

| Ders Bilgi Formu (Türkçe)  |  |  |                              |                                   |                               |
|--|--|--|------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| <b>Ders Adı:</b><br>Pazarlama Araştırmaları  |  | <b>Bölüm/Program/ABD</b><br>İşletme  |                              |                                   |                               |
| <b>Kredi</b><br>5  | <b>Yıl-Dönem</b><br>2012-2013/Bahar  | <b>Ders Kodu</b><br>İŞL  | <b>Ders Düzeyi</b><br>Lisans | <b>Seçmeli/Zorunlu</b><br>Seçmeli | <b>Öğretim Dili</b><br>Türkçe |
| <b>Saatler/Kredi</b>   |  | <b>*Öğretim Eleman(lar):</b><br>Doç.Dr.Mehmet MARANGOZ (mehmetmarangoz@mu.edu.tr)<br><small>*Öğretim elemanı adı yalnızca bilgi ve iletişim amaçlı olarak verilmiştir. Her bir derse öğretim elemanı ataması, dönem başında yönetim kurulu kararı ile yapılır.</small> |                              |                                   |                               |
| <b>T 3 U 0 L 0 K 3</b>   |  |  |                              |                                   |                               |
| <b>Öğretim Yöntem ve Teknikleri:</b> Anlatım, soru-cevap, tartışma, sunum, örnek olay  |  |  |                              |                                   |                               |
| <b>Ders Amaçları:</b> Dersin amacı öğrencinin, çeşitli pazarlama problemlerine yönelik kavramsal bilgilerin edinmesinin yanı sıra, araştırma sürecini yürütmesi, sonuçlandırması ve yorumlamasına ilişkin uygulama yapabilmeyi sağlamaktır.  |  |  |                              |                                   |                               |
| <b>Ders İçeriği:</b>   |  |  |                              |                                   |                               |
| <b>I. Hafta</b>  | Dersin Amacı, İşlenişi ve Öğrencinin Temel Yükümlülükleri Hakkında Bilgi Verme |  |                              |                                   |                               |
| <b>II. Hafta</b>   | Pazarlama Araştırmalarına Giriş  |  |                              |                                   |                               |
| <b>III. Hafta</b>  | Pazarlama Araştırması Sürecine Genel Bir Bakış                                 |  |                              |                                   |                               |
| <b>IV. Hafta</b>   | Keşifsel Araştırma ve Kalitatif Çalışmalar                                     |  |                              |                                   |                               |
| <b>V. Hafta</b>  | İkincil Veri Toplama   |  |                              |                                   |                               |
| <b>VI. Hafta</b>   | Anketle Veri Toplama   |  |                              |                                   |                               |
| <b>VII. Hafta</b>  | Araştırma Tasarımı ve Potansiyel Hata Kaynakları                               |  |                              |                                   |                               |
| <b>VIII. Hafta</b>   | <b>Ara Sınav</b>   |  |                              |                                   |                               |
| <b>IX. Hafta</b>   | Gözlem   |  |                              |                                   |                               |
| <b>X. Hafta</b>  | Deney  |  |                              |                                   |                               |
| <b>XI. Hafta</b>   | Ölçme ve Ölçekleme   |  |                              |                                   |                               |
| <b>XII. Hafta</b>  | Anket Tasarımı   |  |                              |                                   |                               |
| <b>XIII. Hafta</b>   | Örnekleme Süreci   |  |                              |                                   |                               |
| <b>XIV. Hafta</b>  | Spss Uygulamaları  |  |                              |                                   |                               |
| <b>XV. Hafta</b>   | Örnek Uygulama   |  |                              |                                   |                               |
| <b>Beklenen Öğrenme Kazanımları:</b> Dersin sonunda öğrenci;<br>1. Araştırma ve pazarlama araştırmaları ile ilgili temel kavramları açıklar.<br>2. Güncel uygulamaları örnekler.<br>3. Araştırma yöntemleri ve teknikleri hakkında bilgileri kavrar.<br>4. Pazarlama araştırmalarının iş dünyası ve işletme yönetimi açısından önemini kavrar. |  |  |                              |                                   |                               |
| <b>Ölçme ve Değerlendirme Yöntem(ler)i:</b> Ara Sınav: %40, Yarıyıl Sonu Sınavı: %60   |  |  |                              |                                   |                               |
| <b>Ders Kitabı:</b><br>A. Ercan GEGEZ, Pazarlama Araştırmaları, Beta Basım Yayım, İstanbul, 2010.  |  |  |                              |                                   |                               |
| <b>Önerilen Kaynaklar:</b><br>Cemal YÜKSELEN, Pazarlama Araştırmaları, 5. Basım, Detay Yayıncılık, Ankara, 2011.<br>Kemal KURTULUŞ, Pazarlama Araştırmaları, 8. Basım, Avcıol Basım Yayım, İstanbul, 1998.   |  |  |                              |                                   |                               |
| <b>Ön/Yan Koşulları:</b>   |  |  |                              |                                   |                               |