olarak pazarlama, tasarım süreci ile ilgisi, pazarlamanın tarihsel gelişimi	İsmet Mucuk ”Pazarlama İlkeleri” Bölüm 1,Sevim Baş “Pazarlama”Bölüm1,Kotler, Keller, Brady,Goodman, Hansen Bölüm 1 Erdoğan Taşkın ”Müşteri İlişkileri Eğitimi” ,B.B Mozota Bölüm 2
2	Pazarlama Çevresi: Pazarlama sistemini etkileyen çevresel faktörler	İsmet Mucuk, Bölüm 2,Sevim Baş Bölüm 2,Kotler,Keller,Brady, Goodman, Hansen Bölüm 2
3	Tüketiciler Pazarı ve tüketici davranışları, üreticiler pazarı, üretici müşteri davranışları	İsmet mucuk, Bölüm 4,Sevim Baş bölüm 4
4	Ürün politikası ile ilgili temel kavramlar, yeni ürün geliştirme ve stratejiler	İsmet Mucuk Bölüm 7,Sevim Baş Bölüm 5
5	Ürün Yaşam süreci ve uygulanacak pazarlama stratejiler	İsmet Mucuk Bölüm 7,Kotler, Keller, Brady, Goodman, Hansen Bölüm 5
6	Marka, ambalaj ve ürüne bağlı hizmetler	İsmet Mucuk Bölüm 7,Kotler, Kelley, Brady, Goodman, Hansen, Bölüm 4
7	Küçük sınav	Çalışma soruları
8	Vize Sınavı	Çalışma soruları ve örnek olay yorumlama
9	Fiyatlandırma kavram ve yaklaşımları	İsmet Mucuk, Bölüm 8,Sevim Baş bölüm 6

10	Fiyatlandırma yöntemleri	İsmet Mucuk bölüm 8
11	Tutundurmanın önemi-pazarlama iletişimi	İsmet Mucuk Bölüm 9,sevim Baş Bölüm 7
12	Kişisel satış, reklam, satış geliştirme ve tanıtma	İsmet Mucuk Bölüm 9,Bolüm 10,11,12,Erdoğan Taşkın ”Satış Teknikleri Eğitimi ”1-16. Bölümler
13	Pazarlama dağıtım kanalları, pazarlama lojistiği ve dağıtım kanalı yönetimi	İsmet Mucuk, Bölüm 13
14	Uluslararası pazarlama: Giriş yöntemleri ve uygulamaları	İsmet Mucuk, Bölüm 5,Bölüm 16, M. Karafakioğlu, Bölüm 3-6,Cem Kozlu Bölüm 5-6

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

İsmet Mucuk “Pazarlama İlkeleri” Türkmen Kitabevi
Sevim Baş ”Pazarlama Ders Notları”
Philip Kotler ”Pazarlama Yönetimi Beta yayınları

DİĞER KAYNAKLAR

- Erdoğan TAŞKIN ”Pazarlama Esasları” Türkmen Kitabevi
- Philip. KOTLER,K.L KELLER,M.BRADY,M. GOODMAN,T. HANSEN ”Marketing Management “ Pearson 2009
- Philip. KOTLER,G. ARMSTRONG “Marketing” Prentice Hall 2010
- Cem Kozlu ”Uluslararası Pazarlama” T. İş bankası Yay. 1986
- Mehmet Karafakioğlu ”Uluslararası Pazarlama Yönetimi” 1990
- Brigitte Borja De Mozota “Tasarım Yönetimi” 2005
- Erdoğan Taşkın ”Müşteri İlişkileri Eğitimi” Papatya yay.2005
- Erdoğan Taşkın ”Satış teknikleri Eğitimi” 2003

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	**Sayı**	**Katkı Payı (%)**
Katılım	1	10
Proje	1	10
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	1	20
Final Sınavı	1	60
Total:	**4**	**100**

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	**Sayısı**	**Süresi (saat)**	**Toplam İş Yükü (saat)**
Ders Saati	14	3	42
Arazi Çalışması	1	13	13
Proje	1	10	10

Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	10	4	40
Ara Sınavlar/Sözlü Sınavlar/Kısa Sınavlar	2	5	10
Final Sınavı	1	10	10
Toplam İş Yükü (saat):			**125**

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10
OC1										
OC2										
OC3										
OC4										
OC5										
OC6										
OC7										

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek