Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**PMY104U - Perakendeciliğe Giriş**
Ders Türü	II.Yarıyıl
Teori + Uygulama	0+0
AKTS	**6.0**
Ders Dili	Türkçe
Ders Türü	Zorunlu Dersler
Öğretim Elemanları	DR. ÖĞR. ÜYESİ NAZLI NUR UZ

Dersin Veriliş Biçimi	Uzaktan eğitim
Önkoşullar	Bu dersin önkoşulu ya da eş koşulu bulunmamaktadır.
Önerilen Dersler	Bu dersle ilişkili önerilen başka dersler bulunmamaktadır.
Önerilen Kaynaklar	Öztürk, S.A. (Ed.) (2013). Perakendeciliğe Giriş. Eskişehir. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2851, Açıköğretim Fakültesi Yayın No:1808.
Staj & Uygulama	Bu ders için staj veya uygulama yoktur.

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
1. hafta		Perakendeciliğin Kapsamı ve Gelişim Aşamaları; Perakendecilik Fonksiyonları: Dağıtım sistemi içinde perakendeciliğin önemi, Perakende mağaza; Perakende Satış ve Özellikleri; Perakende Sektörü: Geleneksel ve organize perakende pazarı, Perakende sektöründe performans göstergeleri; Perakendeciliğin Ekonomik ve Sosyal Etkileri: Perakendeciliğin ekonomik etkileri, Diğer sektörlere etkisi, Perakende satışlar, İstihdama katkısı, Verimlilik artışı yoluyla katkı, Ulusal ve uluslararası yatırımcıları çekme yoluyla katkı, Göreli fiyat düşüşleri, Kayıt dışılığın azaltılması, Ürün/hizmet kalitesinde artış, Özel markalı ürünler yoluyla katkı, Perakendeciliğin sosyal katkıları.	
2. hafta		Perakendecilikte Kariyer Fırsatları; Perakendecilikteki Trendler ve Gelişmeler: Perakendecilikte teknolojinin artan önemi, Daralan ekonomiler ve azalan tüketim harcamaları, Yeni perakende formatları, kısalan perakende yaşam çemberi ve perakende yakınlaşmaları, Mega perakendecilerin yükselişi, Mağazasız perakendeciliğin hızla büyümesi, Yeşil perakendecilik, Büyük ölçekli perakendecilerin uluslararasılaşması.	
3. hafta		Demografik Faktörler: Nüfusun artış hızı, Nüfusun yaş gruplarına göre dağılımı, Patlama kuşağı (1946-1964), X kuşağı (1965-1976), Y kuşağı (1977-1994), Z kuşağı (1995-....), Nüfusun cinsiyete göre dağılımı, Kentleşme oranı, Hane halkı sayısı ve büyüklüğü, Nüfusun aile yaşam dönemine göre dağılımı, Tüketicilerin eğitim düzeyi; Ekonomik Faktörler: Tüketicilerin gelirleri, Gelir dağılımı, Enflasyon, İşsizlik, Tüketici kredisi ve kredi kartı kullanımı, Tüketim ve üretimin değişen niteliği.	

