



AYDIN ADNAN MENDERES UNIVERSITY COURSE INFORMATION FORM

Course Title		Food and Beverage Marketing							
Course Code		YII514		Couse Level		Second Cycle (Master's Degree)			
ECTS Credit	5	Workload	123 <i>(Hours)</i>	Theory	3	Practice	0	Laboratory	0
Objectives of the Course		To have knowledge regarding core topics of marketing management and its characteristics.							
Course Content		From the product development, purchasing, and promotional activities of the Food and Beverage Market to the management of customer relationships, functions in a wide range are examined.							
Work Placement		N/A							
Planned Learning Activities and Teaching Methods				Explanation (Presentation)					
Name of Lecturer(s)									

Assessment Methods and Criteria

Method	Quantity	Percentage (%)
Midterm Examination	1	40
Final Examination	1	60

Recommended or Required Reading

1	Kotler, P. J. Bowen, J. Makens (2009). Marketing for Hospitality & Tourism International Edition, 5th Edition, ISBN13: 9780132453134
---	--

Week	Weekly Detailed Course Contents	
1	Preparation Work	Informing and acquiring the course content and objectives.
2	Theoretical	Comparison of food and beverage markets with other markets and their characteristics
3	Theoretical	Food and Beverage Marketing Strategies
4	Theoretical	Food and Beverage Marketing Channels
5	Theoretical	food and Beverage Marketing opportunities
6	Theoretical	Food and Beverage Purchasing Behaviour
7	Theoretical	Product Development in food and beverage Marketing
8	Theoretical	Marketing Channels in Food and Beverage Marketing
9	Intermediate Exam	Midterm
10	Theoretical	Mass communication methods in the food and beverage market
11	Theoretical	Social Media and Food and Beverage Marketing
12	Theoretical	Promition in Food and beverage marketing
13	Theoretical	Customer Relationship Management in Food and Beverage Market
14	Theoretical	Word of Mouth in Food and Beverage Marketing
15	Final Exam	Final

Workload Calculation

Activity	Quantity	Preparation	Duration	Total Workload
Lecture - Theory	14	3	3	84
Midterm Examination	1	15	2	17
Final Examination	1	20	2	22
Total Workload (Hours)				123
[Total Workload (Hours) / 25*] = ECTS				5

*25 hour workload is accepted as 1 ECTS

Learning Outcomes

1	Knows the basic aspects of Food and Beverage Marketing.
2	To be aware of the specific characteristics of the Food and Beverage Market.
3	Follows the latest trends in Food and Beverage Market



4	Follows the developments in Food and Beverage Market
5	Knows the marketing techniques of Food and Beverage market.

Programme Outcomes (Food Benerage Management and Cullinary Arts Master's Without Thesis)

1	Yiyecek İçecek alanında lisans düzeyindeki yeterliliklerine dayalı olarak turizm işletmeciliği alanındaki bilgilerini uzmanlık düzeyinde geliştirir ve turizm işletmeciliğinin disiplinler arası yapısı bağlamında farklı disiplinlerin bakışı ile sektörü değerlendirebilir.
2	Yiyecek- İçecek işletmeciliği alanındaki bir probleme ilişkin çalışma yaparken sektörün hem sosyo-ekonomik etkilerini hem de işletmecilikle ilgili sorunlarını birbirleri ile etkileşim içerisinde ayrı ayrı analiz eder.
3	Yiyecek İçecek işletmeciliği alanında daha önce ortaya koyulmamış belli konularda bilgi üretmek adına birincil veri kaynaklarına yönelik çalışma yapar.
4	Yiyecek İçecek işletmeciliği alanında ortaya çıkan güncel gelişmeleri ve kendi çalışmalarını, alanındaki ve dışındaki gruplara, yazılı, sözlü ve görsel olarak sistemli bir şekilde aktarır.
5	Yiyecek İçecek işletmeciliği alanındaki bir problemi, bağımsız olarak kurgular, çözüm yöntemi geliştirir, sonuçları değerlendirir ve alanına ilişkin projelerde, proje yürütücüsü veya katılımcısı olarak görev alır.
6	Yiyecek İçecek işletmeciliği alanında belli konularda strateji ve uygulama planları geliştirir ve elde edilen sonuçları değerlendirir; işletmenin görev aldığı alanlara ilişkin vizyon, amaç ve hedefleri belirler.
7	Yiyecek İçecek işletmeciliği alanında edindiği bilgi ve becerilere eleştirel bir gözle yaklaşır, sorgular ve sorunların tespiti, analizi ve çözümünde analitik yaklaşımı uygulayarak çok yönlü araştırma gerçekleştirir.
8	Yiyecek İçecek işletmelerinde görev aldığı alanla ilgili olarak sürekli kendini yeniler ve geliştirir.
9	Veri toplanması, yorumlanması, duyurulması aşamalarında bilimsel, sosyal ve etik değerleri gözeterek bu değerleri öğretebilir ve denetleyebilir.
10	En az bir yabancı dilde turizm literatürünü takip etme yeteneğine sahiptir.
11	Yiyecek İçecek işletmelerinin departmanları ile ilgili gelişmelerde paylaşıma açıktır ve bilgilerini paylaşır.
12	Yiyecek İçecek işletmelerinde kullanılan bilgi teknolojileri hakkında bilgi sahibidir ve bu teknolojileri kullanır.
13	Yiyecek İçecek işletmeciliği alanındaki ortaya koyulmuş mevcut verileri kullanarak bilimsel yöntemlerle bilgiyi geliştirir, bilimsel, toplumsal ve etik sorumluluk ile kullanır.
14	Yiyecek İçecek işletmeciliği alanında özümsemiği bilgiyi ve problem çözme yeteneklerini, disiplinler arası çalışmalarda uygular.

Contribution of Learning Outcomes to Programme Outcomes 1:Very Low, 2:Low, 3:Medium, 4:High, 5:Very High

	L1	L2	L3	L4	L5
P1	4	5	5	4	5
P2	5	4	4	5	4
P3	5	4	5	5	5
P4	4	5	5	4	4
P5	5	4	5	4	5
P6	5	5	4	4	4
P7	4	5	5	5	5
P8	5	4	4	5	4
P9	4	5	4	4	5
P10	5	4	5	5	4
P11	5	4	5	4	5
P12	5	4	4	5	5
P13	4	5	5	4	5
P14	5	4	5	5	4

