

İndirilme Tarihi

15.09.2026 22:08:28

İŞL-903 - TEZ ÇALIŞMALARI - Sosyal Bilimler Enstitüsü - İşletme Ana Bilim Dalı

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Bu ders, öğrencinin üretim yönetimi ve pazarlama alanında özgün bilimsel araştırma yapabilmesini, literatüre katkı sağlayacak bir doktora tezi hazırlayabilmesini ve bu süreci etik ilkeler doğrultusunda tamamlamasını amaçlamaktadır.

Dersin İçeriği

Üretim yönetimi ve pazarlama alanındaki tez konusu kapsamında literatür taraması, araştırma tasarımı, veri toplama ve analiz süreçlerinin yürütülmesi, bulguların değerlendirilmesi ve tezin akademik ilkelere uygun olarak hazırlanması.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Alanla ilgili temel kaynak kitaplar, Araştırma yöntemleri ile ilgili akademik yayınlar, SCI/SSCI indeksli dergilerd, SPSS, AMOS, SmartPLS, NVivo gibi yazılımlar

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Bire bir akademik danışmanlık, Alanyazın tartışmaları, Süreç raporları, Uygulamalı analiz çalışmaları

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Öğrencinin tez çalışmasını düzenli yürütmesi, danışmanla koordineli çalışması ve danışman geri bildirimleri doğrultusunda gerekli düzenlemeleri yapması beklenmektedir.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER

Dersin Verilişi

Tez Çalışmaları dersi, öğrencinin tez çalışmasını bireysel olarak yürütmesi, düzenli öğrenci-danışman görüşmeleri gerçekleştirmesi, literatür taraması yapması, danışman rehberliği ve geri bildirimleri doğrultusunda tez çalışmasını geliştirmesi ve dönem sonunda çalışmadaki ilerlemesinin değerlendirilmesi şeklinde yürütülür.

Dersi Veren Öğretim Elemanları

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

Program Çıktısı

- Bağımsız ve özgün bir akademik araştırma yürütür.
- Literatür taraması, hipotez kurma, model oluşturma ve analiz yapma becerisi kazanır.
- Uygun araştırma yöntem ve tekniklerini kullanır.
- Bilimsel etik ve akademik yazım kurallarına uygun bir tez hazırlar.
- Pazarlama alanına katkı sağlayan özgün sonuçlara ulaşır.

Haftalık İçerikler

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	Tez konusu ile ilgili önerilen kitap, makale ve veri tabanlarından yararlanma	Bireysel çalışma, danışman rehberliği, literatür taraması, öğrenci-danışman görüşmeleri ve geri bildirim.	Tez konusunun belirlenmesi	
2	Tez konusu ile ilgili önerilen kitap, makale ve veri tabanlarından yararlanma	Bireysel çalışma, danışman rehberliği, literatür taraması, öğrenci-danışman görüşmeleri ve geri bildirim.	Tez konusunun belirlenmesi	
3	Tez konusu ile ilgili önerilen kitap, makale ve veri tabanlarından yararlanma	Bireysel çalışma, danışman rehberliği, literatür taraması, öğrenci-danışman görüşmeleri ve geri bildirim.	Tez konusunun belirlenmesi	

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
4	Tez konusu ile ilgili önerilen kitap, makale ve veri tabanlarından yararlanma	Bireysel çalışma, danışman rehberliği, literatür taraması, öğrenci-danışman görüşmeleri ve geri bildirim.	Tez konusunun belirlenmesi	
5	Tez konusu ile ilgili önerilen kitap, makale ve veri tabanlarından yararlanma	Bireysel çalışma, danışman rehberliği, literatür taraması, öğrenci-danışman görüşmeleri ve geri bildirim.	Araştırma Önerisinin Sunulması	
6	American Psychological Association. (2019). Publication manual of the American Psychological Association (7th ed.). American Psychological Association. NEVÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzu-2026	Bireysel çalışma, danışman rehberliği, literatür taraması, öğrenci-danışman görüşmeleri ve geri bildirim.	Tezde dipnot ve kaynakça gösterimi	
7	Konu ile ilgili makalelerin incelenmesi	Bireysel çalışma, danışman rehberliği, literatür taraması, öğrenci-danışman görüşmeleri ve geri bildirim.	Sosyal araştırmalarda etik ve yapay Zeka kullanımı	
8	Tez konusu ile ilgili bilimsel yayınlar	Bireysel çalışma, danışman rehberliği, literatür taraması, öğrenci-danışman görüşmeleri ve geri bildirim.	Tez konusu ile ilgili literatür tarama	
9	Tez konusu ile ilgili bilimsel yayınlar	Bireysel çalışma, danışman rehberliği, literatür taraması, öğrenci-danışman görüşmeleri ve geri bildirim.	Tez konusu ile ilgili literatür tarama	
10	Tez konusu ile ilgili bilimsel yayınlar	Bireysel çalışma, danışman rehberliği, literatür taraması, öğrenci-danışman görüşmeleri ve geri bildirim.	Tez konusu ile ilgili literatür tarama	
11	Tez konusu ile ilgili bilimsel yayınlar	Bireysel çalışma, danışman rehberliği, literatür taraması, öğrenci-danışman görüşmeleri ve geri bildirim.	Tezin teorik arka planının ve literatür tarama kısmının yazılması	
12	Tez konusu ile ilgili bilimsel yayınlar	Bireysel çalışma, danışman rehberliği, literatür taraması, öğrenci-danışman görüşmeleri ve geri bildirim.	Araştırma modeli ve hipotezlerin belirlenmesi	
13	Ölçekler ve veri toplama araçları ile ilgili temel kaynaklardan yararlanma	Bireysel çalışma, danışman rehberliği, literatür taraması, öğrenci-danışman görüşmeleri ve geri bildirim.	Veri toplamak için kullanılan ölçeklerin veya veri toplama araçlarının belirlenmesi	

