

Dersin Amacı

Bu dersin amacı, öğrencilere pazarlamanın temel kavramlarını, süreçlerini ve uygulamalarını öğretmek; araştırma tasarımı, veri toplama teknikleri, örnekleme yöntemleri, veri analizi ve raporlama sürecini ele alarak işletmelerin veri odaklı karar alma süreçlerine katkı sağlamak; nitel ve nicel araştırma yöntemleri, istatistiksel analiz teknikleri, büyük veri analitiği ve dijital araştırma yöntemleri gibi yaklaşımları inceleyerek öğrencilerin pazar analizi yapma, müşteri eğilimlerini ölçme, veri toplama ve analiz etme ile araştırma sonuçlarını pazarlama stratejilerine dönüştürme becerilerini kazanmalarını sağlamaktır.

Dersin İçeriği

Pazarlama araştırmalarına dair genel bir bakış açısı sunularak temel kavramlar ve farklı araştırma türleri ele alınmakta, pazarlama araştırması süreci sistematik bir şekilde açıklanmaktadır.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Gegez, A. E. (2021). Pazarlama araştırmaları. Beta Yayınları.
 Nakip, M., & Yaraş, E. (2016). Pazarlama araştırmalarına giriş: Veri elde etme – örnekleme – analizler (5. baskı). Seçkin Yayıncılık.
 Yükselen, C. (2017). Pazarlama araştırmaları. Detay Yayıncılık.
Gegez, E., & Gegez, E. E. (2023). Pazarlama araştırmaları: Metodolojik yaklaşım. Beta Yayıncılık.
Tokol, T. (2021). Pazarlama araştırması (14. baskı). Dora Yayıncılık.
Kurtuluş, K. (2008). Pazarlama araştırmaları. Filiz Kitabevi.
Baş, T. (2013). Anket nasıl hazırlanır? Anket nasıl uygulanır? Anket nasıl değeriendirilir? (7. baskı). Seçkin Yayıncılık. Nakip, M., & Yaraş, E. (2017). Pazarlamada araştırma teknikleri: Veri toplama araçları – metrik ve metrik olmayan analizler – çok değışkenli istatistiksel analizler (4. baskı). Seçkin Yayıncılık. Nakip, M. (2020). Pazarlama Araştırmaları: Teknikler ve Uygulamalar. Seçkin Yayıncılık. Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2022). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı. Sakarya Yayıncılık. Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2019). Pazarlama Araştırması. Nobel Yayıncılık.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Bulunmamaktadır.

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Bulunmamaktadır.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Bulunmamaktadır.

Dersin Verilişi

Yüz Yüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Doç. Dr. Müjde Aksoy Dr. Öğr. Üyesi Burak YAPRAK Doç. Dr. Melahat Yıldırım Saçılık Doç. Dr. Mehmet Sinan Tam Prof. Dr. Hatice Aydın

Program Çıktısı

1. Pazarlama araştırmalarındaki temel kavramları açıklar.
2. Temel istatistiksel analiz yöntemlerini kullanarak sonuçları yorumlar.
3. Pazarlama araştırma sürecinin aşamalarını tanımlar.
4. Pazarlama araştırma raporunu hazırlayarak bulgularını etkili bir şekilde sunar.
5. Pazarlama araştırma bulgularını işletme fonksiyonlarıyla ilişkilendirerek analiz eder.

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Vize	40,00
Kısa Sınav	0,00
Ödev	0,00
Uygulama / Pratik	0,00
Araştırma Sunumu	0,00
Final	60,00

	P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10
Ö.Ç. 1										
Ö.Ç. 2										
Ö.Ç. 3										
Ö.Ç. 4										
Ö.Ç. 5										

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Uluslararası ticaretin ekonomik, hukuki ve sosyal dinamiklerini kapsayan kuramsal altyapıyı; ithalat, ihracat, ticaret politikaları, uluslararası anlaşmalar ve finansal süreçler çerçevesinde bütüncül bir yaklaşımla kavrar.
- P.Ç. 2 :** Lojistik süreçler ve tedarik zinciri yönetiminin temel ilkelerini, işleyiş mekanizmalarını ve operasyonel modellerini bütüncül bir yaklaşımla anlar; malzeme akışı, bilgi yönetimi ve değer zinciri süreçlerine ilişkin kuramsal bilgilere hakim olur.
- P.Ç. 3 :** Uluslararası ticaret ve lojistik süreçlerinde geçerli olan yasal düzenlemeleri, iş etiği kurallarını ve sürdürülebilirlik ilkelerini anlar, bu bilgiyi sorumlu bir şekilde uygulayabilmek için gerekli altyapıyı edinir.
- P.Ç. 4 :** Uluslararası ticaret ve lojistikte karşılaşılan karmaşık sorunları tanımlayarak, sebep-sonuç ilişkilerini analiz eder; süreçleri planlayarak yenilikçi ve etkili çözüm yolları geliştirir.
- P.Ç. 5 :** Alana ilişkin bilgileri ve güncel gelişmeleri çalışanlar ve ekip arkadaşlarıyla paylaşır; iş süreçlerinde bu bilgileri kullanarak stratejik planlar oluşturur ve uygulanabilir çözümler geliştirir.
- P.Ç. 6 :** Uluslararası ticaret ve lojistik süreçlerinde bilgi sistemlerini ve yazılımları etkin bir şekilde kullanır; analiz ettiği verilerle operasyonel ve stratejik kararlar alarak iş süreçlerini en iyi hale getirir.
- P.Ç. 7 :** İş etiği ilkelerine uygun kararlar alır, toplumsal değerlere duyarlılık gösterir ve sosyal sorumluluk projelerinde yer alarak çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği gibi konularda farkındalık geliştirir.
- P.Ç. 8 :** Bir yabancı dili en az Avrupa Dil Portföyü B1 Genel Düzeyinde kullanır, alanındaki bilgileri izler ve meslektaşları ile iletişim kurarak çok kültürlü ekiplerle işbirliği yapar, farklı kültürlerle etkili iletişim kurar ve uluslararası ticaret ile lojistik süreçlerinde paydaş ilişkilerini analiz ederek bu ilişkileri etkin bir şekilde yönetir.
- P.Ç. 9 :** Uluslararası ticaret ve lojistik projelerinde görev alır, sürdürülebilir yaklaşımlar benimser, kaynakları etkin kullanır, çevresel ve operasyonel riskleri analiz eder, yönetir ve çözüm önerileri sunar.
- P.Ç. 10 :** Kurum hedeflerine uygun şekilde eleştirel düşünme, sürekli öğrenme ve yeniliklere açık olma yaklaşımını benimser; ekip çalışmasına uyum sağlar, gerektiğinde liderlik yapar ve etkin iletişim becerileriyle iş süreçlerini geliştirir.
- Ö.Ç. 1 :** Pazarlama araştırmalarındaki temel kavramları açıklar.
- Ö.Ç. 2 :** Temel istatistiksel analiz yöntemlerini kullanarak sonuçları yorumlar.
- Ö.Ç. 3 :** Pazarlama araştırma sürecinin aşamalarını tanımlar.
- Ö.Ç. 4 :** Pazarlama araştırma raporunu hazırlayarak bulgularını etkili bir şekilde sunar.
- Ö.Ç. 5 :** Pazarlama araştırma bulgularını işletme fonksiyonlarıyla ilişkilendirerek analiz eder.