

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	RETAILING I / RETAILING I	
Ders Kodu / Course Code	1302008472016	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	First Cycle / First Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	3	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language	English / English	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Bu dersin amacı, perakendecilik alanında değişik ekonomik koşullarla baş etmek için detaylı uygulamalar ve geliştirilen stratejiler hakkında bilgilendirmektir. Özellikle başarılı satın alma faaliyetlerine yönelik teorik ve pratik bilgilerin bir arada verilmesi amaçlanmaktadır. Bu şekilde ders, perakendecilik alanında müşterilerin, tedarikçilerin satın alma davranışlarını öğretmekte ve müşteri ihtiyaçlarının nasıl daha iyi karşılanabileceğine dair stratejiler ortaya koymakta, lojistik, dağıtım ve fiyat yönetimi gibi kavramları da değerlendirmektedir.	The aim of this course is to inform about the detailed applications and strategies developed to cope with various economic conditions in the field of retailing. It is aimed to provide theoretical and practical information together for successful procurement activities. In this way, the course teaches the purchasing behaviors of the customers in the retailing field and introduces strategies for how customer needs can be better met, and evaluates concepts such as logistics, distribution and price management.
İçeriği / Content	Bu ders perakendecilik yönetimine yönelik bir bakış açısı kazandırmayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda dersin temel başlıkları Perakende Pazarlamacılık Kavramı, İşletme ve Perakendeciler İlişkileri, Perakendecilik ve Stratejik Planlama, Perakendecilik İşletmeleri ve Türleri, Perakendecilik İşletmelerinde Pazarlama Karması, Perakendecilik Politika ve Stratejileri ve Perakende İşletmelerin Yönetimidir.	This course aims to provide a perspective on retail management. In this respect, the main topics of the course are Retail Marketing Concept, Business and Retailer Relations, Retailing and Strategic Planning, Retail Business and Types, Marketing Mix in Retail Business, Retail Policy and Strategies and Retail Business Management.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	-Levy, M., Weitz, B. A., Grewal, D., & Madore, M. (2023). Retailing management, 11. Ed. New York: McGraw-Hill/Irwin. - Berman, Barry and Evans Joel R. (2009), Retail Management: A Strategic Approach, Prentice Hall, Pearson Education. - Gilbert, David (2003), Retail Marketing Management, Pearson Education	-Levy, M., Weitz, B. A., Grewal, D., & Madore, M. (2023). Retailing management, 11. Ed. New York: McGraw-Hill/Irwin. - Berman, Barry and Evans Joel R. (2009), Retail Management: A Strategic Approach, Prentice Hall, Pearson Education. - Gilbert, David (2003), Retail Marketing Management, Pearson Education

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Perakendecilik ve perakende pazarlamasına yönelik teorik bilgi sahibi olmak	To have theoretical knowledge of retailing and retail marketing
2	Perakendecilik ve perakende pazarlama stratejileri geliştirebilmek	To be able to develop retailing and retailing marketing strategies
3	Perakendecilik alanındaki güncel gelişmeleri yorumlayabilmek	To be able to interpret contemporary developments in retailing

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Perakendeciliğe Giriş				
	Introduction to Retailing				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Perakendeci Türleri				
	Types of Retailers				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital Perakendecilik				
	Digital Retailing				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Çoklu Kanal ve Omni-kanal Perakendecilik				
	Multichannel and Omnichannel Retailing				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Perakende Pazar Stratejisi				
	Retail Market Strategy				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Finansal Strateji				
	Financial Strategy				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Perakende Satış Yerleri				
	Retail Locations				
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
	Bilgi Sistemleri ve Tedarik Zinciri Yönetimi				
	Information Systems and Supply Chain Management				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri İlişkileri Yönetimi				
	Customer Relationship Management				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Perakende Fiyatlandırma				
	Retail Pricing				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Perakende İletişim				
	Retail Communication				
13	Perakendecilikte Marka Yönetimi (Perakendeci Sunumu)				
	Branding Management in Retailing (Retailer Presentation)				
14	Proje Sunumları				
	Project Presentation				
15	Perakendeciliğin Geleceği (Perakendeci Sunumu)				
	The Future of Retailing (Retailer Presentation)				
16	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	60
Proje Sunma / Project Presentation	1	40
Toplam / Total:	2	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
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	3.00	42.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	10	2.00	20.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	20	2.00	40.00
Okuma / Reading	14	2.00	28.00
Proje Hazırlama / Project Preparation	1	12.00	12.00
Toplam / Total:	61	23.00	144.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 144.00/30.00 = 4.80 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 144.00 / 30.00 = 4.80 ~			

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.Perakendecilik ve perakende pazarlamasına yönelik teorik bilgi sahibi olmak / To have theoretical knowledge of retailing and retail marketing	2	2						5			4		5
2.Perakendecilik ve perakende pazarlama stratejileri geliştirebilmek / To be able to develop retailing and retailing marketing strategies	1	2						5			5		5
3.Perakendecilik alanındaki güncel gelişmeleri yorumlayabilmek / To be able to interpret contemporary developments in retailing	1	2						5			5		5

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