**DERS TANITIMI**

DERS ADI: Pazar Araştırmaları

DERS KODU: PRL302

**BÖLÜM / ANABİLİM DALI:** Halkla ilişkiler/ İletişim Fakültesi

**AKADEMİK PROGRAM: Lisans**

**Lisans / Yüksek Lisans / Doktora**

DÖNEM: 2015-2016 Bahar

KREDİ: 3

Günü/Saati/Yeri: Dönem Programı Belli Olduğu Zaman Netleşir.

TEORİK/UYGULAMALI: Teorik

ZORUNLU/ŞEÇMELİ: Zorunlu

DERS DİLİ: Türkçe

**İLETİŞİM Yrd. Doç. Dr.** Nuran Öze, Öğretim Üyesi, nuran.oze@neu.edu.tr

**AMAÇ VE HEDEFLER:**

1. Pazar araştırması ve işletme stratejileri ile ilgili temel kavramlar bilgisi vermek
2. Araştırma yöntem ve tekniklerini öğretmek
3. Hedef kitlelere uygun araştırma yöntemlerini belirleme metotlarını anlatmak
4. Anket türleri ve düzenleme süreçlerini anlatmak

**DERS İÇERİĞİ:**

**1. Hafta:** Dersin Amaçlarını ve Sürecini Tanıma

**2. Hafta:** Pazar Araştırması Kavramına Genel Bir Bakış ve Pazarlamayla İlişkisinin Kurgulanması

**3.Hafta:** Pazar Araştırmasının Mikro ve Makro Çevreyle İlişkisi

**4.Hafta:** Pazar Araştırması Türleri, Pazar Araştırması Kararını Etkileyen Faktörler **5.Hafta:** Pazarlama Bilgi Sistemi, Karar Destekleme Sistemi ve Pazar Araştırması

**6.Hafta:** Pazar Araştırmasını Kimler Yapar?

**7.Hafta:** Pazar Araştırması Süreci ve Hataları

**8.Hafta:** Veri Elde Etme Kaynakları

**9.Hafta:** Hazırlık Sınavı

**10.Hafta:** ARA SINAVLAR

**11.Hafta:** Pazarlama Araştırmasının İkincil Kaynakları

**12.Hafta:** Pazarlama Araştırmasının Birincil Nitel Kaynakları, Pazarlama Araştırmasının Birincil Tanımlayıcı Kaynakları

**13.Hafta:** Veri Toplama Araçları: Anket Formunun Düzenlenmesi

**14.Hafta:** Ölçme ve Dereceleme

**15.Hafta:** Örnekleme Kavramı ve Yöntemleri

**16.Hafta:** Ders Tekrarı ve Hazırlık Sınavı

**17.Hafta:** Final Sınavları

**DEĞERLENDİRME YÖNTEMLERİ**

Konu anlatımı

Karşılıklı tartışma

Hazırlık sınavları

Konuyla ilgili örnek olay incelemeleri

Ödevler

Vize

Final

**ÖN KOŞULLAR ve ÖNERİLER:**

MARK301 Pazarlama İlkeleri dersini vermiş olmak avantajdır.

Marketing Türkiye, MediaCat gibi pazarlama alanında yayınlanan süreli dergilerin takibi önerilir.

İnternet üzerinden konu ile ilgili araştırmalar, kitaplar üzerinden araştırmalar, süreli yayın taramaları, örnek olay incelemeleri ve pazarlama teknikleri üzerine yazılmış makalelerin takibi önerilir.

**DERS KİTABI / ÖNERİLEN OKUMA LİSTESİ:**

**Temel Kaynaklar**

Nakip, Mahir (2005). Pazarlama Araştırmalarına Giriş. 2. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Arıkan, Rauf (2000). Araştırma Teknikleri ve Rapor Yazma. 3. Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi.

**Yardımcı Kaynaklar:**

Wright, L., T. and Crimp, M. (2000). The Marketing Research Process. Fifth Edition, Prentice Hall.

Malthora, N., K. and Birks, D., F. (1999). The Marketing Research, an Applied Approach. European Edition. Prentice Hall.