

## GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Sales Management / Sales Management	
Ders Kodu / Course Code	9204045042010	
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, öğrencilerin küresel pazardaki satış yönetimi ve kişisel satış konusundaki temel ve önemli kuralları ve kavramları öğrenmelerini sağlamaktır.	To have students learn and understand the basic and essential principles and concepts of personal selling and sales management in the global marketplace.
İçeriği / Content	Ders kapsamında satış süreci ve satış yönetimi odağında profesyonel satış faaliyetlerini, satış bölgelerini oluşturmayı, potansiyel ve tahmini satışları ve satış kotalarını incelemektir.	The sales management course is an analysis of professional selling practices with emphasis on the selling process and sales management, including the development of territories, determining potentials and forecasts, and setting quotas.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	David Jobber, Geoff Lancaster, Selling and Sales Management, 8th Edition, Prentice Hall, 2010.	David Jobber, Geoff Lancaster, Selling and Sales Management, 8th Edition, Prentice Hall, 2010.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Doç. Dr. İpek Kazançoğlu	

## ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Satışların işletmenin dinamik mikro/makro çevresindeki rolüne yönelik öğrencilerde farkındalık geliştirmek ve öğrencilere bilgi kazandırmak	To increase the student's awareness and knowledge of the role that sales plays within the company's dynamic micro/macro environments.
2	Teknolojinin küresel dünyada farklı kültürler arasında yapılan satışları nasıl değiştirdiğine yönelik öğrencilerde bir bakış açısı geliştirmek	To enlighten the student's perspective of how technology is changing the way sales is conducted cross-culturally and around the globe
3	Satış yöneticilerinin karşılaştığı yönetsel ve etik sorunları belirlemek.	To define managerial and ethical problems faced by sales managers.

## HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlamada Satışın Rolü ve Gelişimi				
	Development and Role of Selling in Marketing				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satış Stratejileri				
	Sales Strategies				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Satın Alma Davranışı				
	Consumer Buyer Behaviour				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Örgütsel Satın Alma Davranışı				
	Organisational Buyer Behaviour				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Satışa Yönelik Düzenlemeler				
	Sales Settings				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Satış Teknikleri: Satış Sorumlulukları ve Hazırlıkları				
	Sales Techniques: Sales Responsibilities and Preparation				
7	Kişisel Satış Becerileri				
	Personel Selling Skills				
8	Ara sınav				
	Midterm				
9	Satış Yönetimi: İşe Alma ve Seçim				
	Sales Management : Recruitment and Selection				
10	Motivasyon				
	Motivation				
11	Eğitim				
	Training				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Satış Gücünün Örgütlenmesi ve Tazminat				
	Organisation and Compensation				
13	Satış Tahminleme				
	Sales Forecasting				
14	Satış Bütçesi				
	Budgeting				
15	Satış Performansının Değerlendirilmesi				
	Sales Force Evaluation				
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	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)
Ödev Problemleri için Bireysel Çalışma / Individual Study for Homework Problems	10	3.00	30.00
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	20	3.00	60.00
Derse Katılım / Attending Lectures	16	3.00	48.00
Ara Sınav için Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	5	5.00	25.00
Toplam / Total:	53	18.00	167.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 167.00/30.00 = 5.57 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 167.00 / 30.00 = 5.57 ~

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.Satışların işletmenin dinamik mikro/makro çevresindeki rolüne yönelik öğrencilerde farkındalık geliştirmek ve öğrencilere bilgi kazandırmak / To increase the student's awareness and knowledge of the role that sales plays within the company's dynamic micro/macro environments.	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
2.Teknolojinin küresel dünyada farklı kültürler arasında yapılan satışları nasıl değiştirdiğine yönelik öğrencilerde bir bakış açısı geliştirmek / To enlighten the student's perspective of how technology is changing the way sales is conducted cross-culturally and around the globe	4	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3
3.Satış yöneticilerinin karşılaştığı yönetsel ve etik sorunları belirlemek. / To define managerial and ethical problems faced by sales managers.	3	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3

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