



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Pazarlama Araştırmaları							
Ders Kodu		ZTE507		Ders Düzeyi		Yüksek Lisans			
AKTS Kredi	7	İş Yüğü	173 (Saat)	Teori	2	Uygulama	2	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Dersin temel amacı, öğrencilerin pazarlama araştırma sürecini ve tekniklerini öğrenerek bunları tarımsal ürünler için uygulayabilmelerini sağlamaktır. Dersi alan öğrenciler sorunun tanımlanması, araştırma planının oluşturulması, veri toplanması, verilerin analizi ve yorumlanması ile araştırma raporunun hazırlanması konularında beceri kazanabileceklerdir							
Özet İçeriğı		Pazarlama araştırmalarının tanımı ve önemi, işletme organizasyonu ve pazarlama bilgi sistemi içindeki yeri. Pazarlama araştırmalarında problemin teşhisi ve tanımlanması, veri kaynaklarının belirlenmesi, örnekleme ve veri toplanmasında kullanılacak yöntemlerin seçimi. Pazar bölümlerinin analizi hedef Pazar seçimi ve pazarlama karmasının planlanması. Uluslararası pazarlara açılmanın avantajları, uluslar arası pazarlara giriş şekilleri, uluslararası ticarete kullanılan ödeme şekilleri. Tüketici, ürün, dağıtım kanalı, reklam, fiyat ve dış pazar araştırması. Markalaşmanın etiketlenmenin ve ambalajlamanın tarımsal pazarlamadaki işlevlerinin ve katkılarının ortaya konulmasıdır.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)		Doç. Dr. Gökhan ÇINAR							

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Gilbert, A., Churchill, Jr., (1998), Marketing Research, University of Wisconsin, USA
2	Pedberg, D.I., Titson, C., and Albisu, L.M., 2002, Agro-food marketing, Cab International, Zaragoza-Spain
3	Tokol, T., 2000 Marketing Research, Uludağ Universty, Publication No: 164, Bursa.
4	Yukselen C., 2000, Marketing Research, Detay publisher, Ankara

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Dersin tanıtımı; kapsamı, kural ve gerekleri
2	Teorik	Pazarlama araştırmalarının tanımı ve önemi, işletme organizasyonu içindeki yeri
3	Teorik	Pazarlama araştırmalarının tanımı ve önemi, işletme organizasyonu içindeki yeri
4	Teorik	Pazarlama araştırmalarında problemin teşhisi ve tanımlanması, veri kaynaklarının belirlenmesi
5	Teorik	Pazarlama araştırmalarında kullanılan örnekleme yöntemleri ve verilerin toplanmasında kullanılan yöntemler
6	Teorik	Pazarlama bölümlenme ve hedef pazar seçimi
7	Teorik	Pazarlama karmasının oluşturulması
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	Uluslararası pazarlama ile ilgili kavramlar
10	Teorik	Tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen faktörler
11	Teorik	Yeni ürün ve yeni ürün geliştirme stratejileri
12	Uygulama	Dağıtım kanalı ve reklam araştırmaları
13	Uygulama	Fiyat araştırması ve fiyatlandırma stratejileri
14	Uygulama	Dış Pazar araştırma modeli ve dış pazarlama araştırmasında kullanılan yöntemler
15	Uygulama	Örnek Olay incelemesi
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Dönem Sonu Sınavı

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	2	2	56
Uygulamalı Ders	14	2	2	56



Ara Sınav	1	24	1	25
Dönem Sonu Sınavı	1	35	1	36
Toplam İş Yüğü (Saat)				173
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				7
*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.				

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Pazarlama araştırmalarının önemini kavrayabilme
2	Pazarlama araştırması sürecinin ve aşamalarının kavranılması
3	Alternatifler arasında uygun pazarlama stratejilerinin belirlenmesi becerisinin kazandırılması
4	Pazarlama araştırması türlerini ve bunlara yönelik süreçleri öğrenerek, uygulayabilme becerisinin kazandırılması
5	Pazarlama araştırmalarında problemin teşhisi ve tanımlanması, veri kaynaklarının belirlenmesi ve bu verilere uygulanabilecek analizleri yapabilme

Program Çıktıları (Tarım Ekonomisi Yüksek Lisans Programı)

1	Tarım bilimleri ile ekonomi biliminin temel prensiplerini birlikte kullanarak, tarımın ekonomik sorunlarını kavrayabilme ve çözebilme becerisi.
2	Tarım ekonomisi ile ilgili bilimsel araştırma süreçlerinde bilgiye ulaşabilme, değerlendirme, yorumlama ve uygulamaya aktarma becerisi.
3	Doğal kaynakların kullanımı ile verimlilik ilişkisini çevre, gıda güvenliği ve sürdürülebilirlik hedefleriyle bütünleştirebilme becerisi.
4	Ekonomik ve politik gelişmelerin Türk tarım sektörü üzerine yapabileceği etkileri tahmin etme, ulusal ve uluslararası tarımsal piyasaları izleyebilme, anlayabilme ve bunları yorumlama ve yenilikçi yöntemleri uygulama becerisi.
5	Kırsal alanda faaliyet gösteren tüm aktörlerle davranış bilimlerinin gerektirdiği düzeyde iletişim kurabilme, sorunları saptama ve ortak proje yürütebilme becerisi.
6	Tarım bilimleri alanında çok disiplinli olarak yürütülen çalışmalarda liderlik yapma, karmaşık durumlarda çözüm yaklaşımları geliştirebilme ve sorumluluk alma becerisi.
7	Mesleğinin yeni ve gelişmekte olan uygulamaları hakkında farkındalık; gerektiğinde bunları inceleme ve öğrenebilme becerisi.
8	Tarım ekonomisi alanında kuramsal ve uygulamalı bilgileri kullanabilme becerisi.
9	Tarım ve ekonomi alanında orijinal fikir ve yöntemleri; sistem, parça veya süreç tasarımlarıyla bütünleştirip yenilikçi çözümler geliştirebilme becerisi.
10	Araştırma konusu ile ilgili fikir ve bulgularını sözlü ve yazılı olarak etkin bir şekilde ifade edebilme becerisi.

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	4				
PÇ2		4			
PÇ8			5	5	
PÇ9					5

