

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Retailing Marketing Management / Retailing Marketing Management	
Ders Kodu / Course Code	9204015302016	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Second Cycle / Second Cycle	
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 Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
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 öğrenmek ve müşteri ihtiyaçlarının nasıl daha iyi karşılanabileceğine dair stratejiler ortaya koymakta, lojistik, dağıtım ve fiyat yönetimi gibi kavramları da değerlendirmektedir.	The objective of this course is to explore with detailed cases and strategies for dealing with varying economic conditions, as well as the theoretical and practical background required for successful purchasing. To evaluate the concepts of logistics and distribution and price management are also aims of this course. It provides the fundamental information new buyers need to accurately forecast and fulfill their customers' merchandise requirements.
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 about retailing management. Under this issue, the main headlines are Retailing Marketing Concept, Business and Retailers Relations, Retailing and Strategic Planning, Retailing Business and Types, The Marketing Mix of Retailing Firms, Retailing Strategies and Retailing Management.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	- Berman, Barry and Evans Joel R. (2009), Retail Management: A Strategic Approach, Prentice Hall, Pearson Education. - Gilbert, David (2003), Retail Marketing Management, Pearson Education	- Berman, Barry and Evans Joel R. (2009), Retail Management: A Strategic Approach, Prentice Hall, Pearson Education. - Gilbert, David (2003), Retail Marketing Management, Pearson Education

Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Doç. Dr. Keti VENTURA	
--	-----------------------	--

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Perakendecilik ve perakende pazarlamasının teorik ve pratik bilgisini sağlamak	Provide a working knowledge of retailing and retail marketing theory and practice.
2	Satın alma ve fiyat yönetiminin temel prensiplerini analiz etmek	Analyze the fundamental principles of merchandising and price management

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
1	Perakendecilik Pazarlaması Dersine Giriş				
	Introduction to Retailing course				
2	Perakendecilik ve Perakende Pazarlaması				
	Retailing and Retail Marketing				
3	Tüketici Davranışı ve Perakendecilik İşleyişi				
	Consumer Behaviour and Retail Operations				
4	Hizmet ve Kalite Yönetimi				
	Management of Service and Quality				
5	Perakendecilik Pazarlama Karması				
	The Retail Marketing Mix				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Ticaret Yönetimi				
	Merchandise Management				
7	Fiyatlandırma ve Promosyon				
	Pricing and Promotion				
8	Arasınava				
	Midterm				
9	Lojistik ve Dağıtım				
	Logistics and Distribution				
10	Perakendecilikte Bilgi Teknolojilerinin Uygulanması				
	Application of Information Technology in Retailing				
11	Pazarlama Planlaması ve Perakendecilik				
	Marketing Planning and Retailing				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Lokasyon Stratejileri ve Kararları				
	Location Strategies and Decisions				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Perakendecilikte Marka Yönetimi				
	Branding Management in Retailing				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Consumerism, Etik ve Uluslararası Perakendecilik				
	Consumerism, Ethics, and International Retailing				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Perakendeciliğin Geleceği				
	The Future of Retailing				
16	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 Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Derse Katılım / Attending Lectures	16	3.00	48.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	20	2.00	40.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	20	3.00	60.00
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı / Final Examination	1	4.00	4.00
Okuma / Reading	10	2.00	20.00
Toplam / Total:	68	16.00	174.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 174.00/30.00 = 5.80 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 174.00 / 30.00 = 5.80 ~

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	1.1.14	1.1.15	1.1.16	1.1.17	
1.Perakendecilik ve perakende pazarlamasının teorik ve pratik bilgisini sağlamak / Provide a working knowledge of retailing and retail marketing theory and practice.	4	4	4	5	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1
2.Satın alma ve fiyat yönetiminin temel prensiplerini analiz etmek / Analyze the fundamental principles of merchandising and price management	4	4	3	5	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1

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