

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Tarımsal Pazarlama	0623530	V	2+0	2	2
Ön Koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin amacı lisans öğrencilerine tarımsal pazarlamada karşılaşılan sorunları ve bu sorunlarla ilgili çeşitli çözüm önerileri ve stratejileri geliştirmelerine yönelik bilgi ve beceriye sahip olmalarını sağlamaktır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenci; 1.Pazarlama bilgisi ışığında Dünya’da ve Türkiye’de tarımsal ürün pazarları hakkında bilgi sahibi olur. 2.Tarımsal pazarlamada talep ve arz dengesini öğrenir. 3.Pazarlama aşamaları hakkında bilgi sahibi olur. 4.Tarımsal pazarlama organizasyonlarını hakkında bilgiye sahip olur. 5.Pazarlama araştırması yürütme yetisine sahip olur.				
Dersin İçeriği	Pazarlama kavramı, pazarlama yaklaşımları, tüketici teorisi ve talep, üretici teorisi ve arz, arz ve talep, arz ve talebin fiyat esneklikleri, pazarlama türleri ve fiyat oluşumu, pazarlama hizmetleri, dağıtım zinciri, tarımsal pazarlama kuruluşları, pazarlama araştırması.				
Haftalar	Konular				
1	Fiyat teorisi, talep, talep fonksiyonu, talep kanunu, talep eğrisi, talep de değişme, talebi etkileyen faktörler, tarımsal ürün talebinin özellikleri.				
2	Arz, arz fonksiyonu, arz kanunu, arz eğrisi, arzda değişme, arzı etkileyen faktörler ve tarımsal ürün arzının özellikleri.				
3	Elastikiyet: talebin fiyat elastikiyeti, talep esnekliğini etkileyen faktörler, talebin gelir elastikiyeti, çapraz esneklik, Engel Kanunu, tamamlayıcı ve ikame malların çapraz esnekliği.				
4	Elastikiyet: arzın fiyat esnekliği, arz esnekliğini etkileyen faktörler.				
5	Pazarlama kavramı, tarımsal pazarlama ve tarımsal pazarlamanın fonksiyonları, toplama, işleme, depolama, standardizasyon ve tarımsal ürünlerin ambalajlanması.				
6	Dağıtım kavramı, tarımsal ürünler zinciri, kanalları ve aracıları.				
7	Ara Sınav				
8	Türkiye’de tarımsal pazarlama organizasyonları, pazarlama kooperatifleri, Tarış, Marmarabilirlik, Fiskobirlik.				
9	Taze sebze ve meyve toptancı pazarları, hayvansal ürünler pazarı.				
10	Ticaret Borsası, Lisanslı Depoculuk				
11	Vadeli işlemler piyasası				
12	Türkiye Hububat Borsası, Çaykur, Et ve Balık Kurumu.				
13	Pazarlama araştırması				
14	Pazarlama araştırması				
Genel Yeterlilikler					
1. Tarımsal ürün pazarlama kanallarını belirleyebilir 2. Tarımsal pazarlamada kullanılacak kanallar arasında seçim yapabilir. 3. Tarımsal ürünlerin pazarlandığı pazarlar hakkında bilgi sahibi olur.					
Kaynaklar					
Karacan, A. R. (2009). <i>Tarımsal Pazarlama</i> , İzmir: Meta Basım Matbaacılık. Yurdakul, O. (1998). <i>Tarım Ürünleri Pazarlaması</i> , Adana: Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları.					
Değerlendirme Sistemi					
Ara sınav: % 40		Final: % 60		Bütünleme: % 60	

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENME ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU																		
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17	
ÖÇ1	3	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	3	4	3	
ÖÇ2	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	
ÖÇ3	3	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	3	4	3	
ÖÇ4	3	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	3	4	3	
ÖÇ5	3	3	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	
ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları																		
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük				2 Düşük				3 Orta				4 Yüksek			5 Çok Yüksek		

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Ders	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15	PÇ16	PÇ17
Tarımsal Pazarlama	3	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	3	4	3