



## AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

|                                   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |            |             |   |          |   |             |   |
|-----------------------------------|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|---|----------|---|-------------|---|
| Dersin Adı                        |   | Tarımsal Pazarlama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |            |             |   |          |   |             |   |
| Ders Kodu                         |   | TE311                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |            | Ders Düzeyi |   | Lisans   |   |             |   |
| AKTS Kredi                        | 4 | İş Yüğü                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 100 (Saat) | Teori       | 2 | Uygulama | 2 | Laboratuvar | 0 |
| Dersin Amacı                      |   | Modern pazarlama anlayışı prensiplerinin tarımsal ürünlerin pazarlanmasında uygulanabilirliği ve tarımsal ürünlerin pazar organizasyonunda etkinliğinin nasıl sağlanabileceği konusunda bilgi ve beceri kazandırmaktır.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |            |             |   |          |   |             |   |
| Özet İçeriğı                      |   | Pazarlama kavramı, klasik ve modern pazarlama anlayışlarının farklılıkları, tarımsal ürünlerde arz ve talebi etkileyen faktörler, fiyat oluşumu, denge fiyat, tarımsal ürünlerde esneklik kavramı, tarımsal ürünlerde pazarlama kanalları, tarımsal ürünlerde pazarlama marjı hesaplamaları, yeni ürün geliştirmenin önemi ve stratejilerin ortaya konulması, tutundurma faaliyetleri, marka ve markalaşma, standardizasyon, pazarlama araştırma aşamaları ve pazar bölümlleme stratejilerinin uygulanmasının incelenmesinin örnek olay uygulamalarının öğretilmesi. |            |             |   |          |   |             |   |
| Staj Durum                        |   | Yok                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |            |             |   |          |   |             |   |
| Öğretim Yöntemleri                |   | Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay, Bireysel Çalışma                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |            |             |   |          |   |             |   |
| Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları) |   | Prof. Dr. Renan TUNALIOĞLU                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |            |             |   |          |   |             |   |

### Ölçme ve Değerlendirme Araçları

| Araç                      | Adet | Oran (%) |
|---------------------------|------|----------|
| Ara Sınav (Vize)          | 1    | 40       |
| Dönem Sonu Sınavı (Final) | 1    | 70       |

### Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

|   |                                                                                                                            |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Güneş, T., 1996, Tarımsal Pazarlama, A.Ü. Zir. Fak. Halkla İlişkiler ve Yayın Ünitesi, Ankara, 339s.                       |
| 2 | İslamoğlu,A.H,1999, Pazarlama Yönetimi, Beta Basımevi, İstanbul 855s                                                       |
| 3 | Yükselen, C., 2008, Pazarlama, İlkeler, Yönetim, Örnek Olaylar, Detay Yayıncılık, Ankara, 478s.                            |
| 4 | Kotler, P 2003, A Framework for Marketing Management, Second Edition,Northwestern University, Pearson Education, USA363 s. |

| Hafta | Haftalara Göre Ders Konuları |                                                                                    |
|-------|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Teorik                       | Dersin tanıtımı, kapsamı, kuralları                                                |
| 2     | Teorik                       | Pazarlama, tarımsal pazarlama kavramı, müşteri, tüketici vb. kavramlar             |
| 3     | Teorik                       | Pazarlama anlayışında meydana gelen gelişmeler                                     |
| 4     | Teorik                       | Tarım ürünlerinde arz ve talep                                                     |
| 5     | Teorik                       | Tarımsal ürünlerde Esneklikler                                                     |
| 7     | Teorik                       | Tarımsal ürünlerde pazarlama kanalları ve özellikleri                              |
| 8     | Ara Sınav (Vize)             | Ara Sınav                                                                          |
| 9     | Teorik                       | Pazarlama marjlarının hesaplanması                                                 |
| 10    | Teorik                       | Yeni ürün ve yeni ürün geliştirme kavramı, stratejileri                            |
| 11    | Teorik                       | Pazarlamada tutundurma kavramı ve tarımsal ürün stratejiler                        |
| 12    | Teorik                       | Tarımsal ürünlerde marka ve marka yaratma stratejileri                             |
| 13    | Teorik                       | Tarımsal ürünlerde pazarlama araştırması kavramı hedef pazar seçimi ve stratejiler |
| 14    | Teorik                       | Tarımsal pazarlamaya yönelik konularda öğrenci sunumları                           |
| 15    | Teorik                       | Tarımsal pazarlamaya yönelik konularda öğrenci sunumları                           |

