

PAZARLAMA ARAŞTIRMASI

1	Ders Adı:	PAZARLAMA ARAŞTIRMASI
2	Ders Kodu:	ISL3310
3	Ders Türü:	Seçmeli
4	Ders Seviyesi	Lisans
5	Dersin Verildiği Yıl:	3
6	Dersin Verildiği Yarıyıl	6
7	Dersin AKTS Kredisi:	5.00
8	Teorik Ders Saati (saat/Hafta)	3.00
9	Uygulama Ders Saati(saat/Hafta)	0.00
10	Laboratuvar Ders Saati (saat/hafta) :	0
11	Dersin Önkoşulu:	Yok
12	Dersin Dili:	Türkçe
13	Dersin Veriliş Şekli:	Yüz yüze
14	Dersin Koordinatörü:	Doç. Dr. SERKAN KILIÇ
15	Dersi Veren Diğer Öğretim Elemanları:	Prof. Dr. Murat Hakan ALTINTAŞ Prof. Dr. Erkan ÖZDEMİR Prof. Dr. Çağatan TaAŞKIN
16	Koordinatör İletişim Bilgileri:	E-posta: skilic@uludag.edu.tr Telefon: 0224 294 11 11 Adres: Bursa Uludağ Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, Görükle, Nilüfer 16059 - Bursa
17	Dersin WEB adresi:	
18	Dersin Amacı:	Pazarlama problemlerinin teşhis ve çözümüne yönelik karar vericilere yardımcı olacak bilgileri sunmaktır.
19	Dersin Mesleki Gelişime Katkısı:	Pazarlama problemlerini teşhis etme ve çözümler sunma
20	Dersin Öğrenme Kazanımları:	
	1	Pazarlama problemlerini teşhis etme ve çözümler sunma
	2	Pazarlama araştırması yöntemlerinin nasıl uygulanacağını anlama
	3	Örnekleme süreci ve yöntemlerini kavrama
	4	Verilerin analizi konusunda bilgi sahibi olma
	5	Özel pazarlama araştırması türlerini kavrama
	6	
	7	
	8	
	9	
	10	
21	Dersin İçeriği:	
Hafta	DERS İÇERİKLERİ	
	Teorik	Uygulama
1	Pazarlama araştırması kavramı ve önemi	
2	Pazarlama araştırmalarında etik	
3	Pazarlama araştırması süreci	
4	Keşifsel araştırma ve kalitatif çalışmalar	

5	Veri Türleri ve veri kaynakları	
6	Örnekleme süreci	
7	Birincil veri toplama yöntemleri (arasınav)	
8	Anket tasarımı ve anketle veri toplama	
9	Pazarlama araştırmalarında ölçme ve ölçek	
10	Verilerin analize hazırlanması ve analizi	
11	Tek ve iki değişkenli analizler	
12	Çok değişkenli analizler	
13	Özel pazarlama araştırması türleri	
14	Özel pazarlama araştırması türleri	

22	Ders Kitabı, Referanslar ve/veya Diğer Kaynaklar:	Ercan Gegez, Pazarlama araştırmaları, Beta yayınları, İstanbul, Tuncer Tokol, Pazarlama araştırması, Dora yayınları, Bursa, V. Kumar, David A. Aaker, George S. Day, Essentials of marketing research, John Wiley & Sons, New York.
----	---	---

23	Değerlendirme	
----	---------------	--

YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI	SAYISI	KATKI YÜZDESİ
Ara Sınav	1	40.00
Kısa Sınav	0	0.00
Ödev	0	0.00
Yıl Sonu Sınavı	1	60.00
Toplam	2	100.00
Yıl içi çalışmalarının Başarıya Oranı		40.00
Finalin Başarıya Oranı		60.00
Toplam		100.00
Kullanılan Ölçme ve Değerlendirme Yaklaşımları		Dersin ara sınav ve yıl sonu sınavlarına ilişkin kazanımları test sınavı yaklaşımı ile ölçülecektir.

24	AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU	
----	------------------------	--

ETKİNLİK	SAYISI	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (Saat)
Teorik Dersler	14	3.00	42.00
Uygulamalı Dersler	0	0.00	0.00
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	14	2.00	28.00
Ödevler	0	0.00	0.00
Projeler	0	0.00	0.00
Arazi Çalışmaları	0	0.00	0.00
Arasınavlar	1	20.00	20.00
Diğer	1	10.00	10.00
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50.00	50.00
Toplam İş Yüğü			170.00
Toplam İş Yüğü / 30 saat			5.00
Dersin AKTS Kredisi			5.00

25	PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLE DERS ÖĞRETİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13	PY14	PY15	PY16
ÖK1	1	5	5	5	1	1	1	5	1	1	1	5	0	0	0	0
ÖK2	1	5	5	5	1	1	1	5	1	1	1	5	0	0	0	0
ÖK3	1	5	5	5	1	1	1	5	1	1	1	5	0	0	0	0
ÖK4	1	5	5	5	1	1	1	5	1	1	5	5	0	0	0	0
ÖK5	5	5	5	5	1	1	1	5	1	1	1	5	0	0	0	0
ÖK: Öğrenme kazanımlar PY: Program yeterlilikleri																
Katkı Düzeyi:	1 çok düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek			