



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Pazarlama Araştırması							
Ders Kodu		İŞLT307		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	4	İş Yüğü	102 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Dersin amacı öğrencinin, çeşitli pazarlama problemlerine yönelik kavramsal bilgilerin edinmesinin yanı sıra, araştırma sürecini yürütmesi, sonuçlandırması ve yorumlamasına ilişkin uygulama yapabilmeyi sağlamaktır.							
Özet İçeriği		Pazarlama araştırması sürecine genel bir bakış, araştırma tasarımı ve potansiyel hata kaynakları, ölçme ve ölçekleme...							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Gösterip Yaptırma, Tartışma, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	A. Ercan GEGEZ, Pazarlama Araştırmaları, Beta Basım Yayım, İstanbul, 2010.
2	Cemal YÜKSELEN, Pazarlama Araştırmaları, 5. Basım, Detay Yayıncılık, Ankara, 2011.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Dersin Amacı ve İşlenişi
2	Teorik	Pazarlama Araştırmalarına Giriş
3	Teorik	Pazarlama Araştırması Sürecine Genel Bir Bakış
4	Teorik	Keşifsel Araştırma ve Kalitatif Çalışmalar
5	Teorik	İkincil Veri Toplama
6	Teorik	Anketle Veri Toplama
7	Teorik	Araştırma Tasarımı ve Potansiyel Hata Kaynakları
8	Teorik	Gözlem
9	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
10	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
11	Teorik	Deney
12	Teorik	Ölçme ve Ölçekleme
13	Teorik	Anket Tasarımı
14	Teorik	Örnekleme Süreci
15	Teorik	Spss Uygulamaları

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	13	0	3	39
Bireysel Çalışma	13	0	2	26
Ara Sınav	1	15	1	16
Dönem Sonu Sınavı	1	20	1	21
Toplam İş Yüğü (Saat)				102
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				4

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Araştırma ve pazarlama araştırmaları ile ilgili temel kavramları açıklar.
---	---



2	Güncel uygulamaları örnekler.
3	Araştırma yöntemleri ve teknikleri hakkında bilgileri kavrar.
4	Pazarlama araştırmalarının iş dünyası ve işletme yönetimi açısından önemini kavrar.
5	Pazarlama araştırmalarında kullanılan her bir yöntemin firma faaliyetleri üzerindeki etkisini tahmin edebilirler.

Program Çıktıları (Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Programı)

1	Ulusal ve Uluslararası piyasalarda yetkin olarak görev yapabilecek orta ve üst düzey yönetici adayı yetiştirmek.
2	Öğrencilerimiz teorik derslerin yanı sıra uygulamaya yönelik, proje bazlı dersler alabilmektedir.
3	Öğrencilerimiz öğrenimleri sırasında sektörle ilişkiler kurmakta ve iş olanakları elde etmektedir.
4	Bölümümüzün akademik programında yer alan Avrupa ve Asya Ekonomileri, Küresel Ticaret ve Yatırım Uygulamaları, Avrupa Birliği İşletme Politikaları, Farklı Kültürlerle Ticaret Koşulları, İhracat-İthalat, Gümrük Mevzuatları, Dış Ticaret Finansmanı, Emlak Değerleme Mevzuatı gibi önemi giderek artan konularla ilgili dersler verilmekte ve buna paralel olarak ders programları sürekli olarak güncellenmektedir.
5	Bölümümüzün mezunları dış ticaret firmaları, çokuluslu şirketler, banka ve sigorta şirketleri, perakende sektörü, reklam ajansları ve lojistik firmalarında orta ve üst düzey yönetici olarak iş yaşamına katılabilmektedir.
6	Uluslararası Ticaret alanında teorik ve uygulamalı düzeyde ileri derecede bilgi sahibi olmak, bu bilgileri kullanabilmek.
7	Uluslararası Ticaret ve Ekonomi ile ilgili temel kavram, fikir ve verileri bilimsel yöntemlerle inceleyebilmek, eleştirel ve analitik bakış açısı ile yorumlayabilmek ve ekonomik olay ve gelişmelerle ilişkilendirerek değerlendirebilmek.
8	Uluslararası Ticaret ile ilgili konularda düşünce, yorum ve değerlendirmelerini yazılı ve sözlü olarak aktarabilmek.
9	Uluslararası Ticaret kavramı ile bağlantılı kamu kurumları ve özel sektör kuruluşlarının, nasıl işlediğini anlamak ve bu alandaki süreklilikleri ve değişiklikleri tespit edebilmek.
10	Uluslararası Ticaret ile ortak çalışma içerisinde olan disiplinlere (örneğin; iktisat, hukuk, finans, uluslararası işletme vb) ilişkin temel bilgilere sahip olmak ve bu bilgileri kullanabilmek.
11	Uluslararası Ticaret, Küreselleşme ve Finansman sistemleri ile ilgili İngilizce yayın ve araştırmaları izleyebilmek ve meslektaşları ile uluslararası alanda iletişim kurabilmek.
12	Veri toplanması, yorumlanması ve duyurulması aşamalarında bilimsel ve etik değerlere sahip olmak.
13	Yerel, bölgesel (örneğin Avrupa Birliği ve Orta Doğu) ve küresel gelişmeleri politik ekonomik açıdan tanımlayabilmek, takip edebilmek ve bu gelişmeler arasında ilişki kurabilmek.
14	Uluslararası Ticaret alanında teorik ve uygulamalı düzeyde ileri derecede bilgi sahibi olmak, bu bilgileri kullanabilmek.
15	İkinci bir dili orta düzeyde kullanabilmek.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4
PÇ2	4	4	3	4
PÇ3	2	2	3	2
PÇ4	1	2	2	2
PÇ5	3	3	3	3
PÇ8	4	4	4	4
PÇ12	5	4	5	5
PÇ14	4	3	4	4

