

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Fashion Marketing / Fashion Marketing	
Ders Kodu / Course Code	OMOT262	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
Ders Akts Kredi / ECTS	3.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
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	Derslerin ön koşulları bulunmamaktadır.	There are no prerequisites for the courses
Amacı / Purpose	Pazarlama dinamikleri ve yapısının kavratılmasıdır.	Understanding of marketing dynamics and structure.
İçeriği / Content	Moda pazarlama çevresinin tanıtılması, moda pazar araştırmasını, planlamasını, müşteri özelliğini, moda ürün tasarımını ve üretim sürecini, marka oluşumunu, moda ürünlerinin fiyatlandırılmasını, dağıtım kanallarını, tutundurma faaliyetlerini ve moda ürünlerinin pazarlanmasını içermektedir.	The promotion of the fashion marketing environment includes fashion market research, planning, customer specification, fashion product design and production process, brand formation, pricing of fashion products, distribution channels, promotion activities and marketing of fashion products.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status	Ön Lisans için 30 iş günü olup veya staj projesi ile tamamlanmaktadır.	It takes 30 working days for Associate Degree or completed with an internship project.
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Easey, Mike. Fashion Marketing Çivitç, Şule, Moda Pazarlama	Easey, Mike. Fashion Marketing Çivitç, Şule, Fashion Marketing
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğretim Görevlisi Ferhat Dumanlı	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Ürün pazarlama çalışmalarını inceleme yeterliliği kazanır.	Gains the competence to examine product marketing studies.
2	Fiyatlandırma, dağıtım ve tutundurma kavramları hakkında bilgi sahibi olur.	Gains knowledge of pricing, distribution and promotion concepts.
3	Pazarlama sürecini kavrar.	Understands the marketing process.
4	Ürün oluşturma ve marka çalışmalarını inceleme yeterliliği kazanır.	Gains the proficiency of creating products and examining brand studies.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Moda, modanın unsurları, moda döngüsü				
	Fashion, fashion elements, fashion cycle.				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama araştırmalarını incelemek				
	Examining marketing research				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama araştırmalarını incelemek				
	Examining marketing research				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün oluşturma ve marka çalışmalarını incelemek				
	Examine product creation and branding studies				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün oluşturma ve marka çalışmalarını incelemek				
	Examine product creation and branding studies				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fiyatlandırma çalışmalarını incelemek				
	Examine pricing studies				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fiyatlandırma çalışmalarını incelemek				
	To examine pricing studies.				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Vize				
	Midterm exam.				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dağıtım kanallarını tanımak ve incelemek				
	To know and examine distribution channels				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dağıtım kanallarını tanımak ve incelemek				
	To know and examine distribution channels				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tutundurma çalışmalarını tanımak ve incelemek				
	To recognize and examine promotion studies.				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Türk hazır giyim sektörü moda pazarlama yapısı ve stratejilerini incelemek.				
	To examine the fashion marketing structure and strategies of the Turkish ready-to-wear industry.				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Türk hazır giyim sektörü moda pazarlama yapısı ve stratejilerini incelemek				
	To examine the fashion marketing structure and strategies of the Turkish ready-to-wear industry.				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Türk hazır giyim sektörü moda pazarlama yapısı ve stratejilerini incelemek.				
	To examine the fashion marketing structure and strategies of the Turkish ready-to-wear industry.				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fİnal				
	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 Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	15.00	15.00
Bireysel Çalışma / Self Study	1	30.00	30.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	28.00	28.00
Toplam / Total:	5	75.00	75.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 75.00/25.00 = 3.00 ~ 3.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 75.00 / 25.00 = 3.00 ~ 3.00			

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	1.1.13	1.1.14	1.1.15	1.1.16	1.1.17
1.Ürün pazarlama çalışmalarını inceleme yeterliliği kazanır. / Gains the competence to examine product marketing studies.	5	5	3	3	5	4	3	3	3	4	2	2	2	4	2	3	4
2.Fiyatlandırma, dağıtım ve tutundurma kavramları hakkında bilgi sahibi olur. / Gains knowledge of pricing, distribution and promotion concepts.	5	5	5	3	5	4	3	3	3	4	2	2	4	4	2	3	4
3.Pazarlama sürecini kavrar. / Understands the marketing process.	5	5	5	3	5	4	4	3	3	4	2	2	4	4	2	3	4
4.Ürün oluşturma ve marka çalışmalarını inceleme yeterliliği kazanır. / Gains the proficiency of creating products and examining brand studies.	5	5	5	3	5	4	3	3	3	4	2	2	4	4	2	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