

TOHURLUK PAZARLAMA

1	Ders Adı:	TOHURLUK PAZARLAMA
2	Ders Kodu:	PAZS211
3	Ders Türü:	Seçmeli
4	Ders Seviyesi	Önlisans
5	Dersin Verildiği Yıl:	2
6	Dersin Verildiği Yarıyıl	3
7	Dersin AKTS Kredisi:	3.00
8	Teorik Ders Saati (saat/Hafta)	2.00
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:	Öğr.Gör. MEHMET SITKI ŞERBECİ
15	Dersi Veren Diğer Öğretim Elemanları:	-
16	Koordinatör İletişim Bilgileri:	M.Sıtkı ŞERBECİ sito@uludag.edu.tr 90 224 613 3102 – 61555 Mustafakemalpaşa Vocational School Mustafakemalpaşa / BURSA
17	Dersin WEB adresi:	
18	Dersin Amacı:	Bu dersin amacı, tohum üretimi, pazarlaması ve satışı ile ilgili temel kavramları genel bir çerçevede içinde öğretmektir.
19	Dersin Mesleki Gelişime Katkısı:	
20	Dersin Öğrenme Kazanımları:	
	1	Temel pazarlama ilkeleri ve kavramları öğrenebilmek.
	2	Stratejik pazarlama anlayışı kavrayabilmek.
	3	Pazarlama karmaşasının çeşitli kesimlerinde başarıyı etkileyen kişisel ve etik özellikleri öğrenmek.
	4	Katma değerli ürünlerin getirileri ve bu ürünler üzerinde bulunabilecek sınırlamalar hakkında bilgi sahibi olmak.
	5	Yeni genetik veya diğer katma değerli ürünlerin sağlayacağı ekonomik fırsatları öngörebilmek.
	6	Sertifikalı tohumların değeri ve tohumculuk pazarındaki yerini anlayabilmek.
	7	Ürün tasarımını ve fikri mülkiyet haklarını korumak için kullanılan yöntemler hakkında bilgi sahibi olmak.
	8	Kaliteli ürün odaklı bir piyasada, ürünü başarıyla satabilme bilgi ve yeteneğine sahip olmak.
	9	
	10	
21	Dersin İçeriği:	
Hafta	DERS İÇERİKLERİ	
	Teorik	Uygulama
1	Pazarlama Kavramı.	

2	Tarımsal Pazarlama ve Pazarlama Aşamaları.	
3	Tarımsal ürün pazarlama Kanalları.	
4	Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri.	
5	Pazarlama Karması.	
6	Müşteri İlişkileri.	
7	Tüketici Davranışları ve Etkileyen Faktörler	
8	Ders Tekrarı ve Arasınava	
9	Tohum üretimi ve tohum pazarlama Kanalları.	
10	Kalite ve Standardizasyonun önemi.	
11	Tohumluk Pazarlamasında Kooperatifler.	
12	Tohumluk İşletmeleri ve Devlet Müdahalesi.	
13	Tohumculuk kanunu.	
14	Dünyada ve Türkiyede tohum ticareti.	
22	Ders Kitabı, Referanslar ve/veya Diğer Kaynaklar:	“Tarımsal Pazarlamaya giriş”, Prof.Dr.Oğuz Yurdakul, ÇÜ.ZF.Ders Kitabı No:9, 1989. “Introduction To Agricultural Marketing” Robert E. Branson & Douglas G. Norvell, Mcgraw-Hill Book Company, 1983. “Marketing Of Agricultural Products”, Richard L. Kohls & Joseph N. Uhl, Prentice Hall, 1998. “Agricultural Futures And Options”, Wayne D. Purcell, Prentice Hall, 1991. “Price Theory And Applications”, Steven L. Landsburg, West Publishing Company,1995.
23	Değerlendirme	
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARİ		SAYISI
Ara Sınav		40.00
Kısa Sınav		0.00
Ödev		0.00
Yıl Sonu Sınavı		60.00
Toplam		100.00
Yıl içi çalışmalarının Başarıya Oranı		40.00
Finalin Başarıya Oranı		60.00
Toplam		100.00
Kullanılan Ölçme ve Değerlendirme Yaklaşımları		
24	AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU	