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
4. hafta		Sosyo-Kültürel ve Psikolojik Faktörler: Kadının rolündeki değişimler, Tüketicilerin satın alma alışkanlıklarındaki değişmeler, Müşteri olma güdüleri, Yaşam tarzındaki değişmeler, Rekabet; Teknoloji ve İletişim Araçlarındaki Gelişmeler: Barkodlar, Radyo frekanslı tanıtım etiketleri (RFID), 2D QR barkodlar (2 Boyutlu Yeni Barkod Sistemi), Akıllı bilgi teminalleri (Kiosklar), Akıllı aynalar, Akıllı raflar, Akıllı alışveriş sepeti, Elektronik etiket sistemi, Akıllı etiket ve akıllı ambalaj, Akıllı teraziler, Elektronik reklam panoları, Kasiyersiz kasa, Dokunarak öde, Digital faturalar, Elektronik veri değişimi (EDI), Otomasyonlu envanter takip sistemi (AIT), Akıllı mağazalar, İletişim araçlarındaki gelişmeler; Yasal ve Uluslararası Çevre.	
5. hafta		Perakendecilikte Etik: Perakendeci hissedar ilişkileri ve etik, Perakendeci tedarikçi ilişkileri ve etik (Raf bedeli, Ticari rüşvet, İş yapmayı kabul etmeme, Tedarikçinin ayrımcılık yapması, İkili dağıtım-dual dağıtım, Ayrımcı fiyatlandırma, Dikey fiyat anlaşması, Gri pazarlar, Özel bölgeler, Özel dağıtım anlaşmaları, Bağlama anlaşmaları, Öneri bedeli), Perakendecinin rakipleri ile ilişkileri ve etik olmayan uygulamalar (Rakibin başarılı elemanlarını işletmeye çekme, Perakende casusluğu, Yatay fiyat anlaşmaları, Yıkıcı fiyatlama, Rakiplerin perakende karmasını kötülemek), Perakendeci çalışan ilişkileri ve etik olmayan uygulamalar, Perakendeci-tüketici ilişkilerinde etik olmayan uygulamalar (Taklit mallar, Ürün kalitesi, Fiyatlandırma, Hediye dağıtımı), Çalışan müşteri ilişkileri.	
6. hafta		Tüketici Etiği; Perakendecilik ve Sosyal Sorumluluk: Müşterilere karşı sorumlulukları, Çalışanlara karşı sorumlulukları, Hissedarlara karşı sorumlulukları, Tedarikçilere karşı sorumlulukları, Topluma karşı sorumlulukları, Çevreye karşı sorumlulukları, İşletmelerin ekonomik sorumlulukları, İşletmelerin yasal sorumlulukları, İşletmelerin etik sorumlulukları, İşletmelerin gönüllü sorumlulukları (Sosyal amaç teşvikleri, Ürün bazında sosyal amaç bağlantılı pazarlama, Kurumsal sosyal davranış pazarlaması, Kurumsal hayırseverlik, Toplum gönüllülüğü, Sosyal açıdan sorumluluk taşıyan iş uygulamaları); Çevreci Perakendecilik.	
7. hafta		Ara sınav	
8. hafta		Perakendeci Kurumların Sınıflandırılması; Mağazalı Perakendecilik: Gıda ağırlıklı perakendeci kurumlar (Kolaylık mağazaları, Geleneksel süpermarketler, Karma mağazalar, Sınırlı ürün dizisi sunan mağazalar, Depo mağazaları), Genel ürün perakendecileri (Özel ya da özellikli mağazalar, Bölümlü mağazalar, İndirim mağazaları, Çeşit mağazaları, Düşük fiyatlı perakendeciler, Fabrika satış mağazaları, Depo kulüpleri, Bit pazarları ve semt pazarları, Alışveriş merkezleri).	

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
9. hafta		Mağazasız Perakendecilik: Mağazasız perakendeciliğin üstün ve zayıf yönleri, Mağazasız perakendeciliğin gelişimini etkileyen faktörler, Mağazasız perakendecilik uygulamaları (Doğrudan postalama, Katalogla satış, Kitlesel medya aracılığıyla perakendecilik, Gazete ve dergilere dayalı uygulamalar, Radyo ve televizyona dayalı uygulamalar, Telefonla pazarlama, Otomatik satış makineleri ve kiosklar, Doğrudan satış, Elektronik perakendecilik); Mağazalı ve Mağazasız Perakendecilik Uygulamalarının Bir Arada Yürütülmesi.	
10. hafta		Bağımsız Perakendecilik: Bağımsız perakendeciliğin üstün ve zayıf yönleri; Zincir Mağazalar: Zincir mağazaların üstün ve zayıf yönleri; Franchising: Franchising türleri, Franchising sisteminin yararları, Franchising sisteminin zayıf yönleri.	
11. hafta		Bölüm Kiralama: Bölüm kiralamanın üstün yönleri, Bölüm kiralamanın zayıf yönleri; Dikey Pazarlama Sistemleri; Tüketici Kooperatifleri, Hizmet Perakendeciliği ve Önemi: Hizmet perakendecilerini ürün perakendecilerinden ayıran özellikler; Hizmet Perakendecilerine Yönelik Stratejiler.	
12. hafta		Uluslararası Perakendeciliğin Tanımı; Dünyada Perakendeciliğin Uluslararasılaşma Eğilimleri; Türkiye'de Perakendeciliğin Uluslararasılaşma Eğilimleri; İşletmeleri Uluslararası Pazarlara Yönlendiren Nedenler; Uluslararasılaşmayı Etkileyen Faktörler.	
13. hafta		Uluslararası Pazarlara Giriş Seçenekleri: Pazara doğrudan ve tek başına giriş, Şirket satın alma ya da birleşmeleri, Ortak girişimler, Franchising, İmtiyaz hakkı, Lisans Verme; Uluslararasılaşmada Başarı ve Başarısızlık Nedenleri.	
14. hafta		Dönem sonu sınavı	

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
1	Perakendecilik sektörünü, fonksiyonlarını, sektörün ekonomik ve sosyal etkileri ile sektördeki gelişmeleri açıklayıp kariyer fırsatlarını yorumlama * Perakendeciliğin kapsamını ve gelişim aşamalarını açıklama * Perakendecilik fonksiyonlarını tanımlama * Perakende satışın özelliklerini değerlendirme * Perakendeciliği bir sektör olarak analiz etme * Perakendeciliğin ekonomik ve sosyal etkilerini açıklama * Perakendecilikteki kariyer fırsatlarını değerlendirme * Perakendecilikteki son trendleri ve gelişmeleri izleme
2	Perakendecilik sektörünü etkileyen çevresel faktörleri çözümleme * Perakendecilerin faaliyetlerini etkileyen demografik faktörleri açıklama * Perakendeciliği etkileyen ekonomik faktörleri tanımlama * Sosyo-kültürel ve psikolojik faktörlerin perakendecileri nasıl etkilediğini değerlendirme * Perakendecilikte rekabet ve türlerini açıklama * Perakendecilerin faaliyetlerini etkileyen yasal düzenlemeleri ve uluslararasılaşmayı anlama
3	Perakendecilerin müşterilerine, çalışanlarına ve topluma yönelik etik ve sosyal sorumluluklarını açıklama * Perakendecilikte etiğin önemini, kapsamını ve etik olmayan uygulamaları tanıma * Perakendecilerin çeşitli taraflara yönelik sosyal sorumluluklarını açıklama * Tüketici etiğini ve tüketicilerin etik açıdan sorun yaratabilecek davranışlarını ayırt etme * Çevreci perakendecilik uygulamalarını değerlendirme

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
4	Perakende sektörü içinde yer alan farklı perakendecilik türlerini tanımlama * Perakendeci kurumları sınıflandırma * Mağaza ortamında yapılan perakendecilik türlerini tanıma * Mağazasız perakendecilik kavramını ve uygulamalarını açıklama * Mağazalı ve mağazasız perakendeciliğin bir arada yürütülmesini değerlendirme
5	Perakende sektöründeki sahiplik biçimlerini değerlendirip, hizmet perakendeciliğinin farklı yönlerini karşılaştırma * Sahipliğe göre perakendeci kurumları sınıflandırma * Bağımsız perakendeciliğin üstün ve zayıf yönlerini anlama * Zincir mağazaları tanımlama * Franchise sistemi ve kapsamını açıklama * Dikey pazarlama sistemlerini gruplandırma * Bölüm kiralamayı açıklama * Tüketici kooperatiflerinin kuruluş amaçlarını açıklama * Hizmet perakendeciliğini tanımlama
6	Perakendecilikte uluslararasılaşma eğilimlerini değerlendirip, uluslararası perakendecilik faaliyetlerinin gerektirdiklerini açıklama * Uluslararası perakendecilik kavramını ve kapsamını açıklama * Perakendecileri uluslararası pazarlara yönelten nedenleri değerlendirme * Uluslararasılaşma kararlarını etkileyen faktörleri tanımlama * Uluslararası pazarlara giriş seçeneklerini karşılaştırma

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

İçerik girilmemiştir.

Dersin Teması

İçerik girilmemiştir.

AKTS İş Yükü

Etkinlik	Süre (Saat)	Sayı	İş Yükü
Teorik Derse Katılım	0	0	0
Sınıf Dışı Çalışma (Ön Hazırlık & Pekiştirme Amaçlı)	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Proje - Rapor - Sunum Hazırlama	0	0	0
Ara Sınav Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Final Sınavı Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Uygulama (Laboratuvar, Müzik/Enstrüman Uygulaması, Atölye/Saha Çalışması vb.)	0	0	0
Staj Uygulaması	0	0	0
		Hesaplanan AKTS	**0**

Ölçme ve Değerlendirme

İçerik girilmemiştir.

Değerlendirme Yöntemi ve Geçme Kriterleri	Sayısı	Yüzde (%)
1.Ara Sınav	1	30
Dönem Sonu Sınavı	1	70
	Toplam (%)	**100**