

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Sales Management / Sales Management	
Ders Kodu / Course Code	IST516	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Master without Thesis / Master without Thesis	
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	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı öğrencilere, satış gücü ve satış yönetimi ile ilgili temel kavramlar, kişisel satış planlaması, satış gücünün organizasyonu, eğitimi, motivasyonu konuları hakkında bilgi kazandırmaktır.	The aim of this lesson is to gain knowledge of basics of sales power, sales management, personal sales planning, sales power organization, training, motivation.
İçeriği / Content	Pazarlama Satış Pazarlama Satış Farkı Müşteri PIK Değerler Endüstriyel Satış Endüstriyel Alıcı Özellikleri Satıcı Özellikleri Satış Adımları Satış Planlama Satış Gücü	Marketing Sales Marketing & Sales Differences Customer MID Values B2B Sales The Roles of B2B Buyers Properties of a Salesman Sales Steps Sales Planning Sales Power
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Karafakioğlu, M. (2005) Örnek Olaylarla Satış Yönetimi Altunışık, R., & İslamoğlu, A. H. (2014). Satış ve Satış Yönetimi Yılmaz, C. (Ed.) ve Ersoy, N.F. (Ed.) (2013). Satış Yönetimi	Karafakioğlu, M. (2005) Örnek Olaylarla Satış Yönetimi Altunışık, R., & İslamoğlu, A. H. (2014). Satış ve Satış Yönetimi Yılmaz, C. (Ed.) ve Ersoy, N.F. (Ed.) (2013). Satış Yönetimi

Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Zeki Yüksekbiçgili	
--	------------------------	--

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Öğrenciler temel satış terminolojisini tanımlar.	Students will describe the basic sales terminology.
2	Öğrenciler satış ve pazarlama arasındaki farkları açıklar.	Students will define the differences between sales and marketing.
3	Öğrenciler satış yönetiminin önemini açıklar.	Students will describe the importance of sales management.
4	Öğrenciler satış adımlarını tanımlayabilirler.	Students can define sales steps.
5	Öğrenciler satış adımlarını uygulayabilirler.	Students can perform sales steps.
6	Öğrenciler satış gücünü planlayabilirler.	Students can plan sales power.
7	Öğrenciler satış gücünü ve önemini tanımlayabilirler.	Students will define and describe the importance of the sales power.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	TEMEL KAVRAMLAR Pazarlama Satış Pazarlama ve Satış Arasındaki Fark				
	BASICS Marketing Sales Differences Between Sales & Marketing				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri Tüketici Algılama Öğrenme Davranış				
	Customer Consumer Perception Learning Acting				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	SATIŞ ve SATICILIK Alıcıda Olması Gereken Özellikler Endüstriyel Satışta Alıcı Roller				
	SALES AND SALESMAN Properties of Buyers The Roles of B2B Buyers				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dünyanın En İyi Satıcılarının Ortak Özellikleri Satıcıda Olması Gereken Özellikler				
	The Common Properties of Best Sellers The Properties of Salesman				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	SATIŞ ADIMLARI Satışın Sanatsal Yanı Satışın Bilimsel Yanı				
	SALES STEPS The Art of Selling The Science of Selling				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Hazırlık İlk İntiba				
	Preperation First Impression				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Güven Kurma İhtiyaç Analizi				
	Building Trust Need Analysis				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürüne Ait Faydaların Sunumu				
	Presenting the Benefits				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İtirazlarla Başa Çıkma				
	Managing Objections				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satış Kapatma				
	Closing Sales				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Karlı Müşteri Geliştirme				
	Developing Profitable Customer				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	SATIŞ PLANLAMA Satış Gücü Örgütlenmesi				
	SALES PLANNING Organizing Sales Power				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satış Gücünün Ödüllendirilmesi				
	Promoting Sales Power				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satış Gücü Performans Yönetimi				
	Performance Management of Sales Power				

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	20.00	20.00
Bireysel Çalışma / Self Study	14	4.00	56.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	20.00	20.00
Okuma / Reading	14	2.00	28.00
Toplam / Total:	46	50.00	154.00

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	1.1.18	1.1.19	1.1.20	1.1.21	1.1.22	1.1.23	
1.Öğrenciler temel satış terminolojisini tanımlar. / Students will describe the basic sales terminology.																								5
2.Öğrenciler satış ve pazarlama arasındaki farkları açıklar. / Students will define the differences between sales and marketing.																								5
3.Öğrenciler satış yönetiminin önemini açıklar. / Students will describe the importance of sales management.																								5
4.Öğrenciler satış adımlarını tanımlayabilirler. / Students can define sales steps.																								5
5.Öğrenciler satış adımlarını uygulayabilirler. / Students can perform sales steps.																								5
6.Öğrenciler satış gücünü planlayabilirler. / Students can plan sales power.																								5
7.Öğrenciler satış gücünü ve önemini tanımlayabilirler. / Students will define and describe the importance of the sales power.																								5

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