Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yerel Kredi	AKTS	Ders (saat/hafta)	Uygulama (saat/hafta)	Laboratuar (saat/hafta)
Pazarlama Araştırması	ISL6157	3	7.5	3	0	0

Önkoşullar	Yok

Yarıyıl	Güz, Bahar

Dersin Dili	İngilizce, Türkçe
Dersin Seviyesi	Doktora Seviyesi
Ders Kategorisi	Uzmanlık/Alan Dersleri
Dersin Veriliş Şekli	Yüz yüze

Dersi Sunan Akademik Birim	İşletme Bölümü
Dersin Koordinatörü	Tuğçe Ozansoy Çadırcı
Dersi Veren(ler)	Tuğçe Ozansoy Çadırcı
Asistan(lar)ı	

Dersin Amacı	Bu dersin amacı, doktora öğrencilerine pazarlama araştırmasının teorik temellerini, nicel ve nitel araştırma yöntemlerini, ileri düzey veri analiz tekniklerini (örneğin faktör analizi, regresyon, ANOVA/MANOVA, yapısal eşitlik modellemesi) öğretmek ve bilimsel araştırma tasarlama, yürütme ve yorumlama yetkinliği kazandırmaktır.
Dersin İçeriği	Bu ders, pazarlama araştırmasının temel kavramları ile başlar; araştırma süreci, problem tanımı, hipotez geliştirme, örnekleme yöntemleri, veri toplama araçları (anket, görüşme, gözlem), veri hazırlama ve temizleme gibi konular ele alınır. Dersin ikinci bölümünde ise faktör analizi, regresyon, kümeleme analizi, ANOVA/MANOVA, yapısal eşitlik modellemesi (CB-SEM ve PLS-SEM) gibi ileri düzey istatistiksel tekniklere odaklanılır. Ders, öğrencilerin bireysel araştırma önerilerini geliştirerek bilimsel bir sunumla tamamlamasını hedefler.
Opsiyonel Program Bileşenleri	Yok

Ders Öğrenim Çıktıları

1	İleri düzey karma yöntemli (nicel + nitel) pazarlama araştırma tasarımları kurar ve her bir araştırma sorusu için uygun analitik stratejileri seçer;
2	Güncel istatistiksel modelleri, makine öğrenimi yaklaşımlarını ve derin nitel içerik analizini eleştirel biçimde uygulayarak çok boyutlu pazarlama verilerini yorumlar;
3	Mevcut literatürdeki teorik boşlukları saptayıp özgün araştırma soruları geliştirir ve bunları disiplinlerarası çerçevelerle ilişkilendirir;
4	Araştırma etiği, veri gizliliği ve açık bilim ilkelerini gözeterek sorumlu veri toplama, yönetme ve raporlama protokolleri tasarlar
5	Elde ettiği bulguları kuramsal, yönetsel ve toplumsal düzeylerde tartışarak yayınlanabilir bilimsel makaleler üretir ve uluslararası akademik toplulukla paylaşır.

Haftalık Konular ve İlgili Ön Hazırlık Çalışmaları

Hafta	Konular	Ön Hazırlık

1	Pazarlama araştırmalarına giriş	Marketing Research: An Applied Orientation
2	Kantitatif ve kalitatif araştırma prosedürleri	Marketing Research: An Applied Orientation
3	Deneysel serimler	Marketing Research: An Applied Orientation
4	Ön veri analizi/ Veri temizleme	Multivariate Data Analysis
5	Araştırma Önerisi Sunumu 1	
6	Faktör analizi	Multivariate Data Analysis
7	Kümeleme analizi	Multivariate Data Analysis
8	Midterm 1 / Practice or Review	
9	Regresyon analizi	Multivariate Data Analysis
10	Fark testleri	Multivariate Data Analysis
11	Varyans analizi	Multivariate Data Analysis
12	Çok değişkenli varyans analizi	Multivariate Data Analysis
13	Yapısal eşitlik modellemesi (SB-SEM)	Multivariate Data Analysis
14	Yapısal eşitlik modellemesi (PLS-SEM)	Multivariate Data Analysis
15	Araştırma önerisi final sunumu	
16	Final	

Değerlendirme Sistemi

Etkinlikler	Sayı	Katkı Payı
Devam/Katılım		
Laboratuar		
Uygulama		
Arazi Çalışması		
Derse Özgü Staj		
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği	1	30
Ödev		
Sunum/Jüri		
Projeler	1	30
Seminer/Workshop		
Ara Sınavlar		
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	14	3	42

Laboratuar			
Uygulama			
Arazi Çalışması			
Sınıf Dışı Ders Çalışması	14	5	70
Derse Özgü Staj			
Ödev			
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği	1	50	50
Projeler	1	50	50
Sunum / Seminer			
Ara Sınavlar (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)			
Final (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	10	10
		Toplam İşyükü	222
		Toplam İşyükü / 30(s)	7.40
		AKTS Kredisi	7.5

Diğer Notlar	Yok