BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

BOZÜYÜK MESLEK YÜKSEKOKULU

REKLAMCILIK

(2021 - 2022) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Pazarlama Araştırması	REK219	3	2 + 1	4,0	Seçmeli

Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Yüzyüze eğitim)
Amaç	Bu dersin amacı, araştırma probleminin fark edilmesi ve bu problemin çözümünde hangi yolların kullanılması gerektiğinin öğretilmesidir. Bu derste ayrıca öğrencinin temel araştırma sürecinin adımlarını takip ederek, uygulamalı bir proje gerçekleştirmesi sağlanarak problemin tespitinden veri girişine ve analizine kadar tüm adımların öğretilmesidir.
Ders İçeriği	Pazarlama araştırmasında nitel ve nicel yöntemlerin öğretilmesi ve SPSS paket programının kullanılması ve veri girişi ve analizinin öğretilerek bir rapor halinde sunulması
Ders Veren	Dr. Öğr. Üyesi İbrahim ALKARA
Ders Kaynakları	• Kurtuluş, Kemal (1998), Pazarlama Araştırmaları, 6. Basım, Istanbul, Avcıol Basım Yayın. , • Gegez, Ercan(2006), Pazarlama Araştırmaları, Beta Yay., • Nakip, Mahir (2003), Pazarlama Araştırmaları, Ankara, Seçkin Yayıncılık. , Alvin C. Burns , Ronald F. Bush, (2015). Pazarlama Araştırması, Editör: Fatma Demirci Orel, Nobel Akademik Yayıncılık,.

Hafta	Konu
1	Tanışma ve Ders tanıtımı
2	Pazarlama araştırmaları ile ilgili kavramsal çerçeve
3	Pazarlama araştırmaları ile ilgili yeni gelişmeler
4	Pazarlama Araştırma Süreci
5	Veri Kaynaklarının belirlenmesi
6	Veri toplama yöntemi- Kalitatif Yöntemler
7	Veri toplama Yöntemi- Nicel Yöntemler
8	Ara sınav
9	Anakütle ve Örnek seçimi, Örnekleme Yöntemleri
10	Saha Çalışmaları ve Uygulama
11	Saha Çalışmaları ve Uygulama
12	Saha Çalışmaları ve Uygulama
13	Saha Çalışmaları ve Uygulama
14	Dönem Sonu Uygulama, Araştırma Raporu

Program Çıktıları	
1	Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır
2	Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmede kullanma becerisine sahiptir
3	Reklamcılık Alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
4	Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir
5	Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
6	Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
7	Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir
8	Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
9	Reklamcılık alanları içinde yer alan metin yazma, kampanya planlama, reklam stratejisi belirleme ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanlardan en az birinde uzmanlık düzeyinde gelişime açıktır
10	Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar
11	Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme gibi yeterliliklere sahiptir.
12	Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir
13	Kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında farkındalığa sahiptir

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13
Öğrenciler kendi örnek çalışmalarını sahada uygulama yaparak deneyim kazanır.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler pazarlama araştırması raporu hazırlamayı öğrenir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler pazarlama araştırma ve uygulama sürecini öğrenir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler pazarlama araştırması ile ilgili temel kavramları öğrenirler	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler SPSS programını kullanmayı öğrenir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-