



Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yerel Kredi	AKTS	Ders (saat/hafta)	Uygulama (saat/hafta)	Laboratuvar (saat/hafta)
Pazarlama Araştırmalarında İleri Teknikler	IST5117	3	7.5	3	0	0

Önkoşullar	Yok
------------	-----

Yarıyıl	Bahar
---------	-------

Dersin Dili	Türkçe
Dersin Seviyesi	Yüksek Lisans Seviyesi
Ders Kategorisi	Temel Meslek Dersleri
Dersin Veriliş Şekli	Yüz yüze

Dersi Sunan Akademik Birim	İstatistik Bölümü
Dersin Koordinatörü	Dogan Yıldız
Dersi Veren(ler)	Dogan Yıldız
Asistan(lar)ı	

Dersin Amacı	Pazar araştırmalarının önemi, pazarlama problemlerine ilişkin bilginin toplanması, analizinde kullanılacak araştırma yöntemlerinin ve metodolojinin kavranması, Çok değişkenli yöntemlere uygulanması
Dersin İçeriği	Pazar araştırmalarının önemi, Problemin tanımlanması ve hipotez belirleme, Araştırma modelleri, Pazar araştırmalarında kullanılan çok değişkenli istatistik yöntemler
Opsiyonel Program Bileşenleri	Yok

Ders Öğrenim Çıktıları

1	Öğrenciler pazarlama konusunda herhangi bir problemin belirlenmesi, çözümü için amaca yönelik bilgilerin toplanması, analiz edilmesi ve yorumlanmasını öğreneceklerdir
2	Öğrenciler pazarlama araştırmalarının uygulama alanlarını tanıyabilme ve çok değişkenli istatistik yöntemlere uygulayabilme becerisi kazanacaklardır
3	Öğrenciler pazar araştırmalarının önemi, pazarlama problemlerine ilişkin bilginin toplanması, analizinde kullanılacak araştırma yöntemlerinin ve metodolojinin kavranması, çok değişkenli yöntemlere uygulanmasını öğreneceklerdir
4	Öğrenciler problemin tanımlanması ve hipotez belirlemeyi öğreneceklerdir
5	Öğrenciler araştırma modelleri ve pazar araştırmalarında kullanılan çok değişkenli istatistiksel yöntemleri öğreneceklerdir

Haftalık Konular ve İlgili Ön Hazırlık Çalışmaları

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Pazarlama araştırmalarının içeriği ve önemi	
2	Pazarlama araştırmalarının türleri, Pazar araştırmalarında problemin teşhisi ve veri kaynaklarının belirlenmesi, Ölçme Ölçekleme	
3	Kanonik korelasyon analizini amacı, kanonik değişkenlerin tanımı ve elde edilmesi Kanonik korelasyonların elde edilmesi	

4	Pazarlamada Bayes Karar Analizi, Risk ve Belirsizlik altında karar alma yöntemleri	
5	Pazarlama araştırmalarında parametrik olmayan ve yarı-parametrik yöntemler	
6	Kısmi En küçük kareler yöntemi	
7	Kategorik veriler için çok değişkenli istatistik modeller	
8	Midterm 1	
9	Pazar araştırmalarında kümeleme analizi	
10	Latent çok boyutlu ölçekleme	
11	Konjoint analizi	
12	Çoklu uyum analizi	
13	Pazarlama araştırmalarında karma modeller	
14	Doğrulayıcı ve keşfedici Faktör analizi	
15	Final	

Değerlendirme Sistemi

Etkinlikler	Sayı	Katkı Payı
Devam/Katılım		
Laboratuvar		
Uygulama		
Arazi Çalışması		
Derse Özgü Staj		
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği		
Ödev	2	40
Sunum/Jüri		
Projeler		
Seminer/Workshop		
Ara Sınavlar	1	20
Final	1	40
Dönem İçi Çalışmaların Başarı Notuna Katkısı		60
Final Sınavının Başarı Notuna Katkısı		40
TOPLAM		100

AKTS İşyükü Tablosu

Etkinlikler	Sayı	Süresi (Saat)	Toplam İşyükü
Ders Saati	13	3	39
Laboratuvar			
Uygulama			
Arazi Çalışması			
Sınıf Dışı Ders Çalışması	14	8	112

Derse Özgü Staj			
Ödev	2	20	40
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği			
Projeler			
Sunum / Seminer			
Ara Sınavlar (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	15	15
Final (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	15	15
Toplam İşyükü			221
Toplam İşyükü / 30(s)			7.37
AKTS Kredisi			7.5

Diğer Notlar	Yok
--------------	-----