

## İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)

2019 - 2020 Eğitim Öğretim Yılı

## PERAKENDECİLİK

## Ders Tasarımı (Syllabus)

| Dersin Tanımı  |   |                    |          |                           |                         |
|--|---|--------------------|----------|---------------------------|-------------------------|
| Adı  | Kodu  | Yarıyıl            | T+U Saat | Kredi                     | AKTS                    |
| PERAKENDECİLİK   | PR321.0526  | Bahar Dönemi       | 3+0      | 3                         | 5                       |
| <b>Ön Koşul Dersleri</b>   |   |                    |          |                           |                         |
| <b>Önerilen Seçmeli Dersler</b>  |   |                    |          |                           |                         |
| <b>Dersin Dili</b>   | İngilizce   |                    |          |                           |                         |
| <b>Dersin Seviyesi</b>   | Lisans  |                    |          |                           |                         |
| <b>Dersin Türü</b>   | Programa Bağlı Seçmeli  |                    |          |                           |                         |
| <b>Dersin Koordinatörü</b>   | Doç.Dr. Ayşen AKYÜZ   |                    |          |                           |                         |
| <b>Dersi Verenler</b>  | Doç.Dr. Ayşen AKYÜZ   |                    |          |                           |                         |
| <b>Dersin Yardımcıları</b>   |   |                    |          |                           |                         |
| <b>Dersin Amacı</b>  | Bu dersin amacı öğrencinin perakendecilikle alakalı kapsamlı bir bakış açısı kazanmasını sağlamak ve perakende çevresinde pazarlama kavramlarının uygulanmasını öğretmektir   |                    |          |                           |                         |
| <b>Dersin İçeriği</b>  | Bu ders; Tüketici Davranışları ,Perakendeciliğe Giriş,Perakendecilikte İlişki Kurmak ve Geliştirmek,Perakendecilikte Stratejik Planlama,Geleneksel Perakendecilik ve Web, Mağazasız Perakendecilik ,Bilgi Toplama ve İşleme Süreci ,Konum/Yer Seçimi ,Perakendecilikte İnsan Kaynakları Yönetimi ,Operasyon Yönetimi ,Planları Geliştirmek ve Uygulamak ,Fiyatlandırma Stratejileri,İmaj Yaratmak ve Sürdürmek ,Tutundurma Stratejisi ,Perakende Stratejisini Bütünleştirme ve Kontrol ; konularını içermektedir. |                    |          |                           |                         |
| <b>Dersin Öğrenme Çıktıları</b>  |   |                    |          | <b>Öğretim Yöntemleri</b> | <b>Ölçme Yöntemleri</b> |
| Perakendecilik endüstrisinin iş dünyası ve bireyler üzerindeki etkisini açıklar.   |   |                    |          | 1, 11, 2                  | A                       |
| Konum kararlarının, tedarikçi seçimlerinin, fiyatlandırmanın ve ticari satışın perakende işlemlerini nasıl etkilediğini açıklar. |   |                    |          | 1, 12, 2, 3               | A                       |
| Perakendecilerin müşteri sadakati ve marka imajı oluşturmak için pazarlama iletişimini nasıl kullandığını açıklar.               |   |                    |          | 1, 12, 2, 3               | A                       |
| Perakendecilerin nasıl perakende karması geliştirdiklerine yönelik anlayış geliştirir.   |   |                    |          | 1, 12, 2, 3               | A                       |
| <b>Öğretim Yöntemleri</b>  | 1: Anlatım, 11: Seminer, 12: Örnek Olay, 2: Soru - Cevap, 3: Tartışma   |                    |          |                           |                         |
| <b>Ölçme Yöntemleri</b>  | A: Yazılı sınav   |                    |          |                           |                         |
| <b>Ders Akışı</b>  |   |                    |          |                           |                         |
| <b>Sıra</b>  | <b>Konular</b>  | <b>Ön Hazırlık</b> |          |                           |                         |
| 0  | Tüketici Davranışları   |                    |          |                           |                         |
| 1  | Perakendeciliğe Giriş   |                    |          |                           |                         |
| 2  | Perakendecilikte İlişki Kurmak ve Geliştirmek   |                    |          |                           |                         |
| 3  | Perakendecilikte Stratejik Planlama   |                    |          |                           |                         |
| 4  | Geleneksel Perakendecilik ve Web, Mağazasız Perakendecilik  |                    |          |                           |                         |
| 6  | Bilgi Toplama ve İşleme Süreci  |                    |          |                           |                         |
| 7  | Konum/Yer Seçimi  |                    |          |                           |                         |
| 8  | Perakendecilikte İnsan Kaynakları Yönetimi  |                    |          |                           |                         |
| 9  | Operasyon Yönetimi  |                    |          |                           |                         |
| 10   | Planları Geliştirmek ve Uygulamak   |                    |          |                           |                         |
| 11   | Fiyatlandırma Stratejileri  |                    |          |                           |                         |
| 12   | İmaj Yaratmak ve Sürdürmek  |                    |          |                           |                         |
| 13   | Tutundurma Stratejisi   |                    |          |                           |                         |
| 14   | Perakende Stratejisini Bütünleştirme ve Kontrol   |                    |          |                           |                         |
| <b>Kaynaklar</b>   |   |                    |          |                           |                         |
| Evans, J., Berman, B., Chatterjee, P. , 2018, Retail Management: International Edition, 13/E, Pearson Publication                |   |                    |          |                           |                         |