

General Info

Objectives of the Course

This course aims to enable the student to conduct original scientific research in the field of marketing, prepare a doctoral thesis that will contribute to the literature, and complete this process in line with ethical principles.

Course Contents

Thesis proposal preparation and defense, Data collection process, Data analysis and interpretation, Thesis writing (Introduction, Theoretical Framework, Method, Findings, Conclusion), Regular face-to-face and online meetings with the advisor, Thesis defense process

Recommended or Required Reading

Basic reference books on the field, academic publications on marketing and research methods, SCI/SSCI indexed journals, software such as SPSS, AMOS, SmartPLS, NVivo (when necessary)

Planned Learning Activities and Teaching Methods

One-on-one academic consultancy, literature discussions, process reports, applied analysis studies

Recommended Optional Programme Components

The student regularly (once a month) reports on the parts of his/her thesis that he/she has written.

Instructor's Assistants

There is no assistant instructor for the course.

Presentation Of Course

The course is conducted one-on-one between the student and the thesis advisor. The student plans the thesis process, collects data, conducts analysis, and progresses the writing process. The advisor provides academic guidance and feedback at every stage. Regular meetings, progress reports, and adherence to ethical guidelines are essential. The course aims to help the student reach a certain level of maturity in their thesis.

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Prof. Dr. Suzan Çoban Assoc. Prof. Dr. Ceylan Bozpolat Assoc. Prof. Dr. Burcu Gülsevil Belber

Program Outcomes

1. Conducts independent and original academic research.
2. Acquires skills in literature review, hypothesizing, modeling, and analysis.
3. Uses appropriate research methods and techniques.
4. Prepares a thesis in accordance with scientific ethics and academic
5. Achieves original results that contribute to the field of marketing.

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical Practise
1	In support of the thesis study, this course requires preparatory work on the stages reached in the research process.	Lecture, interview and discussion	Creating and writing the theoretical framework of the thesis
2	In support of the thesis study, this course requires preparatory work on the stages reached in the research process.	Lecture, interview and discussion	Creating and writing the theoretical framework of the thesis
3	In support of the thesis study, this course requires preparatory work on the stages reached in the research process.	Lecture, interview and discussion	Creating and writing the theoretical framework of the thesis
4	In support of the thesis study, this course requires preparatory work on the stages reached in the research process.	Lecture, interview and discussion	Creating and writing the theoretical framework of the thesis
5	The institute thesis preparation guide should be reviewed.	Lecture, interview and discussion	Creating and writing the theoretical framework of the thesis
6	The institute thesis preparation guide should be reviewed.	Examination of student preparation regarding lecture, interview and survey design, discussion	Conducting a field study related to the dissertation or creating a survey
7	The institute thesis preparation guide should be reviewed.	Examination of student preparation regarding lecture, interview and survey design, discussion	Conducting a field study related to the dissertation or creating a survey
8	Preparation of TIK report or preparation of thesis proposal	Data Collection: interview and discussion	Conducting the field study related to the thesis or applying the survey
9	The institute thesis preparation guide should be reviewed.	Data Collection: interview and discussion	Conducting the field study related to the thesis or applying the survey
10	The institute thesis preparation guide should be reviewed.	Data Collection: interview and discussion	Conducting the field study related to the thesis or applying the survey
11	The institute thesis preparation guide should be reviewed.	Presentation and Performance assignment	Data analysis
12	The institute thesis preparation guide should be reviewed.	Presentation and Performance assignment	Data analysis
13	The institute thesis preparation guide should be reviewed.	Reading, Explaining, file review	Thesis writing
14	The institute thesis preparation guide should be reviewed.	Reading, Explaining, file review	Thesis writing
15	The institute thesis preparation guide should be reviewed.	Reading, Explaining, file review	Presentation or acceptance of the thesis

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	28	10,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	28	10,00
Alan Çalışması	10	8,00
Araştırma Sunumu	6	10,00
Rapor	6	3,00

Assesments

Activities	Weight (%)
Final	100,00

İşletme Ana Bilim Dalı / ÜRETİM YÖNETİMİ VE PAZARLAMA (DOKTORA) X Learning Outcome Relation

	P.O. 1	P.O. 2	P.O. 3	P.O. 4	P.O. 5	P.O. 6	P.O. 7	P.O. 8	P.O. 9	P.O. 10	P.O. 11	P.O. 12	P.O. 13	P.O. 14	P.O. 15	P.O. 16	P.O. 17	P.O. 18	P.O. 19	P.O. 20
L.O. 1	3					2	1	3	5	3		4	5	3	3			2	5	5
L.O. 2	3					5	3	5	4	5		4	5	2	3			2	5	1
L.O. 3	3					5	4	5	5	5		4	5	2	3			2	5	3
L.O. 4	3						1	2	2	2		3	4	4	3			1	4	1
L.O. 5	3						3	2	5	5		4	5	3	3			1	4	4

Table :

