



Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü

DERS BİLGİ FORMU

				YARIYIL		Güz	
DERSİN KODU	141315024	DERSİN ADI	PAZARLAMA				

YARIYIL	HAFTALIK DERS SAATI			DERSİN			
	TEORİK	UYGULAMA	LAB.	KREDİSİ	AKTS	TÜRÜ	DİLİ
5	2	0	0	2	2	Seçmeli	Türkçe

DERSİN KATEGORİSİ (AKTS Kredi Dağılımı)				
Temel Eğitim	Sanat	Tasarım	Görsel İletişim	Sosyal Bilim
				2

DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ			
DEĞERLENDİRME		Sınav Türü	Sınav Ağırlığı (%)
YARIYIL İÇİ SINAVLAR	Ara Sınav 1	Yazılı	40
YARIYIL SONU SINAVI		Yazılı	60
MAZERET SINAVI			
BÜTÜNLEME SINAVI			

VARSA ÖNERİLEN ÖNKOŞUL(LAR)	YOK
DERSİN KISA İÇERİĞİ	Pazarlama kavramı ve kapsamı, Pazarlamada çevre faktörleri, Pazarlama bilgi sistemi, Stratejik planlama, Hedef pazar seçimi, Ürünler ve ürün stratejileri, Hizmetler, Dağıtım kanalları ve perakendecilik, Fiyatlama, Tutundurma
DERSİN AMAÇLARI	Pazarlamayı tanıtmak ve kullanılabilir yöntemleri öğretmektir.
DERSİN MESLEK EĞİTİMİNİ SAĞLAMAYA YÖNELİK KATKISI	<ul style="list-style-type: none">Görsel iletişim tasarımının ve iletişimin temel kavram, eleman ve ilkelerini, tarihçesini kavrama ve diğer disiplinlerle ilişkisini kurabilme yeteneğiSorgulayarak ve eleştirel düşünerek analiz yapabilme, bunu tasarımlarına yansıtabilme ve problemlere uygun çözüm önerileri getirebilme becerisi
DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARI	<ul style="list-style-type: none">Bu dersin sonucunda öğrenci,Pazarlamanın kapsamını ve yaklaşımlarını ayırt edebilecektir.Pazar fırsatlarının ve hedef pazarın nasıl belirlendiğini değerlendirebilecektir.Ürün ve hizmetleri ayırt eder, ürün stratejilerini örnekendirir.
TEMEL DERS KİTABI	<ul style="list-style-type: none">KORKMAZ, S., ESER, Z. vd., Pazarlama, Ankara: Siyasal Yayın ve Dağıtım, 2009MUCUK, İ., Pazarlama, Türkmen Kitabevi, 2010
YARDIMCI KAYNAKLAR	<ul style="list-style-type: none">BLYTHE, J., Pazarlama İlkeleri, Bilim Teknik Yayınevi, 2001TENEKÇİOĞLU, B., ERSOY, F., Pazarlama Yönetimi, Birlik Ofset Yayıncılık, 2000
DERSTE GEREKLİ ARAÇ VE GEREÇLER	



Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü

DERSİN HAFTALIK PLANI	
HAFTA	İŞLENEN KONULAR
1	Pazarlama kavramı ve kapsamı
2	Pazarlama Fırsatlarının Analizi: Pazarlamada çevre faktörleri
3	Pazarlama Fırsatlarının Analizi: Pazarlama bilgi sistemi
4	Stratejik Planlama ve Pazarlama Planlaması
5	Pazar türleri ve Alıcı Davranışları
6	Hedef Pazar Seçimi ve Konumlandırma Stratejileri
7	ARASINAVLAR
8	ARASINAVLAR
9	Ürünler
10	Ürün stratejileri
11	Hizmetler
12	Dağıtım kanalları ve perakendecilik
13	Fiyatlama
14	Tutundurma
15,16	YARIYIL SONU SINAVI

NO	DERSİN PROGRAM ÇIKTILARINA KATKISI	KATKI DÜZEYİ		
		1 Az	2 Orta	3 Çok
1	Görsel iletişim tasarımının ve iletişimin temel kavram, eleman ve ilkelerini, tarihçesini kavrama ve diğer disiplinlerle ilişkisini kurabilme yeteneği			x
2	Tasarım kültürünü, etiğini ve tasarımcıların hak ve sorumluluklarını kavrama yeteneği	x		
3	Sanatın ve tasarımın görsel dilini ve farklılıklarını ve estetik duyarlılığı kavrama ve tasarımlarına yansıtma becerisi	x		
4	Sorgulayarak ve eleştirel düşünerek analiz yapabilme, bunu tasarımlarına yansıtabilme ve problemlere uygun çözüm önerileri getirebilme becerisi		x	
5	Tasarım teknik ve teknolojisini tanıma; farklılıklarını, uygulama alan ve yöntemlerini kavrama becerisi	x		
6	Tasarım oluşturma sürecini, işlem basamaklarını ve üretim tekniklerini kavrama ve uygulama becerisi	x		
7	Tasarım sürecini ve tasarım bilgilerini çağın gereksinimleri ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda güncelleyebilme becerisi	x		
8	Farklı sanatsal ve endüstriyel üretim tekniklerinden yararlanma becerisi		x	
9	Ulusal ve evrensel değerleri kavrama; ulusaldan evrensele tasarım anlayışını geliştirme becerisi	x		
10	Doğanın ve çevrenin korunmasında ve eko-tasarım hakkında farkındalık	x		
11	Tasarımın önemini kavratmak ve tasarım bilincini kazandırmak için sosyal sorumluluk projeleri hazırlama becerisi	x		

Dersi Veren Öğretim Üyesi	İmza	Tarih
Latif Koşu		23.03.2015