

Dersin Adı	Ders Kodu	Yarıyılı	T+U Saat	Kredi	AKTS
Pazarlama Araştırması	1106331	III	2+1	3	3
Ön Koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Önlisans				
Dersin Türü	Mesleki Ders				
Dersin Koordinatörleri					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Pazarlama araştırmasının önemini kavrayabilme Pazarlama problemlerine ilişkin bilginin toplanması ve analizinde kullanılan araştırma yöntemlerini, metodolojisini kavrayabilme Pazarlama araştırmalarının uygulama alanların tanıyabilme becerilerini kazandırmak				
Dersin Öğrenme Çıktıları	<p><b>Bu dersin sonunda öğrenci;</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bir pazarlama araştırmasının temel kurallarını öğrenir.</li> <li>2. Pazarlama araştırmasının pazarı analiz edebilmek için çok önemli bir olgu olduğunu kavrar</li> <li>3. Pazarlama problemlerine ilişkin bilginin toplanması becerisini kazanır.</li> <li>4. Sahadan sistematik veri toplama becerisi kazanır.</li> <li>5. Analizinde kullanılan araştırma yöntemlerini ve metodolojisini kavrar.</li> <li>6. Pazarlama araştırmalarının uygulama alanlarını bilir.</li> </ol>				
Dersin İçeriği	Pazar araştırmalarının önemi, Problemin tanımlanması, Veri türleri, Veri kaynakları ve Örneklem, Birincil ve İkincil Veri toplama yöntemleri, Pazarlama araştırmalarında ölçme ve Ölçek kavramlarını kavrama, Pazarlama araştırması türleri				
Haftalar	<b>Konular</b>				
1	Pazarlama Süreci ve Pazarlama Yönetimi				
2	Pazar Araştırması ve Pazar Araştırmasının İlgili Alanları				
3	Pazarlama ve Pazar Araştırması İlişkisi				
4	Pazar Bölümleme Süreci				
5	Çeşitli Araştırma Modelleri ve Uygulama Örnekleri				
6	Çeşitli Araştırma Modelleri ve Uygulama Örnekleri				
7	Ara Sınav				
8	Araştırma Yöntem ve Teknik Seçimi				
9	Veri Toplama Aşaması Ve Veri Toplama Teknikleri				
10	Veri Toplama Aşaması Ve Veri Toplama Teknikleri				
11	Pazarlama Araştırmalarında Ölçme ve Ölçek Kavramları				
12	Soru Formu Hazırlama Teknikleri				
13	Pazar Araştırmasının Türleri				
14	Genel Tekrar				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
1-İhtiyaç duyulan verileri bilimsel metotlarla elde edebilir ve bu verileri yorumlayabilir.					
2- Elde edilen veriler ışığında pazarın yapısına uygun eylem biçimleri geliştirebilir					
<b>Kaynaklar</b>					
Çelik, H, ve Ekşi, H. (2015) <i>Nitel Desenler: Gömülü Teori</i> , Edam Yayınları, Üsküdar İstanbul.					
Kıncal, Y.R. (2015). <i>Bilimsel Araştırma Yöntemleri</i> . Nobel Akademik Yayıncılık.					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
<b>Ara sınav: % 40</b>					
<b>Final: % 60</b>					
<b>Bütünleme:</b>					

