GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Sales and Marketing Techniques / Sales and Marketing Techniques	
Ders Kodu / Course Code	OBNS270	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
Ders Akts Kredi / ECTS	4.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	1.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	2.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Evening Class / Evening Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Ön koşul bulunmamaktadır.	There are no prerequisites.
Amacı / Purpose	Bu derste; satış teknikleri ve pazarlama iletişimi ilişkisinin kavratılması; etkili iletişim ve satış tekniklerinin teorik ve uygulamalı olarak öğretilmesi amaçlanmaktadır.	In this course; understanding the relationship between sales style and marketing communication; effective communication and sales techniques are aimed to be taught theoretically and practically.
İçeriği / Content	İşletmelerin tanımı, türleri ve kuruluş süreci, çevresi ve işletmelerin ekonomideki yeri hakkında bilgiler verilir ve işletmenin fonksiyonları detaylı bir biçimde anlatılmaktadır.	Information about the definition, types and establishment process of the businesses, their environment and the place of the businesses in the economy is given and the functions of the business are explained in detail.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Öğrenciler bu ders için önerilen kaynaklarla birlikte pazarlama ile ilgili makale ve meslek örgütleri tarafından çıkarılan dergileri takip edebilir.	Students can follow articles on marketing and journals published by professional organizations, along with the resources recommended for this course.
Staj Durumu / Internship Status	15 İş Günü veya Staj/Bitirme Projesi	15 Working Days or Internship / Graduation Project
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Ders için öğrencilerin ders kitabı satın almasına gerek yoktur. İlgili tüm materyal, dönem başında ve ilgili derslerde öğretim görevlisi tarafından öğrencilere dağıtılacaktır. Ancak, sınavlarda faydalı olacağı düşüncesiyle, öğrencilerin not tutmaları önerilir.	Students do not need to purchase a textbook for the course. All relevant material will be distributed to the students by the lecturer at the beginning of the term and in the relevant courses. However, it is recommended that students take notes as it will be useful in exams.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr. Gör. Erdem TERZİOĞLU	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Satış ve pazarlamada temel kavramlara hakim olur.	Master the basic concepts in sales and marketing.
2	Satış ve pazarlamada iknanın önemini kavrar.	Understands the importance of persuasion in sales and marketing.
3	Satış ve pazarlamada çevresel unsurlara hakim olur.	He / she dominates the environmental aspects in sales and marketing.
4	İşletmenin çevresinde yer alan tüm unsurlarla (etkileşen) nasıl bir etkileşim içinde olduğunu bilir.	Knows how the business interacts with all the elements (interacting) around it.
5	İşletmenin temel amaçlarının neler olduğunu ve bu amaçlara nasıl ulaşılacağını kavramış olur.	Understands the main objectives of the business and how to achieve these goals.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
1	Satış ve Pazarlamaya Temel Giriş				
	Basic Introduction to Sales and Marketing				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
2	Marka Kavramı				
	Brand Concept				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
3	Yönetim Fonksiyonu				
	Management Function				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
4	Satıs süreci ve temel ögeleri				
	Sales process and its essentials				
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
5	Satıs yönetiminde kisisel ve kurumsal satıs				
	Personal and corporate sales in sales management				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Bilesenleri Olarak Ürün, Fiyatlandırma, Tutundurma, Dagıtım ve Dagıtım Kanalları				
	Product, Pricing, Promotion, Distribution and Distribution Channels as Marketing Components				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici davranısları ve satın alma süreci				
	Consumer behavior and the purchasing process				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav				
	Midterm Exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müsteriyi Tanıma Yöntemleri				
	Customer Recognition Methods				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kurumsal İletişim Fonksiyonu				
	Corporate Communication Function				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satıs teknikleri				
	Sales techniques				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satıs süreci; alıcı ve satıcı etkilesimi				
	Selling process; buyer and seller interaction				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici tatmini ve müsteri odaklılık				
	Consumer satisfaction and customer orientation				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Iknanın Önemi ve Ikna Yöntemleri				
	The Importance of Persuasion and Methods of Persuasion				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yükü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	10.00	10.00
Final Sınavı / Final Examination	1	20.00	20.00
Quiz / Quiz	1	10.00	10.00
Rapor / Report	2	15.00	30.00
Takım/Grup Çalışması / Team/Group Work	2	15.00	30.00
Toplam / Total:	7	70.00	100.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yükü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 100.00/25.00 = 4.00 ~ 4.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 100.00 / 25.00 = 4.00 ~ 4.00

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes											
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12
1.Satış ve pazarlamada temel kavramlara hakim olur. / Master the basic concepts in sales and marketing.	2	4	4	3	4	5	4	3	3	2	3	2
2.Satış ve pazarlamada iknanın önemini kavrar. / Understands the importance of persuasion in sales and marketing.	4	4	3	5	3	4	5	2	4	3	3	3
3.Satış ve pazarlamada çevresel unsurlara hakim olur. / He / she dominates the environmental aspects in sales and marketing.	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	3	3
4.İşletmenin çevresinde yer alan tüm unsurlarla (etkileşen) nasıl bir etkileşim içinde olduğunu bilir. / Knows how the business interacts with all the elements (interacting) around it.	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4
5.İşletmenin temel amaçlarının neler olduğunu ve bu amaçlara nasıl ulaşılacağını kavramış olur. / Understands the main objectives of the business and how to achieve these goals.	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high