Öğrenme çıktısı: Tasarlanan bir ürün için yatırım ve pazarlama proje önerisi hazırlayabilme

Fikirden Pazara

Üretim
Şeker pancarı tarlada yetişir, fabrikada şekere dönüşür.

→

Dağıtım
Şeker, kamyonla depolara ve marketlere taşınır.

→

Tüketim
Evlerde, pastanelerde ve fabrikalarda kullanılır.

Üretim: İhtiyaç için mal veya hizmet ortaya koymak. **Dağıtım:** Malı üretildiği yerden satılacağı yere ulaştırmak. **Tüketim:** Malı satın alıp kullanmak.

YATIRIM
Bir ülkenin veya işletmenin üretim ve hizmet gücünü artıran yeni eklemelerdir. Gelecekte kazanç getirmeyi amaçlar.

SERMAYE
Bir işin kurulup sürdürülmesi için gereken ana paradır.

PAZARLAMA
Ürün ve hizmetin tanıtılması, müşteriye sunulması ve satılması sürecidir. Amacı müşterinin ilgisini çekip satış yapmaktır.

DİKKAT!

Yatırım **paranın işe konmasıdır**, para yığmak değildir. Yatırım yapabilmek için önce sermaye gerekir.



Yatırımdan önce hesap yapılır (temsilî)

Ürün	Yatırım	Pazarlama
Patates	Tarla, tohum, sulama, depo, cips makinesi	Ambalaj, marka adı, marketlerde tanıtım
Kereste	Atölye, kesim makinesi, kurutma alanı	Mobilyacılara teklif, örnek ürün, internet sitesi

A+ SINAVDA ÇIKABİLİR

İyi ürün tek başına yetmez. **Yatırım** üretimi mümkün kılar, **pazarlama** onu alıcıyla buluşturur. Biri eksik olursa kazanç gelmez.

Çevren bir fırsattır: Yaşadığın yerde bol olan her kaynak bir ürün fikrine dönüşebilir. Arkadaşlarınla ekip kurup yörene uygun bir ürün düşünebilir, üretim ve satış planını proje hâline getirebilirsin. Örneğin mısırdan kraker, ayçiçeğinden kokulu mum, ceviz kabuğundan kapı süsü yapılabilir.

Sermayeden kazanca

Sermaye
Ana para bulunur.

→

Yatırım
Tarla, atölye, makine alınır.

→

Üretim
Ürün ortaya konur.

→

Pazarlama
Ürün tanıtılır, satılır.

→

Kazanç
Yeni yatırıma kaynak olur.

Öğrenme çıktısı: Tasarlanan bir ürün için yatırım ve pazarlama proje önerisi hazırlayabilme

Ürün Nasıl Tasarlanır?

1	2	3	4	5
Fikir	**Araştırma**	**Hazırlama**	**Uygulama**	**Değerlendirme**
Çevredeki ihtiyaç ve sorunlara bak. Var olan ürüne yeni özellik de ekleyebilirsin.	Nasıl üretilir, hangi ihtiyacı karşılar, ekonomiye ve çevreye etkisi nedir?	Çalışma planı yap, malzemeleri bul, bütçeyi belirle.	Çizim, grafik ve maket hazırla. Grupta iş bölümü yap.	Eksikleri bul, malzeme veya boyutu değiştir, yeniden dene.

AR-GE Araştırma ve geliştirme. Kurumların yeni ürün geliştirmek veya var olanı en kaliteli hâle getirmek için yaptığı sistemli çalışmalardır.

İNOVASYON Değişen koşullara uymak için toplumda, kültürde ve yönetimde yeni yöntemler kullanmaya başlamaktır.

Örnek: Bilgisayarın yolculuğu

İlk bilgisayarlar odaları dolduracak kadar büyüktü. Sonra masaya sığdı, küçülüp dizüstü ve tablet oldu, telefonların ve otomobillerin içine girdi. Bugün oyun, film, kitap ve radyo için de kullanılıyor. Yani ürünler ihtiyaca göre sürekli yenilenir.

İnovasyon süreci

Aşama	Ne yapılır?
1. Fikirler	Teknoloji, değişen ihtiyaçlar ve AR-GE sonuçlarına göre yeni fikirler ortaya konur.
2. Çözümü belirleme	İnsanların ihtiyacına en uygun fikir seçilir, gerekirse uzmana danışılır.
3. Geliştirme, uygulama	Seçilen fikir özgün mü, çevreye zararlı mı diye bakılır, ürün tamamlanır.
4. Ticarileştirme	Ürün alıcılara tanıtılır, satın almaları için çekici hâle getirilir.
5. Değerlendirme	Başarılı ve başarısız yönler ele alınır, sonraki adım daha iyi yönetilir.

Telefon örneği: Kablolu telefondan akıllı telefona uzanan yol, AR-GE ve inovasyonun birlikte çalıştığını gösterir. AR-GE teknolojiyi bulur, inovasyon onu günlük hayata taşır.

BUNU UNUTMA

Hata yapmak sürecin parçasıdır. **Değerlendirme** adımı, ürünü başarıya götüren adımdır.

