

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name		
Ders Kodu / Course Code	EGST328	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	3	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Yiyecek içecek pazarlaması ile ilgili gerekli teorik alt yapıyı vermek, yiyecek içecek pazarlarda hedef pazar seçimini, bölümlendirme ve konumlandırma stratejilerini ve satın alma süreci modellerini ve bu süreci etkileyen faktörleri öğretmektir	To give the necessary theoretical background about food and beverage marketing, to teach target market selection in food and beverage markets, segmentation and positioning strategies and purchasing process models and the factors affecting this process.
İçeriği / Content	Yiyecek İçecek Pazarlaması, Özellikleri, Satın Alma, Satın Alıcı, Pazar Fırsatları, Pazarlama Stratejisi, Ürün Geliştirme, Pazarlama Kanalları, Pazarlama İletişimi, Pazarda Tutunma, Satış Yönetimi, Pazarlık, Planlama Ve Kontrol, Müşteri Tutma ve Artırma	Food and Beverage Marketing, Features, Purchasing, Buyer, Market Opportunities, Marketing Strategy, Product Development, Marketing Channels, Marketing Communication, Market Hold, Sales Management, Bargaining, Planning and Control, Customer Retention and Increase
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading		
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr. Gör. Emine KESKİN	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Yiyecek - İçecek pazarını öğrenir, önemini kavrar.	Learns the food and beverage market and understands its importance.
2	Yiyecek - İçecek pazarında satın alma süreçlerini öğrenir ve uygular.	Learns and applies the purchasing processes in the food and beverage market.
3	Pazarlama stratejisinin önemini öğrenir.	Learns the importance of marketing strategy.
4	Pazarda tutunma, satıcı-alıcı ilişkisi, fiyatlandırma gibi konularda bilgi edinir.	Gains knowledge on issues such as holding in the market, seller-buyer relationship, pricing.
5	Müşteri tutma ve artırma durumlarında etkindir.	It is effective in customer retention and increase situations.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yiyecek İçecek Pazarlarının Özellikleri				
	Characteristics of Food and Beverage Markets				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satın Alma Fonksiyonu				
	Purchase Function				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yiyecek İçecek Satın Alıcı Davranışı				
	Food and Beverage Buyer Behavior				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yiyecek İçecek Pazar Fırsatları				
	Food and Beverage Market Opportunities				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yiyecek İçecek Pazarlama Stratejisi				
	Food and Beverage Marketing Strategy				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yiyecek İçecek Ürün Geliştirme				
	Food and Beverage Product Development				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yiyecek İçecek Pazarlama Kanalları				
	Food and Beverage Marketing Channels				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara sınav				
	Midterm				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yiyecek İçecek Pazarlarında Bütünleştirilmiş Pazarlama İletişimi				
	Integrated Marketing Communications in Food and Beverage Markets				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yiyecek İçecek Pazarlarında Tutundurma				
	Promotion in Food and Beverage Markets				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yiyecek İçecek Satış Yönetimi				
	Food and Beverage Sales Management				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fiyatlandırma ve Pazarlık				
	Pricing and bargain				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yiyecek İçecek Pazarlarında Planlama ve Kontrol				
	Planning and Control in Food and Beverage Markets				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri Tutma ve Arttırma				
	Customer Retention and Increase				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final Sınavı				
	final examination				

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	3.00	3.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	7	3.00	21.00
Final Sınavı / Final Examination	1	3.00	3.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	14	3.00	42.00
Okuma / Reading	14	3.00	42.00
Soru-Yanıt / Question-Answer	14	1.00	14.00
Tartışma / Discussion	1	15.00	15.00
Toplam / Total:	52	31.00	140.00

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.Yiyecek - İçecek pazarını öğrenir, önemini kavrar. / Learns the food and beverage market and understands its importance.	5	4	4	4	4	5	3	5	4	5	2	1	4	5	4
2.Yiyecek - İçecek pazarında satın alma süreçlerini öğrenir ve uygular. / Learns and applies the purchasing processes in the food and beverage market.	5	4	4	4	4	5	3	5	4	5	2	1	4	5	4
3.Pazarlama stratejisinin önemini öğrenir. / Learns the importance of marketing strategy.	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	2	1	4	5	4
4.Pazarda tutunma, satıcı-alıcı ilişkisi, fiyatlandırma gibi konularda bilgi edinir. / Gains knowledge on issues such as holding in the market, seller-buyer relationship, pricing.	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	2	1	4	5	4
5.Müşteri tutma ve artırma durumlarında etkindir. / It is effective in customer retention and increase situations.	5	4	4	4	4	5	3	5	4	5	2	1	4	5	4

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