



AYDIN ADNAN MENDERES UNIVERSITY COURSE INFORMATION FORM

Course Title		Marketing Research							
Course Code		YII518		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		The determination of the wishes and needs of the consumers, the transformation of the students and the presentation of goods as a service mix constitute the focus of the marketing researches.							
Course Content		Examination of methods used in market research							
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 Research
---	--------------------

Week	Weekly Detailed Course Contents	
1	Preparation Work	Informing and acquiring the course content and objectives.
2	Theoretical	Contents and importance of marketing research
3	Theoretical	Decision Making in Marketing Risk and Uncertainty
4	Theoretical	Decision-making in case of partial omission and bayes decision analysis
5	Theoretical	Sampling
6	Theoretical	Data and Information Collection Methods and Tools in Marketing Research
7	Theoretical	Preparation of Analysis of Information and Data Collected
8	Theoretical	Research Planning and Experiential Plans
9	Intermediate Exam	Midterm
10	Theoretical	Measurement and Scaling in Marketing Research
11	Theoretical	Interest Analysis and Correlation, Regression Analysis
12	Theoretical	Multidimensional Scaling Analysis
13	Theoretical	Factor Analysis
14	Theoretical	Clustering Analysis
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 importance and benefits of market research.
2	Knows the different analysis techniques.
3	Can follow reports about market researches.
4	Knows about general marketing techniques



5	Knows about general marketing literature
---	--

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