Notlarım

Sınıftan Pazara Bir Proje

Ürün nasıl doğdu?

Küçükbaş hayvancılığın yaygın olduğu bir ilçede yünden keçe üreten atölyeler vardı. Bir öğrenci grubu atölyeyi ziyaret etti, keçe artıklarını aldı. Makas, ip, iğne ve düğme ile telefon kılıfı, gözlük kılıfı, cüzdan, kalemlik yaptı. Diğer gruplar da mısırdan kraker, ceviz kabuğundan kapı süsü tasarladı.



El emeği ürünler satışa hazırlanıyor (temsilî)

Proje adımları: Yatırım ve pazarlama alanını, hedef tüketiciyi tahmin et → Deneyimli girişimciden bilgi al → GZFT yap → Kaynakları belirle → Rolleri paylaş, canlandır → Rapor yaz, sun.

GZFT formu ile risk analizi

G: Güçlü yönler

Ham madde çevrede yaygın, ürün el emeği, farklı amaçlarla kullanılabiliyor.

Z: Zayıf yönler

Ham maddeyi kendimiz üretmiyoruz, pazarlama tecrübemiz az.

F: Fırsatlar

El emeği tercih ediliyor, birçok yaşa hitap ediyor, satacak iş yerleri var.

T: Tehditler

Ham madde bulunamayabilir, tüketici ürünü tercih etmeyebilir.

Araç gereç	Malzeme	Sermaye	İş gücü
Makas, iğne, cetvel	Keçe, düğme, ip, ambalaj	Grubun bütçesinden ayrılan para	Bütçe sorumlusu (giderleri hesaplar), malzeme yöneticisi (fiyat toplar, kaliteli ham madde bulur), insan kaynakları uzmanı (ekibi kurar)

A+ SINAVDA ÇIKABİLİR

GZFT, **riski önceden görmeyi** sağlar. Güçlü yönler ve fırsatlar değerlendirilir, zayıf yönler ve tehditler için önlem alınır.

Girişimciden tavsiyeler

- Önce amacını, sonra yatırım alanını belirle.
- Toplumun ihtiyacını dikkate al.
- Çalışkan ve sorumlu bir ekip kur.
- Risklerini önceden yaz, iyi plan yap.
- **Pazarlamanın temeli güvendir.**

Dürüst pazarlama

Ürün olduğu gibi tanıtılmalıdır. Tüketiciyi yanıltmak güveni yok eder. Grupta herkesin görevini yapması **çalışkanlık değeridir**.

Öğrenme çıktısı: Tasarlanan bir ürün için yatırım ve pazarlama proje önerisi hazırlayabilme

Kendimi Deniyorum

A. Doğru mu, yanlış mı?

Cümle doğruysa "D", yanlışsa "Y" yazınız.

☐ 1. Yatırım için sermaye gerekir.
☐ 2. İnovasyon yalnızca yeni makine satın almaktır.
☐ 3. Ürün tasarımının ilk aşaması fikir aşamasıdır.
☐ 4. Pazarlamada tüketiciyi yanıltmak kalıcı başarı getirir.
☐ 5. Bilgisayarların tablete dönüşmesi inovasyona örnektir.

B. Eşleştirelim

Kavramın harfini ilgili açıklamanın başındaki kutuya yazınız.

A) Yatırım	☐	Değişen koşullara uymak için yeni yöntem
B) Sermaye	☐	Ürünü tanıtma ve satış süreci
C) Pazarlama	☐	Sistemli araştırma ve geliştirme
D) AR-GE	☐	İşi sürdürmek için gereken ana para
E) İnovasyon	☐	Üretim gücünü artıran yeni eklemeler

C. Boşlukları dolduralım

Kelimeler: **keçe** | **ticarileştirme** | **dağıtım** | **GZFT**

1. Ürünün üretildiği yerden tüketiciye taşınmasına ..... denir.
2. Güçlü-zayıf yönlerin ve fırsat-tehditlerin yazıldığı form ..... formudur.
3. Yünden yapılan, kılıf ve cüzdanda kullanılan malzeme ..... olarak bilinir.
4. İnovasyonda ürünün hedef kitleye ulaştırıldığı aşama ..... aşamasıdır.

D. Düşünelim, yorumlayalım

1. Bir sınıf, yöresinde bol olan ceviz kabuklarından kapı süsü yapmaya karar vermiştir.

a) Ürün tasarım sürecinin iki aşamasını bu örnek üzerinde açıklayınız.
b) Bu ürün için birer malzeme, sermaye ve iş gücü örneği yazınız.

2. El emeği ürünler satmak isteyen bir grup; ham maddenin ucuz olduğunu, satış tecrübesinin az olduğunu, müşterilerin el emeğini sevdiğini, ham madde bulmanın bazen zorlaştığını belirlemiştir.

a) Bu bilgileri GZFT başlıklarına yerleştiriniz.
b) Dürüst tanıtımın satışa katkısını yorumlayınız.

Bu konunun şarkısını Onur Akmeşe YouTube kanalından dinlemeyi unutmayın!