

TARIMSAL PAZARLAMA

1	Ders Adı:	TARIMSAL PAZARLAMA
2	Ders Kodu:	TRE5319
3	Ders Türü:	Seçmeli
4	Ders Seviyesi	Yüksek Lisans
5	Dersin Verildiği Yıl:	1
6	Dersin Verildiği Yarıyıl	1
7	Dersin AKTS Kredisi:	6.00
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:	Prof. Dr. HASAN VURAL
15	Dersi Veren Diğer Öğretim Elemanları:	
16	Koordinatör İletişim Bilgileri:	Prof.Dr.Hasan Vural hvural@uludag.edu.tr 2941589 B.U.Ü.Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü
17	Dersin WEB adresi:	
18	Dersin Amacı:	Tarımsal pazarlamanın temel ilkelerini, tarım ürünlerinin kendine özel yapısı nedeniyle tarımsal pazarlarda ortaya çıkan değişiklikleri ve ürün tedarik zincirindeki tüm aşamaları ve aktörleri bütüncül bir yaklaşım ve uygulamaya yönelik olarak öğretmek
19	Dersin Mesleki Gelişime Katkısı:	Tarımsal pazarlama alanındaki problemleri çözümü konusunda yetkinlikler sağlanmaktadır.
20	Dersin Öğrenme Kazanımları:	
	1	Pazarlama tanımı ve geçmişten günümüze pazarlama anlayışında meydana gelen değişiklikleri kavrayabilme
	2	Tarımsal ürünlerin arz ve talep özellikleri hakkında fikir sahibi olabilme
	3	Tarımsal ürünlerin arz ve talep esnekliklerini hesaplayabilme ve esnekliklerin tarımsal ürünlerin pazarlamasında ne şekilde kullanılacağını yorumlayabilme
	4	Tarımsal fiyatların farklı piyasa koşullarında ne şekilde oluştuğunu kavrayabilme
	5	Tarımsal ürünlerde fiyatlandırma ve fiyatlandırma stratejilerini kavrayabilme
	6	Tarımsal ürünlerde pazarlama kanallarının işleyiş şeklini kavrayabilme ve pazarlama kanallarının etkinliğini ortaya koyan faktörleri değerlendirebilme
	7	Tarımsal ürünlerde pazarlama marjını kavrayabilme ve marjı formüle ederek yorumlayabilme
	8	Yeni ürün geliştirme kavramını değerlendirebilme ve tarım sektöründe yeni ürün geliştirme stratejilerini analiz edebilme
	9	Marka kavramı, tarım sektöründe markalama kararı ve stratejilerini kavrayabilme

		10	Pazarlamada tutundurma kavramı ve tarımsal ürünlerin pazarlamasında tutundurma stratejilerini analiz edebilme
21	Dersin İçeriği:		
Hafta	DERS İÇERİKLERİ		
	Teorik	Uygulama	
1	Dersin tanıtımı; kapsamı, kural ve gerekleri		
2	Pazarlama, tarımsal pazarlama kavramları, pazarlama çevresi		
3	Pazarlama anlayışında meydana gelen gelişmeler..		
4	Arz ve talep kavramları, tarım ürünleri arz ve talebinin analizi		
5	Tarımsal ürünlerde talebin fiyat ve gelir esnekliği, arz esnekliği ve çapraz esneklik		
6	Tarımsal ürünlerde pazarlama kanalları, aracılarn özellikleri ve kanal etkinliği		
7	Pazarlama marjlarının mutlak ve nisbi olarak hesaplanması		
8	Yeni ürün ve yeni ürün geliştirme kavramı, stratejileri ve tarımsal pazarlama açısından önemi		
9	Pazarlamada tutundurma kavramı ve tarımsal ürünlerin pazarda tutundurulmasına yönelik stratejiler		
10	Marka ve markalama kavramı, tarımsal ürünlerde marka yaratma stratejileri		
11	Tarımsal ürünlerde pazarlama araştırması kavramı ve aşamaları		
12	Tarımsal ürünlerde standardizasyon ve dereceleme kavramı ve bazı tarımsal ürünlerden örnekler		
13	Tarımsal ürünlerde pazar bölümleme, hedef pazar seçimi ve stratejileri		
14	Tarımsal pazarlamaya yönelik çeşitli konularda öğrenci sunum faaliyetleri - Öğrenci sunumları		
22	Ders Kitabı, Referanslar ve/veya Diğer Kaynaklar:	İslamoğlu,A.H,1999, Pazarlama Yönetimi, Beta Basımevi, İstanbul 855s. Yükselen, C., 2008, Pazarlama, İlkeler, Yönetim, Örnek Olaylar, Detay Yayıncılık, Ankara, 478s. Güneş, T., 1996, Tarımsal Pazarlama, A.Ü. Zir. Fak. Halkla İlişkiler ve Yayın Ünitesi, Ankara, 339s. Pedberg, D.I., Titson, C., and Albisu, L.M., 2002, Agro-food marketing, Cab International, Zaragoza-Spain, 492s.	
23	Değerlendirme		
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARİ		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		Yazılı sınav ve ödevlerle konunun anlaşılması ölçülmektedir	
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	4.00	56.00
Ödevler	2	20.00	40.00
Projeler	1	8.00	8.00
Arazi Çalışmaları	0	0.00	0.00
Arasınaylar	1	15.00	15.00
Diğer	0	0.00	0.00
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	15.00	15.00
Toplam İş Yüğü			191.00
Toplam İş Yüğü / 30 saat			5.87
Dersin AKTS Kredisi			6.00

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	0	0	4	4	0	5	4	3	4	4	0	0	0	0	0	0
ÖK2	0	0	4	4	4	5	4	0	4	4	0	0	0	0	0	0
ÖK3	0	0	5	5	4	5	4	0	4	4	0	0	0	0	0	0
ÖK4	0	0	5	5	5	5	4	0	4	4	0	0	0	0	0	0
ÖK5	0	0	5	5	5	5	4	0	4	4	0	0	0	0	0	0
ÖK6	0	0	4	4	4	5	4	0	4	4	0	0	0	0	0	0
ÖK7	0	0	3	3	5	5	4	0	4	4	0	0	0	0	0	0
ÖK8	0	0	3	3	4	5	4	0	4	4	0	0	0	0	0	0
ÖK9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK: Öğrenme kazanımlar PY: Program yeterlilikleri																
Katkı Düzeyi:	1 çok düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek			