BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA - YL

(2022 - 2023) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Pazarlama Araştırma Yöntemleri ve Veri Analiz Teknikleri	PAZ5004		3 + 0	7,5	Seçmeli

Birim Bölüm	Üretim Yönetimi ve Pazarlama - YL - Lisansüstü (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 Atıl TAŞER
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,., Hamza Al"Bilimsel Araştırma Yöntemleri". Sakarya

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	İşletmenin makro ve mikro pazarlama çevresi sorunlarını tanımlayıp çözümleyebilmek
2	Pazarlama yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek
3	Üretim yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek
4	Güncel pazarlama sorunlarının çözümünde pazarlama teorisi ve teorik yaklaşımların rolünü belirleyebilmek
5	Pazarlama teorilerinin farklı kültürel yapılarda nasıl uygulandığını belirleyebilmek
6	Klasik ve güncel pazarlama teorileri arasındaki farklılık ve ilişkileri tanımlayarak değerlendirmek
7	Pazarlama yönetiminde bilgi sistemlerinden faydalanarak pazarlama bilgisi toplamak ve analiz edebilmek
8	Tedarik zinciri ve lojistik faaliyetlerinin yönetimi ve entegrasyonu becerisi
9	Rekabet ortamında pazarlama fırsat ve tehditleri belirlemek ve bunlara uygun stratejiler geliştirebilmek
10	Mikro ve makro pazarlama çevresi üyeleriyle iletişim, koordinasyon ve bilgi paylaşımını sağlayabilmek
11	İşletme sorunlarını sayısal karar verme tekniklerini kullanarak belirlemek ve çözüm sunmak

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
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.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-