

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Organik ürünleri işleme ve pazarlama	1107405	IV	2+0	2	2
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilerin bitkisel ürünlerinde hasatta ve hasat sonrasında meydana gelen kayıpları tanıması, bu kayıpların saklama ve taşıma koşullarında azaltmasını sağlayacak bilgi ve becerileri kazanmasıdır. Ayrıca modern pazarlama anlayışının prensiplerinin tarımsal ürünlerin pazarlanmasında ne şekilde uygulanabileceğinin öğretilmesi, böylelikle tarımsal ürünlerde pazar organizasyonunun ve etkinliğinin nasıl sağlanabileceği yönünde öğrencilerin beceri kazanmasına imkan yaratmaktadır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenci; 1.Hasatta ve hasat sonrasında meydana gelen kayıpları tanıır. 2. Tarımsal ürünlerde hasat zamanını ve uygun hasat yöntemini bilir. 3. Hasat sonrası işlemler hakkında bilgi sahibi olur. 4. Tarımsal ürünlerin saklama ve taşıma koşullarını belirler. 5. Pazarlama tanımı, tarımsal ürünlerin arz ve talep özelliklerini öğrenir.				
Dersin İçeriği	Bitkisel Ürünlerinin Hasat ve Hasat Sonrası Genel Olarak Ürünlerin Hasatta ve Sonrası Dönemde Pazarla Hazırlama Sürecinde Yapılanların Öğretilmesi. Pazarlama Kavramı, Klasik ve Modern Pazarlama Anlayışlarının Analizi, Arz ve Talep Kavramı, Tarımsal Ürünlerde Arz ve Talebi Etkileyen Faktörler, Fiyat Oluşumunun Ortaya Konulması.				
Haftalar	Konular				
1	Bitkisel Ürünlerin Genel Özellikleri				
2	Bitkisel Ürünlerde Hasat				
3	Hasat Sonrası İşlemler				
4	Bitkisel Ürünlerde Hasat ve Hasat Sonrası Dönemde Görülen Kayıplar				
5	Bitkisel Ürünlerin Dayanıklılığını Etkileyen Faktörler				
6	Yaş Meyve ve Sebzelerin Depolanması				
7	Ara Sınav				
8	Soğan ve Patates Depolanması				
9	Kuru ve Kurutulmuş Ürünlerin Depolanması				
10	Kurutulmuş Meyve ve Sebzelerin Depolanması				
11	Pazarlama, Tarımsal Pazarlama				
12	Arz ve Talep Kavramları, Tarım Ürünleri Arz ve Talebi				
13	Tarımsal Ürünlerde Pazarlama Araştırması ve Aşamaları				
14	Tarımsal Ürünlerde Pazarlama Araştırması ve Aşamaları				
Genel Yeterlilikler					
1.Pazarlama kavramını bilir. 2.Klasik ve Modern Pazarlama Anlayışlarının Analizini yapabilir.					
Kaynaklar					
Karaçalı, İ. (2004). Tarımsal Ürünlerinin Muhafazası, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi. Güneş, T. (1996). Tarımsal Pazarlama, A.Ü. Zir. Fak. Halkla İlişkiler ve Yayın Ünitesi, Ankara, 339s.					
Değerlendirme Sistemi					
Ara sınav: % 40 Final: % 60 Bütünleme:					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU												
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12
ÖÇ1	4	4	5	3	5	5	3	5	5	4	4	3
ÖÇ2	5	4	5	2	4	5	4	5	4	4	5	3
ÖK3	4	3	5	3	5	4	3	4	5	5	4	3
ÖK4	5	3	5	3	5	5	3	5	4	4	5	3
ÖK5	4	4	5	2	5	4	3	4	5	4	5	3
ÖÇ: Öğrenme Çıktıları 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
Organik Ürünleri İşleme ve Pazarlama	5	4	5	3	5	5	3	5	5	4	5	3

