

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Pazarlama Araştırması	2211310	III	2+1	3	3
Ön Koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Mesleki				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Öğrencinin, problemi açık bir şekilde ortaya koyabilmesini ve pazarlama araştırma amacını belirleyebilmesini, problemin özelliği ve araştırmanın niteliğine göre pazarlama araştırması için veri kaynaklarını ve veri toplama yöntemlerini belirleyebilmesini, problemin özelliğine göre, pazarlama araştırmasında örnek kitleyi belirleyebilmesini ve örnekleme sürecini yerine getirebilmesini, verileri toplayıp analiz ederek, raporlayabilmesini sağlamaktır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenci; 1- Pazarlama araştırmaları bağlamında yer alan temel kavramları açıklar 2- Araştırma problemini formüle eder, hipotezleri kurar ve gerekli analiz yöntemlerini belirleyebilir. 3- Pazarlama araştırması için gerekli olan veri ve bilgilerin neler olduğuna karar verir ve uygun ölçekleri geliştirebilir. 4- Anket tasarımı yapar, veri toplama sürecinde örnekleme işlemlerini belirler ve saha çalışmasının yürütülmesini organize edebilir. 5- Temel istatistiksel analiz yöntemlerini bilir, sonuçları değerlendirir ve bulgulara ilişkin çıkarımlar yapabilir. 6- Pazarlama araştırması raporunu hazırlayabilir.				
Dersin İçeriği	Keşifsel ve kalitatif araştırmalar, birincil ve ikincil veri toplama, anket tasarımı, gözlem, deney, spss uygulamaları				
Haftalar	Konular				
1	Problemi açık bir şekilde ortaya koymak				
2	Pazarlama araştırma amacını				
3	Pazarlama araştırma amacı Pazarlama araştırması için veri kaynakların				
4	Pazarlama araştırması için veri kaynaklarını belirlemek				
5	Pazarlama araştırması için veri kaynaklarını b				
6	Pazarlama araştırması için veri toplama yöntemlerini belirlemek				
7	Ara Sınav				
8	Pazarlama araştırması için veri toplama yöntemleri				
9	Pazarlama araştırması için veri toplama yöntemleri				
10	Pazarlama araştırması için veri toplama yöntemleri Pazarlama araştırmasında örnek kitleyi belirlemek ve örnekleme sürecini				
11	Pazarlama araştırmasında örnek kitleyi belirlemek ve örnekleme sürecini				
12	Pazarlama araştırmasında örnek kitleyi belirlemek ve örnekleme sürecini				
13	Verileri toplayıp analiz etme				
14	Verileri raporlama				
Genel Yeterlilikler					
1-Analiz edebilme, 2-Vakaları yorumlayabilme, 3-Sunum tekniği kullanabilme					
Kaynaklar					
Gegez, E. (2010). <i>Pazarlama Araştırmaları</i> . İstanbul: Beta Basım Yayım Ders Notları					
Değerlendirme Sistemi					
Ara Sınav : % 40 Final : % 60 Bütünleme:					

	PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU														
	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15
ÖK1	4	5	4	5	4	2	2	3	3	2	4	5	3	4	3
ÖK2	5	5	5	5	5	2	3	3	2	1	4	5	2	4	2
ÖK3	4	5	4	5	4	2	2	3	3	1	4	5	3	4	3
ÖK4	5	5	5	5	5	2	3	3	2	1	4	5	2	4	2
ÖK5	4	5	4	5	4	2	2	3	3	1	4	5	3	4	3
ÖK6	5	5	5	5	5	2	3	3	4	1	5	5	2	4	2
ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları															
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek		

Program Çıktıları Ve İlgili Dersin İlişkisi

Ders	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
Pazarlama Araştırması	5	5	5	5	5	2	3	3	3	1	4	5	2	4	3