

ABDULLAH GÜL ÜNİVERSİTESİ
YÖNETİM BİLİMLERİ FAKÜLTESİ
İŞLETME BÖLÜMÜ
DERS TANIM VE UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U Saat	Kredisi	AKTS
İŞLETMEDE ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ	BA - 321	BAHAR	3 + 0	3	5

Ön Koşul Dersleri BA 222 – İstatistik II

Dersin Türü	Zorunlu
Dersin Dili	İngilizce
Dersin Koordinatörü	Öğretim Üyesi
Dersi Verenler	Öğretim Üyesi
Dersin Yardımcıları	Yok
Dersin Amacı	İşletmede Araştırma Yöntemleri dersi öğrencilere işletme araştırmasının temel yöntemlerini tanıtır. Dersin amacı pazarlama karmasını eleştirel bir şekilde değerlendirmek, değişen sosyal, ekonomik ve rekabetçi ortamları değerlendirebilmek ve yeni pazarlama fırsatlarını keşfedebilmektir. Araştırma sürecinin basamakları (tasarım, veri toplama, veri analizi ve sunum yapma) kültürel ve sosyo-ekonomik çeşitlilik içerisinde ve pazarlamanın etik ilkeleri dikkate alınarak geliştirilir.
Dersin Öğrenme Çıktıları	• Araştırma sorusu formülasyonu • Araştırma tasarımı belirlenmesi • Veri toplama metodu belirlenmesi • Veri toplama formlarının tasarımı • Örneklemen tasarımı ve veri toplama • Veri toplama ve analizi • Araştırma raporu hazırlama • Profesyonel sunum yapma
Dersin İçeriği	.

HAFTALIK KONULAR VE İLGİLİ ÖN HAZIRLIK SAYFALARI

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Ders izlencesinin tartışılması Araştırmaya giriş	
2	Pazarlama araştırmasına giriş Pazarlama araştırma probleminin tanımlanması ve yaklaşım geliştirilmesi	
3	Araştırma tasarımı, ikincil ve dağıtılan veri çeşitleri	
4	Kalitatif araştırma	
5	LFW – Odak grubu ve röportajlar	
6	Mülakat ve gözlem Deneyssel ve nedensel araştırma	
7	Ara sınav	
8	Ölçme ve oranlama	
9	Soru ve form tasarımı	
10	Örneklem tasarımı ve hazırlanması	
11	Veri toplama ve hazırlama	
12	Veri analizi: Sıklık dağılımı, hipotez testi ve tablolama	
13	Veri analizi: Hipotez testi, korelasyon ve regresyon	
14	Rapor hazırlama ve sunum	
15	Proje sunumları	
16	Final Sınavı	

KAYNAKLAR

Ders Notu Derse ait slaytlar

Diğer Kaynaklar	Ders Kitabı:
	1. Essentials of Marketing Research: A Hands-on Orientation , Naresh K. Malhotra (2015), Pearson.
	2. Basic Marketing Research , Naresh K. Malhotra (2014), New International Edition (4th Edition), Pearson.
	Yardımcı Kitaplar:
	1.

MATERYAL PAYLAŞIMI	
Dökümanlar	Derse ait slaytlar.
Ödevler	Öğrencilere sınıf içi aktivite ve proje verilecektir.
Sınavlar	1 Ara Sınav, 1 Final Sınavı

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ		
YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI	SAYISI	KATKI PAYI
Ara Sınav	1	20
Proje	1	25
Sınıf içi aktiviteler	5	10
Ödevler	2	10
Derse katılım	-	5
Derse devam	-	10
TOPLAM		80
Yılığının Başarıya Oranı		80
Finalin Başarıya Oranı	1	20
TOPLAM		100

Ders Kategorisi	
Temel Bilimler ve Matematik	%10
Mühendislik Bilimleri	%10
Sosyal Bilimler	%80

DERSİN ÖĞRENİM ÇIKTILARININ PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLE İLİŞKİSİ						
No	Program Yeterlilikleri	Katkı Düzeyi				
		1	2	3	4	5
1	Pazarlama, insan kaynakları yönetimi, üretim yönetimi, muhasebe ve finans gibi işletmenin alt alanlarında bilgi toplamak ve bu bilgiyi firmanın bütün misyon ve vizyonuna entegre etmek ve uygulamak.				x	
2	Bilgi teknolojisi ve araştırma yöntemlerini kullanarak; veriyi edinme, yorumlama, sentezleme ve sonuçları karar vermede kullanarak, kritik ve stratejik düşünceyi iş problemlerini çözme ve analiz etmede uygulamak.					x
3	Küreselleşmenin şirketler, insanlar ve ulusal ekonomiler üzerindeki etkisini farklı hukuki, siyasi ve ekonomik sistemleri göz önünde bulundurarak anlamak.	x				
4	Daha iyi ürün, hizmet ve süreç yaratmada inovasyonun rolünü anlamak.	x				
5	Yazılı profesyonel iletişimde ve resmi sözlü sunumlarda yeterlilik gösterme yeteneği.					x
6	Liderlik yeteneklerine sahip olma ve grup görevlerini yerine getirmede takım oluşturma ve işbirlikçilik yeteneklerini kullanma.			x		
7	İş yerlerindeki hukuki ve etik sorunları tanımak, bu sorunların potansiyel sonuçlarının farkında olmak ve bunlara alternatif çözümler üretmek.					x
8	Örgütsel kapsamda, kararlarda ve iş uygulamalarında sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarını anlamak.					x
9	Devamlı olarak profesyonel, saygılı, dürüst, adil ve mantıklı bir biçimde davranmak ve etik prensipleri ve mantıksal akıl yürütmeyi iş kararlarını almak ve doğrulamak için kullanmak.				x	

*1'den 5'e kadar artarak gitmektedir.

AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU

Etkinlikler	Etkinlikler	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü
Ders Süresi (Sınav haftası dahildir: 16x toplam ders saati)	16	3	48
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	16	2	32
İnternette tarama, kütüphane çalışması	16	1	16
Proje	1	20	20
Ödevler	2	10	20
Arasınay	1	10	10
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	10	10
Toplam İş Yüğü			156
Toplam İş Yüğü / 30			156/30
Dersin AKTS Kredisi			5