

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	MARKETING RESEARCH / MARKETING RESEARCH	
Ders Kodu / Course Code	11320203E11810	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	First Cycle / First Cycle	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	4	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Face to Face / Face to Face	
Eğitim Dili / Education Language	English / English	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	none
Amacı / Purpose	Bu derste teoride ve pratikte uygulanan pazarlama araştırması, niteleyici ve niceleyici yöntemler kapsamında ayrıntılı olarak incelenecektir. •Ayrıca pazarlama araştırmalarının en son yenilikleri, küresel uygulamaları ve yeni teknolojiyle bütünleşme anlatılacaktır	•To acquaint students with qualitative and quantitative research methods and their philosophical origins. •To develop competencies in evaluation of research needs through varied perspectives, such as positivism, interpretivism etc. •To develop competencies in identification of research problem and development of hypothesis, data collection and analysis based on hypothetical-deductive method.
İçeriği / Content	Bu derste pazarlama araştırmasının kavramlarının tanıtılması amaçlanmaktadır. Yani sıra, pazarlama araştırmasının kapsamı, araştırma bölümünün organizasyonu ve farklı pazarlama araştırmaları ve yöntemlerine atıfta bulunulacaktır. Ayrıca bu derste Pazarlama Araştırmasını kavramsallaştırmak ve yürütmek; bunun yanı sıra da araştırmayı pazarlama yönetimi kararlarında bir araç olarak kullanabilmek amaçlanmaktadır. Pazarlama araştırması sonucunda elde edilen veri ve bulgular, karar alma süreci içerisinde kullanılacaktır.	The aim of this course is to acquaint students with the with qualitative and quantitative research methods and their philosophical origins. After introduction, the topics of identification of research problem, development of theoretical framework, development of hypothesis, data collection and analysis will be addressed.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	Knowledge of statistics, at least undergraduate level, is recommended
Staj Durumu / Internship Status	Yok	none

Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	<ul style="list-style-type: none"> •Malhotra N., "Marketing Research and SPSS 11.0 Package", 4/e, Prentice Hall, (2004). •Burns, Alvin C. And Bush, Ronald F. (1997). Marketing Research, USA, Prentice Hall •Malhotra, N.K. (2010). Marketing research: An Applied Orientation USA, Prentice Hall, •Pelsmecker, Patrick De, Kenhove, Patrick Van, Janssens Wim and Wijnen Katrien (2008). Marketing Research with SPSS USA, Prentice Hall 	<ul style="list-style-type: none"> •Malhotra N., "Marketing Research and SPSS 11.0 Package", 4/e, Prentice Hall, (2004). •Burns, Alvin C. And Bush, Ronald F. (1997). Marketing Research, USA, Prentice Hall •Malhotra, N.K. (2010). Marketing research: An Applied Orientation USA, Prentice Hall, •Pelsmecker, Patrick De, Kenhove, Patrick Van, Janssens Wim and Wijnen Katrien (2008). Marketing Research with SPSS USA, Prentice Hall
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Assoc. Prof. Dr. Ayla ÖZHAN DEDEOĞLU	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	ÖÇ1. Pazarlama araştırmasını ve sağlayacağı bilgileri, bunların pazarlama yöneticileri tarafından ne şekilde kullanılabileceğini öğrenmek.	LO1. To be able to give information about qualitative and quantitative research methods and their philosophical origins.
2	ÖÇ2. Alternatif pazarlama araştırması yöntemlerini görel olarak değerlendirebilmek	LO2. To identify research problem and develop theoretical framework
3	ÖÇ3. Başlıca ölçüm ve veri toplama tekniklerini değerlendirmek	LO3. To develop hypothesis, collect data and analyze them based on hypothetical-deductive method.
4	ÖÇ4. SPSS paket programını kullanarak pazarlama araştırmasındaki verileri analiz etmek	
5	ÖÇ5. Bir pazarlama araştırması raporu yazıp sözlü olarak sonuçlarını sunmak	ÖÇ5. Bir pazarlama araştırması raporu yazıp sözlü olarak sonuçlarını sunmak

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Araştırmasına Giriş ve Pazarlama Araştırması Sürecinin Açıklanması				
	Introduction to Philosophy of Science				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Problem Tanımı ve Araştırma Amaçlarının Belirlenmesi				
	Pozitivist Research Methods				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Araştırma Dizaynı ve İkincil Datayı ve Çevrimiçi Veritabanlarını Kullanmak				
	Interpretivist and Postmodern Research Methods				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Standartlaştırılmış Bilgi Kaynaklarını Kavrama				
	Hypothetical-Deductive Method - Identification of Variables				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Keşifçi ve Nitel Araştırma Yöntemlerinden Yararlanmak				
	Theoretical Framework- Modelling				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Veri Toplama Metotlarının Değerlendirilmesi				
	Development of Hypothesis				
7	Pazarlama Araştırmasında Ölçümleme				
	Measurement and Scaling				
8	ARASINAV				
	Mid-term Exam				
9	Soru Geliştirme ve Anket Tasarımı				
	Questionnaire and Form Design				
10	Örneklem Seçimi ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi				
	Data Collection				
11	Alan Çalışması ve Veri Kalitesi				
	Data Preparation				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Temel Tanımlayıcı Analizi Kullanma				
	Data Analysis: Frequency Distribution, Hypothesis Testing, and Cross-Tabulations				
13	Popülasyon Tahminleri ve Hipotez Testi				
	Multivariate Data Analysis				
14	Temel Farklılık Testleri Uygulamaları ve İlişki Testleri Kullanımı				
	Multivariate Data Analysis				
15	Regresyon Analizi Temelleri				
	Non-Parametric Data Analysis				
16	FİNAL SINAVI				
	Final Exam				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Derse Katılım / Attending Lectures	16	2.00	32.00
Uygulama/Pratik / Practice	10	1.00	10.00
Laboratuvar / Laboratory	16	1.00	16.00
Bireysel Çalışma / Self Study	14	1.00	14.00
Ödev Problemleri için Bireysel Çalışma / Individual Study for Homework Problems	14	1.00	14.00
Ara Sınav için Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	10	2.00	20.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	20	2.00	40.00
Toplam / Total:	102	14.00	150.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 150.00/30.00 = 5.00 ~ 5.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 150.00 / 30.00 = 5.00 ~ 5.00			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes												
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13
1.ÖÇ1. Pazarlama araştırmasını ve sağlayacağı bilgileri, bunların pazarlama yöneticileri tarafından ne şekilde kullanılabileceğini öğrenmek. / LO1. To be able to give information about qualitative and quantitative research methods and their philosophical origins.	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	2	2
2.ÖÇ2. Alternatif pazarlama araştırması yöntemlerini görelî olarak değerlendirebilmek / LO2. To identify research problem and develop theoretical framework	4	5	4	4	3	3	2	5	4	3	2	3	4
3.ÖÇ3. Başlıca ölçüm ve veri toplama tekniklerini değerlendirmek / LO3. To develop hypothesis, collect data and analyze them based on hypothetical-deductive method.	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	2	3	3
4.ÖÇ4. SPSS paket programını kullanarak pazarlama araştırmasındaki verileri analiz etmek /	2	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	4
5.ÖÇ5. Bir pazarlama araştırması raporu yazıp sözlü olarak sonuçlarını sunmak / ÖÇ5. Bir pazarlama araştırması raporu yazıp sözlü olarak sonuçlarını sunmak	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	2	3

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high