

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Optisyenlikte Pazarlama	307412	IV	2+0	2	2
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Öğrencilerin, pazarlamanın temel ilkelerini anlamalarını ve pazarlama işlevinin önemini kavramalarını sağlamak, böylelikle optik sektörü ve optik mağazalarındaki pazarlama faaliyetlerine entegre olabilmelerini sağlamaktır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenci; 1. Pazarlamanın temel ilkelerini ve pazarlamanın önemini kavrar. 2. Mesleki bilgileri ile 4P ve 7C kapsamında pazarlama karması oluşturur. 3. Fiyatlama politikaları hakkında bilgi sahibi olur. 4. Tüketici alışkanlıkları ve satın alma davranışları hakkında edindiği bilgileri mesleki hizmet sunumunda kullanır. 5. Güncel pazarlama yaklaşımlarını mesleğiyle ilişkilendirebilme ve hizmet sunumunda kullanır.				
Dersin İçeriği	Optisyenlik mesleğinde pazarlama unsurlarının belirlenmesi, daha verimli satışlar yapılabilmesi için ürünlerin tanıtım şekli ve satış sonrası hizmetin şekillendirilmesi.				
Haftalar	Konular				
1	Pazarlamaya Giriş Pazarlama hakkında temel kavramlar				
2	pazarlama anlayışları ve pazarlama çevresi				
3	Pazarlama karması 4P-7C				
4	Mal ve nitelikleri, çeşitleri, malın yaşam süreci Dağıtım ve özellikleri, dağıtım kanalı ve fiziksel dağıtım				
5	Fiyat ve özellikleri, fiyatlama yöntemleri, fiyatlama politikaları Tutundurma ve özellikleri, pazarlama iletişimi elemanları				
6	Pazarlama stratejileri				
7	Ara sınav				
8	Pazar bölümlendirme ve Hedef Pazarlar				
9	Tüketici pazarları: Tüketici alışkanlıkları, güncel trendler, satın alma davranışları				
10	Tüketici pazarları: Müşteri değeri, memnuniyeti ve sadakati oluşturmak				
11	Optik sektörü ve perakende optik mağazalarda pazarlama süreci yapılandırmak				
12	Optik mağazalar ve optik sektöründe gerçekleştirilen pazarlama faaliyetlerine yönelik analiz sunumları ve tartışma-I				
13	Optik mağazalar ve optik sektöründe gerçekleştirilen pazarlama faaliyetlerine yönelik analiz sunumları ve tartışma-II				
14	Optik mağazalar ve optik sektöründe gerçekleştirilen pazarlama faaliyetlerine yönelik analiz sunumları ve tartışma-III				
Genel Yeterlilikler					
1. Optik sektöründe faaliyet gösteren firmalar için hedef pazar tanımlayabilir. 2. Pazara uygun pazarlama süreci oluşturabilir.					
Kaynaklar					
Aktekin, E. (2015), <i>Pazarlama İlkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları</i> ,Beta Kitap Özdemir, E. Yarar, O. (2016), <i>Temel Optisyenlik</i> , Güneş Tıp Kitabevleri					
Değerlendirme Sistemi					
Ara sınav: % 40 Final: % 60 Bütünleme:					

	PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU														
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
ÖÇ1	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	5	2	3
ÖÇ2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	5	2	3
ÖÇ3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	5	2	3
ÖÇ4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	5	2	3
ÖÇ5	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	5	2	3
ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları															
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek		

Ders	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
Optisyenlikte Pazarlama	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	5	2	3

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi