



Меѓународен Универзитет Визион - International Vision University
Universiteti Ndërkombëtar Vizion - Uluslararası Vizyon Üniversitesi

Adres: Ul. Major C. Filiposki No.1, Gostivar – Makedonya
tel: +389 42 222 325, www.vizyon.edu.mk, info@vizyon.edu.mk

DERS İZLENESİ (SYLLABUS)

DERSİN ADI	DERSİN KODU	YARIYILI	DERS YÜKÜ	AKTS
PAZARLAMA ARAŞTIRMASI	2007	2	180	6

Ön Şartlı Dersler	Yok
-------------------	-----

Dersin Dili	Türkçe
Dersin Türü	Seçmeli
Dersin Seviyesi	Lisans
Dersin Öğretim Üyesi	
Dersin Yardımcıları	
Derslik	
Ders Dışı Görüşme Saatleri ve Yeri	Görüşme: Danışmanlık:

Dersin Amacı	Dersin temel amacı öğrencileri üniversite eğitimi sonrasında pazarlama araştırması ve pazarlama araştırmasının önemi konusunda bilgili ve donanımlı hale getirmektir.
Dersin Öğrenme Çıktıları	Öğrenci dersi tamamladıktan sonra: <ul style="list-style-type: none">• Araştırmanın önemini belirleyebilecek ve altını çizebilecek,• Pazarlama Araştırması konusunu net bir şekilde yorumlayabilecek,• Eleştirebilecek ve sorgulayabilecek,• Önlerine çıkacak herhangi bir pazarlama araştırması çalışmasını basitçe tasarlayabilecek,• Yapılmış bir araştırmayı gözden geçirebilecek,• Bazı öğrenilen projeleri/olayları uyarlayabilecektir.
Dersin İçeriği	Pazarlama kavramı, pazarlama ve pazar araştırması, kalitatif ve kantitatif (nitel ve nicel) çalışmalar, yeni araştırma modelleri konuları bu ders esnasında işlenir.

HAFTALIK KONULAR VE İLGİLİ ÖN HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Pazarlama Kavramı	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
2	Pazarlama ve pazar araştırması (pazarlama içindeki önemli rol)	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
3	Temel pazarlama araştırması kavramı	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
4	Araştırma teknikleri (genel)	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
5	Kalitatif çalışmalar	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
6	Kantitatif çalışmalar	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
7	Ara Sınav	Ders notu ve kaynakları
8	Masabaşı, omnibus, çok müşterili araştırma teknikleri	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
9	Yeni araştırma modelleri	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
10	Örnek araştırmalar (case çalışmaları)	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
11	Ders içinde araştırma yapılması ve detaylı tartışma	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
12	Pazarlama, pazarlama araştırması konularının ortak paydası ve pazarlama araştırmasının önemi	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
13	Pazarlama, pazarlama araştırması konularının ortak paydası ve pazarlama araştırmasının önemi	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
14	Dönemin değerlendirilmesi ve eve götürülecek kilit mesajlar	Ders notunun ve kaynaklarının ilgili kısımları
15	Dönem Sonu Sınavı	Ders notunun ve kaynaklarının tamamı

AKTS VE DERS YÜKÜ TABLOSU

Sunum / Seminer			
Sınıf Dışı Ders Çalışma (ön hazırlık ve pekiştirme)	14	3	42
Ara Sınav	1	12	12
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	14	14
Toplam Ders Yüğü			
AKTS		6	

DERSLE İLGİLİ GENEL İLKELER

Değerli Öğrencilerimiz,

Derse dahil olmanız, dersi tam öğrenmeniz ve hak ettiğiniz başarıyı elde etmeniz amacıyla her derse, işlenecek konularla ilgili bölümleri temel ve yardımcı ders kitaplarından okuyarak hazırlıklı gelmeniz gerekmektedir. Ders saatlerine titizlikle uymanızı, çok zaruri olmadıkça dersleri aksatmamanızı, derse aktif katılım sağlamanızı, hocanızla ve sınıf arkadaşlarınızla tam iletişim kurmanızı, sınıftaki tartışmalara katılarak aktif olmanızı bekliyoruz. Gerek derslerde, gerekse sınavlarda meydana gelebilecek etik-dışı davranışlar konusunda ilgili yönetmelik çerçevesinde hareket edilecektir. Her dersin başında, ortasında veya sonunda olmak üzere hocanızın istediği bir zamanda yoklama alınacaktır. Dönem boyunca bütün derslere katılan öğrenciye, sınav notuna ek olarak 15 puan devam notu verilecektir.

KAYNAKLAR

ANA KAYNAK		
No	Kitabın İsmi	Yazarın İsmi, Yayın Evi, Yayın Yılı
1	Pazarlama Araştırması	Prof.Dr. Tuncer Tokol, Dora Yayınları, 2010
2	Birks Marketing Research	Naresh K. Malhotra, David F., third edition, Prentice Hall, 2007
3	Маркетинг истражување	Секуловска Н., Економски факултет, 2004

YARDIMCI KAYNAKLAR		
No	Kitabın İsmi	Yazarın İsmi, Yayın Evi, Yayın Yılı
1	Pazarlama Araştırması	Alvin C. Burns, Ronald F. Bush, Çev: Kollektif, Nobel Yayın Dağıtım, 2015
2	Project marketing : beyond competitive bidding	Cova, Bernand, Ghauri, Pervez N J. Wiley, 2002
3		

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Değerlendirmede Esas Alınan Çalışmalar	SAYISI	KATKI PAYI
Devam	15	%10
Proje / Etkinlik	1	%20
Ara Sınav	1	%35
Dönem Sonu Sınavı	1	%35
TOPLAM	17	%100

ÜNİVERSİTE ETİK KODU

Sınavlarda kopya yapılması veya yapmaya teşebbüs edilmesi, dersle ilgili ödev, proje, sunum gibi çalışmalarda kullanılan kaynaklara atıf yapılmaması (intihal) durumlarında M.C. Eğitim Bakanlığı ve Uluslararası Vizyon Üniversitesinin mevzuatında yer alan ilgili disiplin kuralları uygulanır. Uluslararası Vizyon Üniversitesi öğrencilerinin bu tarz davranışlara asla rağbet etmemeleri beklenmektedir.