



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Pazarlama Araştırma Yöntemleri ve Veri Analiz Teknikleri	İŞL6012		3 + 0	7,5	Seçmeli
Birim Bölüm	İşletme - DR - Lisansüstü (Yüzyüze eğitim)				
Amaç	Bu dersin amacı, araştırma probleminin fark edilmesi ve bu problemin çözümünde hangi yolların kullanılması gerektiğinin öğretilmesidir. Bu derste ayrıca öğrencinin temel araştırma sürecinin adımlarını takip ederek, uygulamalı bir proje gerçekleştirmesi sağlanarak problemin tespitinden veri girişine ve analizine kadar tüm adımların öğretilmesidir.				
Ders İçeriği	Pazarlama araştırmasında nitel ve nicel yöntemlerin öğretilmesi ve SPSS paket programının kullanılması ve veri girişi ve analizinin öğretilerek bir rapor halinde sunulması				
Ders Kaynakları	• Kurtuluş, Kemal (1998), Pazarlama Araştırmaları, 6. Basım, İstanbul, Avcıol Basım Yayın. , • Gegez, Ercan(2006), Pazarlama Araştırmaları, Beta Yay., • Nakip, Mahir (2003), Pazarlama Araştırmaları, Ankara, Seçkin Yayıncılık. , Alvin C. Burns , Ronald F. Bush, (2015). Pazarlama Araştırması, Editör: Fatma Demirci Orel, Nobel Akademik Yayıncılık,.				

Hafta	Konu
1	Tanışma ve Ders tanıtımı
2	Pazarlama araştırmaları ile ilgili kavramsal çerçeve
3	Pazarlama araştırmaları ile ilgili yeni gelişmeler
4	Pazarlama Araştırma Süreci
5	Veri Kaynaklarının belirlenmesi
6	Veri toplama yöntemi- Kalitatif Yöntemler
7	Veri toplama Yöntemi- Nicel Yöntemler
8	Ara sınav
9	Anakütle ve Örnek seçimi, Örnekleme Yöntemleri
10	Saha Çalışmaları ve Uygulama
11	Saha Çalışmaları ve Uygulama
12	Saha Çalışmaları ve Uygulama
13	Saha Çalışmaları ve Uygulama
14	Dönem Sonu Uygulama, Araştırma Raporu

Program Çıktıları

- Alanındaki güncel ve ileri düzeydeki bilgileri, düşünce ve araştırma yaparak alanına uygulayabilme bilgisine sahip olmak.
- Disiplinler arası bakış açısına sahip olmak ve bu şekilde yeni fikirler üretecek bilgiye sahip olmak.
- Verileri yorumlama, analiz edebilme, sorunları tanımlama ve çözüm önerisi getirebilme becerisine sahip olmak.
- Alanındaki uzman bilgilerini uygulamacı ve akademik çalışanlarla aktarabilme becerisine sahip olmak.
- Kendi uzmanlığı dahilinde bir çalışma gerçekleştirir.
- Projelerde yer alır ve/veya kendi alanında bir proje, çalışmaya öncülük eder.
- Bağlı bulunduğu kurumun misyon, vizyon, amaç ve hedef belirlemede öncülük eder.
- Olaylara ve olgulara eleştirel bakabilme becerisi ile olguları farklı yorumlar.
- Alanı ile ilgili bilgi ve becerileri, ilgili şahıslara yazılı ve sözlü olarak aktarır.
- Sosyal ve toplumsal konular hakkında bilgi sahibi olmak, bu bilinç dahilinde yenilikçi ve özgün çalışmalar yapabilmek.
- Alanında çalışma yaparken, veri analizi yapabilecek düzeyde bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabiliyor olmak.
- Alanıyla ilgili gelişmeleri takip edebilecek ve yazılı, sözlü ve görsel iletişim kurabilecek düzeyde yabancı dil bilmek.

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12
Öğrenciler kendi örnek çalışmalarını sahada uygulama yaparak deneyim kazanır.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler pazarlama araştırması raporu hazırlamayı öğrenir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler pazarlama araştırma ve uygulama sürecini öğrenir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler pazarlama araştırması ile ilgili temel kavramları öğrenirler	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Öğrenciler SPSS programını kullanmayı öğrenir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-