

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	FOOD MARKETING / FOOD MARKETING	
Ders Kodu / Course Code	UGP22820122720	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
Ders Akts Kredi / ECTS	2.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Formal Education / Formal Education	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Gıda ürünleri pazarlamasının temel konularını açıklamak	Explain the basic concepts of marketing of food products
İçeriği / Content	Pazarlama yönetimi, Pazarlama stratejisi, Pazarlama performansının değerlendirilmesi ve kontrolü; Pazarlama araştırmaları.	Marketing management, marketing strategy, performance evaluation and control of marketing, marketing research.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Gıda Ürünleri Pazarlaması, Prof. Dr. Oğuz Yurdakul, Yrd. Doç. A. Ali Koç, Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Genel Yayın No:121, 1997, Adana.	Gıda Ürünleri Pazarlaması, Prof. Dr. Oğuz Yurdakul, Yrd. Doç. A. Ali Koç, Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Genel Yayın No:121, 1997, Adana.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Öğr. Gör. Ali GÖNCÜ	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

46	Ürün pazarlama stratejilerini anlatır	Product marketing strategies to comprehend
47	Pazarlama kurum ve kanallarını açıklar	Marketing institutions and channels explains
48	Ürün, fiyat, dağıtım ve promosyon stratejilerini yorumlar	Product, price, distribution and promotion strategies comments
49	Pazarlama performansını değerlendirir	Evaluates the performance of Marketing
50		

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Giriş				
	introduction				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama yönetimi				
	Marketing management				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar çeşitleri				
	Market varieties				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici davranışları				
	Consumer behavior				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Firma pazar talebinin tahmini				
	The company forecast market demand				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar bölümlleme, hedef pazar seçimi ve ürün pozisyonlama				
	Market segmentation, target market selection and product positioning				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama stratejisi				
	Marketing strategy				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara sınav				
	Midterm Exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün stratejisi				
	Product strategy				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Fiyat stratejisi				
	Price strategy				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dağıtım stratejisi				
	Distribution strategy				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Promosyon stratejisi				
	Promotion strategy				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama performansının değerlendirilmesi ve kontrolü				
	Marketing evaluation and control of performance				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama araştırmaları				
	Marketing Research				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama kurum ve kanalları				
	Marketing institutions and channels				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dönem sonu sınavı				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

	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	2.00	2.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Seminer / Seminar	1	1.00	1.00
Ödev Problemleri için Bireysel Çalışma / Individual Study for Homework Problems	1	10.00	10.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	7.00	7.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	10.00	10.00
Toplam / Total:	20	34.00	60.00

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
46.Ürün pazarlama stratejilerini anlatır / Product marketing strategies to comprehend			3			5	5			4	5	5	5	5	5
47.Pazarlama kurum ve kanallarını açıklar / Marketing institutions and channels explains			3			5	5			4	5	5	5	5	5
48.Ürün, fiyat, dağıtım ve promosyon stratejilerini yorumlar / Product, price, distribution and promotion strategies comments			3			5	5			4	5	5	5	5	5
49.Pazarlama performansını değerlendirir / Evaluates the performance of Marketing			3			5	5			4	5	5	5	5	5
50. /															

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