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

| Etkinlik        | Adet | Ön Hazırlık | Etkinlik Süresi | Toplam İş Yüğü |
|-----------------|------|-------------|-----------------|----------------|
| Kuramsal Ders   | 14   | 1           | 2               | 42             |
| Uygulamalı Ders | 14   | 1           | 2               | 42             |
| Ara Sınav       | 1    | 7           | 1               | 8              |



|                                                       |   |   |   |     |
|-------------------------------------------------------|---|---|---|-----|
| Dönem Sonu Sınavı                                     | 1 | 7 | 1 | 8   |
| Toplam İş Yüğü (Saat)                                 |   |   |   | 100 |
| Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi  |   |   |   | 4   |
| *25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir. |   |   |   |     |

**Dersin Öğrenme Çıktıları**

|    |                                                                                                                                                 |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Pazarlama tanımını kavrayabilme                                                                                                                 |
| 2  | Tarımsal ürünlerin arz ve talep özellikleri ve esnekliklerini hesaplama ve esnekliklerin tarımsal ürünlerin pazarlamasında etkilerini yorumlama |
| 3  | Tarımsal fiyatları farklı piyasa koşullarında değerlendirebilme                                                                                 |
| 4  | Tarımsal ürünlerde fiyatlandırma ve fiyatlandırma stratejilerini incelenmesi                                                                    |
| 5  | Tarımsal ürünlerde pazarlama kanallarının işleyişi ve pazarlama kanallarının etkinliğinin değerlendirilebilme                                   |
| 6  | Tarımsal ürünlerde pazarlama marjının kavramını yorumlayabilme                                                                                  |
| 7  | Tarım sektöründe yeni ürün geliştirme stratejilerini analiz edilebilme, marka kavramı, markalaşmayı değerlendirebilme                           |
| 8  | Tarımsal pazarlamada tutundurma, pazarlama araştırma ve pazarlama araştırmalarını kavrayabilme                                                  |
| 9  | Tarımsal ürünlerde standardizasyon kavramı ve kurumsal yapının analiz edebilme                                                                  |
| 10 | Tarımsal ürünlerin pazarlamasında hedef pazar kavramı ve hedef pazar seçiminde izlenecek stratejilerin değerlendirebilme                        |

**Program Çıktıları (Bahçe Bitkileri Programı)**

|    |                                                                                                                                                                                       |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Tarım problemlerini temel tarım, matematik ve fen bilgileri ışığında irdeleyebilme becerisi                                                                                           |
| 2  | Bahçe bitkileri türlerinde farklı tarım sistemlerini planlayabilme ve uygulayabilme becerisi                                                                                          |
| 3  | Piyasa taleplerine uygun ıslah programlarını oluşturabilme ve gerçekleştirebilme                                                                                                      |
| 4  | Bahçe bitkilerinde her türlü damızlık materyalin çoğaltılabilmesi                                                                                                                     |
| 5  | Modern teknolojileri üretime aktarabilme becerisi                                                                                                                                     |
| 6  | Bahçe bitkileri ürünlerinin üretim, muhafaza ve değerlendirilmesinde kalite bilincine sahip olma (Farklı kalite parametrelerini ölçebilme, değerlendirebilme ve yönetebilme becerisi) |
| 7  | Bahçe bitkileri alanında yer alan tüm bitkisel materyalin korunması, geleceğe aktarımını sağlayabilme ve çevreye duyarlı analitik düşünme                                             |
| 8  | Tarımsal problemlerin çözümünde araştırma, analitik düşünme, bilgiye ulaşma ve çözüm üretme becerisi (Proje, ödev, tez,seminer, staj)                                                 |
| 9  | Tarımsal problemlerin farkında, onları izleyebilme,bu konularla ilgili görüşlerini açık bir şekilde sözlü ve yazılı ifade ederek iletişim kurabilme (Türk dili,sosyal içerikli ders)  |
| 10 | Takım çalışması yapabilme                                                                                                                                                             |
| 11 | Bahçe bitkileri yetiştiriciliği alanında bağımsız çalışabilme, karar verebilme ve mesleki-etik değerler bilinciyle fikirlerini sözlü ve yazılı ifade etme becerisi                    |
| 12 | Yaratıcı, yenilikçi ve analitik düşünme, yaşam boyu öğrenmenin gerekliliğini kavrama, konusu ile ilgili iletişim ağlarının içinde yer alma ve sosyal yönlerden gelişme becerisi       |

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

|     | ÖÇ1 | ÖÇ2 | ÖÇ3 | ÖÇ4 | ÖÇ5 | ÖÇ6 | ÖÇ7 | ÖÇ8 | ÖÇ9 | ÖÇ10 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| PÇ2 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5    |
| PÇ3 | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5    |

