



AYDIN ADNAN MENDERES UNIVERSITY COURSE INFORMATION FORM

Course Title		Marketing Strategies in Food and Beverage Industry							
Course Code		GAST515		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		It is aimed to follow the marketing strategies and literature used in the food and beverage industry.							
Course Content		In order to capture competitive advantage and sustaining business success, customer-centric marketing strategies are essential. The core concepts and tools of contemporary strategic marketing management—from market segmentation and product positioning to consumer needs and buying behavior to digital and social media marketing will be explored.							
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	Marketing Strategies, A Managerial Approach, Remzi Altunışık
2	Marketing Research, Kemal Kurtuluş
3	Marketing Research, Naresh K. Malhotra

Week	Weekly Detailed Course Contents	
1	Preparation Work	Informing and acquiring the course content and objectives.
2	Theoretical	The Importance of Strategic Marketing
3	Theoretical	Market Segmentation
4	Theoretical	Defining target market
5	Theoretical	Positioning in the Market
6	Theoretical	CRM, Customer Relationship Management
7	Theoretical	Micro Marketing
8	Theoretical	Event marketing
9	Intermediate Exam	Midterm
10	Theoretical	WOM; Word of Mouth
11	Theoretical	Digital Marketing
12	Theoretical	Experimental Marketing
14	Theoretical	Social Media and 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	Can follow the literature of Strategic Marketing.
2	Market Segmentation follows target market setting and market positioning practices in the food and beverage field.



3	Knows the research methods used in strategic marketing.
4	Knows marketing strategies.
5	Knows marketing strategies.

Programme Outcomes (Gastronomy and Culinary Arts Master)

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 gözetenek 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 özümlediği 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	4	5	4
P2	5	4	5	4	5
P3	5	5	5	5	4
P4	5	4	4	4	5
P5	4	5	5	4	5
P6	5	4	5	4	5
P7	4	5	5	4	5
P8	5	4	4	5	4
P9	5	5	4	4	4
P10	4	4	5	5	5
P11	5	5	4	4	4
P12	4	4	5	4	5
P13	4	5	4	5	4
P14	4	5	5	4	4

