Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**PZL204 - Pazarlama Araştırması**
Ders Türü	III.Yarıyıl
Teori + Uygulama	3+0
AKTS	**3.0**
Ders Dili	Türkçe
Ders Türü	Zorunlu Dersler
Öğretim Elemanları	DOÇ. DR. REMZİ REHA DURUCASU

Dersin Veriliş Biçimi	Bu ders sadece yüz yüze eğitim şeklinde yürütülmektedir.
Önkoşullar	Bu dersin önkoşulu ya da eş koşulu bulunmamaktadır.
Önerilen Dersler	Bu dersle ilişkili önerilen başka dersler bulunmamaktadır.
Önerilen Kaynaklar	*Pazarlama İle İlgili Dergiler *Pazarlama Dünyası Dergileri *Pİ (Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi) *Kapital Dergileri *İnternet kaynakları
Staj & Uygulama	Bu ders için uygun değildir.

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
1. hafta		Pazarlama araştırması kavramı, pazarlama araştırmasının tanımı. Pazarlama araştırmasının önemi.	
2. hafta		Pazarlama araştırmasının diğer akademik alanlarla olan ilgisi ve organizasyonda pazarlama araştırmasının yeri.	
3. hafta		Pazarlama araştırması süreci.	
4. hafta		Pazarlama araştırmasında problemin tanımlanması.	
5. hafta		Örnekleme ve örnekleme yöntemleri.	
6. hafta		Pazarlama araştırmasında birincil ve ikincil veriler.	
7. hafta		Anket ve anket yöntemleri.	
8. hafta		Pazarlama araştırmasında soru ve ölçek türleri. Pazarlama araştırmasında gözlem ve gözlem yöntemleri.	
9. hafta		Pazarlama araştırmasında soru ve ölçek türleri. Pazarlama araştırmasında gözlem ve gözlem yöntemleri.	
10. hafta		Pazarlama araştırmasında deney yöntemi.	
11. hafta		Verilerin toplanması ve verilerin sınıflandırılması.	
12. hafta		Verilerin analizi (Frekans, Yüzde, Ortalama, Mod, Medyan, Çapraz Tablolar). Değişkenler arasındaki ilişkileri ve farklılıklarla ilgili veri analizi (Ki-kare, Korelasyon, T Testi, One-Way Anova/ Tekli Varyans, Manova/Çoklu Varyans).	
13. hafta		Faktör, Regresyon ve Kümeleme Analizi	

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
14. hafta		Pazarlama araştırma raporunun hazırlanması.	

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
1	Öğrenciler pazarlama araştırması ilgili temel kavramları tanımlayabilecektir.
2	Öğrenciler pazarlama araştırma sürecini sıralayabilecektir.
3	Öğrenciler pazarlama alanında bir araştırma tasarlayabilecektir.
4	Öğrenciler pazarlama alanında bir araştırmayı uygulayabilecektir.

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

İçerik girilmemiştir.

Dersin Teması

İçerik girilmemiştir.

AKTS İş Yükü

Etkinlik	Süre (Saat)	Sayı	İş Yükü
Teorik Derse Katılım	0	0	0
Sınıf Dışı Çalışma (Ön Hazırlık & Pekiştirme Amaçlı)	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Proje - Rapor - Sunum Hazırlama	0	0	0
Ara Sınav Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Final Sınavı Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Uygulama (Laboratuvar, Müzik/Enstrüman Uygulaması, Atölye/Saha Çalışması vb.)	0	0	0
Staj Uygulaması	0	0	0
		Hesaplanan AKTS	**0**

Ölçme ve Değerlendirme

İçerik girilmemiştir.

Değerlendirme Yöntemi ve Geçme Kriterleri	Sayısı	Yüzde (%)
1.Ara Sınav	1	50
Dönem Sonu Sınavı	1	50
	Toplam (%)	**100**