

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
YİYECEK VE İÇECEK İŞLET. SATIŞ VE PAZARLAMA	GMS2112549	Güz Dönemi	3+0	3	3
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Emine OLUM				
Dersi Verenler	Öğr.Gör.Dr. Leyla KABASAKAL GÜZELOĞLU				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Yiyecek içecek sektöründe faaliyet gösterecek açığı adaylarının pazarlama, markalaşma ve satış alanlarında temel kavramlara, uygulamalara hakim olması ve başarılı işletmeler kurulmasında ve sürdürülmesinde pazarlamanın önemini anlaşılması.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Pazarlamaya giriş- Pazarlamanın tarihi gelişimi- Pazarlama çevresi ,Pazarlama çevresi ,4P ve 4C Pazarlama karması- Ürün / Müşteri- Fiyat / Maliyet- Dağıtım / Kolaylık- Tutundurma / İletişimi ,Pazarlamada Segmentasyon-Hedefleme-Konumlama ,Pazar Analizleri- Pazar araştırması- Rakip analizi ,Markalaşma- Konumlandırma- Misyon ve Vizyon ,Hizmet pazarlaması- Yiyecek-içecek sektöründe pazarlama uygulamaları ,Tüketici davranışı- Yiyecek-içecek sektöründe tüketici davranışı,Pazarlama Planının Öğrenilmesi ,Pazarlama Planı Hazırlanması,Müşteri ilişkileri yönetimi - CRM kavramı- Yiyecek-içecek işletmelerinde CRM uygulamaları,Dijital Pazarlama - Sosyal medya pazarlaması ,Pazarlama Planlarının Sunumu ,Yiyecek ve içecek işletmelerinde Pazarlamada satışın önemi. Satış sürecinin aşamaları. Satış yöntemleri ; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
Temel Pazarlama bilgisi açıklayabilir.				9	C
Hedef müşteri tanımlamasını belirler				9	C
Pazar araştırma metodlarını tanır				9	C
Alanında pazarlama planı oluşturabilir.				9	C
Öğretim Yöntemleri	9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	C: Çoktan Seçmeli Sınav				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Pazarlamaya giriş- Pazarlamanın tarihi gelişimi- Pazarlama çevresi				
2	Pazarlama çevresi				
3	4P ve 4C Pazarlama karması- Ürün / Müşteri- Fiyat / Maliyet- Dağıtım / Kolaylık- Tutundurma / İletişimi				
4	Pazarlamada Segmentasyon-Hedefleme-Konumlama	Pazar araştırması			
5	Pazar Analizleri- Pazar araştırması- Rakip analizi				
6	Markalaşma- Konumlandırma- Misyon ve Vizyon	Konum araştırma ödevi			
7	Hizmet pazarlaması- Yiyecek-içecek sektöründe pazarlama uygulamaları				
8	Tüketici davranışı- Yiyecek-içecek sektöründe tüketici davranışı				
9	Pazarlama Planının Öğrenilmesi				
10	Pazarlama Planı Hazırlanması				
11	Müşteri ilişkileri yönetimi - CRM kavramı- Yiyecek-içecek işletmelerinde CRM uygulamaları				
12	Dijital Pazarlama - Sosyal medya pazarlaması				
13	Pazarlama Planlarının Sunumu				
14	Yiyecek ve içecek işletmelerinde Pazarlamada satışın önemi. Satış sürecinin aşamaları. Satış yöntemleri				
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		50			
Genel Sınav		50			

**Kaynaklar**

Öğretim görevlisinin ders notları  
Mucuk, İsmet; Pazarlama İlkeleri, 1997, ISBN: 9757337595