



## YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ DIŞA AÇIK DERSLER KOORDİNATÖRLÜĞÜ

Okul/Fakülte: İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLERİ FAKÜLTESİ

Bölüm/Program: PAZARLAMA -TÜRKÇE

<b>Ders Dili:</b>	Türkçe	<b>Ders Kodu:</b>	PAZL401
<b>Ders Türkçe İsmi:</b>	PAZARLAMA ARAŞTIRMASI		
<b>Ders İngilizce İsmi:</b>	MARKETING RESEARCH		
<b>Dersi Verecek:</b>	Uzm. Gülhan AVCI		
<b>Dersin Türü:</b>	ZORUNLU	<b>Dersin Seviyesi:</b>	LİSANS
<b>Yıl</b>	4	<b>Semester</b>	7
<b>Ders Kredisi:</b>	3	<b>AKTS Kredisi:</b>	6
<b>Teori(saat/hafta):</b>	0,00	<b>Uygulama(saat/hafta):</b>	0,00
		<b>Laboratuvar(saat/hafta):</b>	0,00

**Dersin İçeriği:** Pazarlama probleminin tanımlanması ile birlikte verilerin toplanması,sınıflandırılması,analiz edilmesi,yorumlanması ve rapor edilmesi sürecini içerir.

**Öğrenme Kazanımları:** İlgili kavramları/kuramları anlayabilecek  
İlgili kavram/kuramların geçerliliğini tartışabilecek  
İlgili kavram/kuramların, gerçek hayattaki muhtemel uygulamalarını tartışabilecek ve öneriler sunabilecek  
İlgili kavram/kuramları gerçek hayata/verilen diğer durumlara/vakalara uygulayabilecek  
İlgili kavram/kuramların gerçek hayatta var olan uygulamalarını eleştirel olarak analiz edebilecek  
Farklı kavram ve kuramları kendi özgün yaklaşımlarını yaratılmak için sentezleyebilecek  
İlgili kavramlarla ilgili özgün bir yaklaşım geliştirebilecek  
Sunum(lara)a hazırlık  
Verilen ölçütlere göre kendi çalışmalarını değerlendirebilecek  
Verilen ölçütlere göre arkadaşlarının çalışmalarını değerlendirebilecek  
Yeni yaklaşım geliştirebilecek/yaratabilecek  
Verilen parametreler çerçevesinde yeni bir ürün geliştirebilecek/yaratabilecek  
Verilen çalışmayı bağımsızca yürütebilecek  
Verilen bir çalışma üzerinde grup halinde çalışabilecek  
İlgili kavramları sayabilecek ve açıklayabilecek  
Öğrenmenin değerini takdir edecek  
Akademik bir makale üretmek için seçilen kaynak gösterme biçiminin ilkelerini uygulayabilecek  
Hedeflenen becerileri geliştirebilecek  
Diğer  
/

**Dersin Amaçları:**

	<p>Belirlenen kavram(ları) açıklamak/anlatmak  İlgili kavram(lar)la alakalı farkındalık yaratmak ve bunu geliştirmek.  Belirlenen kavram(lar)ın geçerliliğini tartışmak.  Seçilen/belirlenen becerileri geliştirmek  Seçilen konuların derinlemesine/detaylı bir şekilde incelemek  Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerin var olan bilgilerini geliştirmek  Seçilen kavramlar bağlamında öğrencilerin fikirlerini/bilgilerini/kavrayışlarını geliştirmek  Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerle var olan bilgilerini yenilemek  Yeniliği teşvik etmek  Eleştirel düşüncüyü geliştirmek  Diğer</p>
<b>Öğrenci İş Yüğü:</b>	<p>Derse hazırlık  Ders saatleri  Ara sınav  Ara sınava hazırlık  Final sınavı  Final sınavına hazırlık  Sunum(lar)  Sunum(lara)a hazırlık  Proje(ler)/makale(ler) için araştırma  Proje yazımı  Grup çalışması  Sınıf içi tartışma(lar)  Kısa sınav(lar)  Kısa sınav(lar)a hazırlık  Ders öncesi ödev(ler)  Ödev(ler)  Kısa ders anlatımları  Ders planlama  Materyal uyarlama  Materyal geliştirme  Taslak hazırlama  Çizim  Makale yazımı  Teke tek/küçük grup dersleri  Portföy hazırlığı  Portföy sunumu  Diğer</p>
<b>AKTS Formülü:</b>	
<b>Kaynaklar:</b>	<p>Pazarlama Araştırmaları,Ercan Gegez  Pazarlama Araştırması,Tuncer Tokol</p>
<b>Değerlendirme:</b>	<p>Yoklama 10%  Rapor 20%  Vize 20%  Final 50%</p>
<b>İşe Yerleştirme(Staj):</b>	
<b>Ön Koşul Ders Kodları:</b>	PAZL303
<b>1. Hafta (19 – 23 Eylül)</b>	Pazarlama Araştırması Kavramı
<b>2. Hafta (26 – 30 Eylül)</b>	Pazarlama Araştırmasının Uygulama Alanları
<b>3. Hafta (3 – 7 Ekim)</b>	Pazarlama Araştırmasını Kullananlar

<b>4. Hafta (10 – 14 Ekim)</b>	Pazarlama Araştırmasının Sınırları
<b>5. Hafta (17 – 21 Ekim)</b>	Araştırma Süreci
<b>6. Hafta (24 – 28 Ekim)</b>	Durum Analizi
<b>7. Hafta (31 - 4 Kasım)</b>	Hipotez Testi
<b>8. Hafta (7 - 11 Kasım)</b>	Veri Kaynakları
<b>9. Hafta (14 – 18 Kasım)</b>	Örnekleme Yöntemleri
<b>10. Hafta (21 – 25 Kasım)</b>	Örnekleme Hataları
<b>11. Hafta (28 - 2 Aralık)</b>	Tesadüfi Örnekleme
<b>12. Hafta (5 – 9 Aralık)</b>	Veri Toplamada Yöntem Seçimi
<b>13. Hafta (12 -16 Aralık)</b>	Verilerin Analizi
<b>14. Hafta (19 - 23 Aralık)</b>	Verilerin Yorumu
<b>15. Hafta (24 – 30 Aralık)</b>	FİNAL SINAVLARI HAFTASI
<b>16. Hafta</b>	Pazarlama Araştırması Raporu
<b>17. Hafta</b>	
<b>18. Hafta</b>	
<b>19. Hafta</b>	
<b>20. Hafta</b>	
<b>21. Hafta</b>	
<b>22. Hafta</b>	
<b>23. Hafta</b>	
<b>24. Hafta</b>	
<b>25. Hafta</b>	
<b>26. Hafta</b>	
<b>27. Hafta</b>	
<b>28. Hafta</b>	

---