- P.O. 1 :** Daha önceki eğitim süreçlerinde edindikleri bilgi ve deneyimlerin üzerine güncel ve ileri düzeyde pazarlama bilgilerini ekleyerek, pazarlama bilimini tüm yönleriyle kavrar ve bu alana yenilik getirebilecek seviyede birikimlerini derinleştirir.
- P.O. 2 :** Pazarlama bilimindeki güncel konulara hakim olur. Yeşil pazarlama, toplumsal pazarlama, postmodern pazarlama, sürdürülebilir pazarlama, veri tabanlı pazarlama, ilişki pazarlaması vb. yeni pazarlama yöntemlerini öğrenir.
- P.O. 3 :** Stratejik pazarlama yönetimi bilgilerini güçlendirir, farklı pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanmasıyla ilgili konuları bilir, pazarlama organizasyonu, planlaması, uygulanması ve denetim ve kontrolü konularında kendisini geliştirir
- P.O. 4 :** Global pazarlama alanında bilgilerini geliştirir; yasal, politik, coğrafi, kültürel vb. farklılıklar temelinde küresel pazarları tanır ve bu doğrultuda uluslararası pazarlama faaliyetlerinin organizasyonunu dış ticaret işlemlerinin yürütülmesi konularıyla birlikte öğrenir.
- P.O. 5 :** Tüketici davranışları konusunu öğrenir, bu alandaki konuları özelde pazarlama, genelde ise psikoloji, sosyoloji, ekonomi gibi çeşitli disiplinlerle birlikte inceler, tüketici davranışı modellerini öğrenir ve söz konusu modelleri geliştirecek ve/veya yeni modeller ortaya koyacak birikimi elde eder.
- P.O. 6 :** İleri pazarlama araştırmaları konusunda teorik ve uygulamalı bilgi ve beceriler kazanır. İstatistik bilgisi temelinde, çeşitli nitel ve nicel araştırma yöntemlerini öğrenir ve uygular. Bilimsel yöntemlerle veri toplayabilir, ileri düzey analizleri başarıyla yapabilir, bulguları değerlendirip, yorumlayabilir. SPSS gibi bazı istatistiksel programları başarılı bir şekilde kullanabilir.
- P.O. 7 :** Pazarlama biliminin, gerek işletme anabilim dalının diğer bölümleri ile gerekse farklı bilim dallarıyla etkileşimini kavrar, yeni bakış açıları ile farklı konuları değerlendirebilir, analiz ve sentez teknikleri ile orijinal bilgi üretme yeteneği kazanır
- P.O. 8 :** Pazarlama alanındaki yeni bilgilere sistematik bir biçimde yaklaşır ve alanıyla ilgili araştırma yöntemlerinde üst düzeyde beceri sahibi olur.
- P.O. 9 :** Pazarlama bilimine yenilik getirir, yeni bir bilimsel yöntem geliştirir ya da bilinen bir yöntemi farklı bir alana uygulayabilir.
- P.O. 10 :** Özgün bir konu tasarlayabilir ve araştırabilir; yeni, farklı ve/veya karmaşık konuları kavrar.
- P.O. 11 :** Bilgilerini güncel tutar, alanında ulusal ve uluslararası literatürü yakından takip eder, yalnızca pazarlama alanında değil, diğer toplumsal konularda da kendini geliştirir.
- P.O. 12 :** Pazarlama alanında özgün bilimsel çalışmaları ortaya koyarak, ulusal ve uluslararası literatüre katkıda bulunur.

- P.O. 13 :** Bilimsel çalışmalarını, çeşitli platformlarda sunabilir, bilimsel tartışmalara katılabilir. Çalışmalarını ulusal ve uluslararası hakemli dergilerde yayınlatabilir, ulusal ve uluslararası kongrelere rahatlıkla katılarak bu ortamlarda bilgilerini paylaşabilir.
- P.O. 14 :** İyi bir araştırmacı ve akademisyen adayı olarak, yeni öğrendiği konulara, pazarlama alanındaki yeni gelişmelere ve ilgili diğer konulara eleştirel gözle bakmayı öğrenir, sorgulayıcı ve keşfedici yönlerini geliştirir.
- P.O. 15 :** Pazarlama bilim dalında ve ilgili alanlarda çalışan akademisyenler ve kamu ve özel sektör temsilcileri ile iyi ilişkiler kurar ve geliştirir, disiplinler arası disiplinler arası takımlarda çalışabilir.
- P.O. 16 :** En az bir yabancı dilde, meslektaşlarıyla ileri düzeyde yazılı, sözlü ve görsel iletişim kurabilir ve akademik tartışmalara katılabilir.
- P.O. 17 :** Akademik ve profesyonel olarak bilimsel, teknolojik, sosyal ve kültürel gelişmeleri takip eder ve ilgili konulara ve süreçlere katkıda bulunur.
- P.O. 18 :** Pazarlama alanında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel, yönetsel ve etik sorunları tespit eder, çözüm üretir ve bu konulardaki değerlerin gelişimine katkıda bulunur.
- P.O. 19 :** Pazarlama alanında hem ulusal hem de uluslararası alanda kabul görecektir, özgün ve bir doktora tezi yazar ve başarılı bir pazarlama doktoru ve pazarlama akademisyenliğine güçlü bir aday olur.
- P.O. 20 :** Akademik kariyer haricinde, edindiği bilgi birikimi ile kamu ve özel sektörde pazarlama alanlarında istihdam edilebilir, güçlü araştırmacı yönü ile kendi araştırma ve/veya danışmanlık şirketlerini kurabilirler.
- L.O. 1 :** Bağımsız ve özgün bir akademik araştırma yürütür.
- L.O. 2 :** Literatür taraması, hipotez kurma, model oluşturma ve analiz yapma becerisi kazanır.
- L.O. 3 :** Uygun araştırma yöntem ve tekniklerini kullanır.
- L.O. 4 :** Bilimsel etik ve akademik yazım kurallarına uygun bir tez hazırlar.
- L.O. 5 :** Pazarlama alanına katkı sağlayan özgün sonuçlara ulaşır.