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
14	Örneklem ile ilgili temel kaynaklar ve istatistik programları Benzer etik kurul kararlarından yararlanma	Bireysel çalışma, danışman rehberliği, literatür taraması, öğrenci-danışman görüşmeleri ve geri bildirim.	Verilerin toplanacağı örneklemin belirlenmesi Belirlenen örneklemden veri toplamak için kullanılacak veri toplama aracı ile ilgili etik kurul onayı alınması	
15	Tez konusu ile ilgili bilimsel yayınlar	Öğretim elemanının değerlendirme notunu sisteme girmesi	Final	

İş Yükleri			
Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)	
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	20,00	
Araştırma Sunumu	10	15,00	
Rapor	3	40,00	
İnceleme/Anket Çalışması	1	48,00	
Uygulama / Pratik Sonrası Bireysel Çalışma	6	20,00	

Değerlendirme			
Aktiviteler	Ağırlığı (%)		
Final	100,00		

İşletme Ana Bilim Dalı / Üretim Yönetimi ve Pazarlama (Doktora) X Öğrenme Çıktısı İlişkisi

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

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Daha önceki eğitim süreçlerinde edindikleri bilgi ve deneyimlerin üzerine güncel ve ileri düzeyde üretim yönetimi ile pazarlama bilgilerini ekleyerek, üretim yönetimi ve pazarlama bilimlerini tüm yönleriyle kavrar ve bu alana yenilik getirebilecek seviyede birikimlerini derinleştirir.
- P.Ç. 2 :** Üretim Yönetimi ve Pazarlama bilimindeki güncel konulara hakim olur ve bu alandaki güncel gelişmeleri öğrenir.
- P.Ç. 3 :** Üretim yönetimi ve Stratejik pazarlama yönetimi gibi alanlarda bilgilerini güçlendirir, farklı stratejilerin geliştirilmesi ve uygulanmasıyla ilgili konuları bilir ve kendini bu konularda geliştirir.
- P.Ç. 4 :** Global pazarlama alanında bilgilerini geliştirir; yasal, politik, coğrafi ve kültürel farklılıklar temelinde küresel pazarları tanır ve bu doğrultuda uluslararası pazarlama faaliyetlerinin organizasyonunu dış ticaret işlemlerinin yürütülmesi konularıyla birlikte öğrenir.
- P.Ç. 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.Ç. 6 :** Bilimsel yöntemlerle veri toplayabilir, nitel ve nicel araştırma yöntemlerini öğrenir ve istatistik programları yardımıyla bu yöntemleri kullanarak ileri düzey veri analizleri başarıyla yapabilir, bulguları değerlendirip, yorumlayabilir.
- P.Ç. 7 :** Üretim yönetimi ve 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.Ç. 8 :** Üretim Yönetimi ve Pazarlama alanındaki yeni bilgilere sistematik bir biçimde yaklaşır ve alanıyla ilgili araştırma yöntemlerinde üst düzeyde beceri sahibi olur.
- P.Ç. 9 :** Üretim Yönetimi ile Pazarlama bilimine yenilik getirir, yeni bir bilimsel yöntem geliştirir ya da bilinen bir yöntemi farklı bir alana uygulayabilir.
- P.Ç. 10 :** Özgün bir konu tasarlayabilir ve araştırabilir; yeni, farklı ve/veya karmaşık konuları kavrar.
- P.Ç. 11 :** Bilgilerini güncel tutar, alanında ulusal ve uluslararası literatürü yakından takip eder, yalnızca pazarlama alanında değil, diğer toplumsal konularda da kendini geliştirir.
- P.Ç. 12 :** Üretim Yönetimi ve Pazarlama alanında özgün bilimsel çalışmaları ortaya koyarak, ulusal ve uluslararası literatüre katkıda bulunur.
- P.Ç. 13 :** Ulusal ve uluslararası dergilerde bilimsel yayın yapabilir, ulusal ve uluslararası kongrelere bildiri sunabilir ve bilimsel tartışmalara katılabilir.
- P.Ç. 14 :** Nitelikli bir araştırmacı ve akademisyen adayı olarak, yeni öğrendiği konulara, üretim yönetimi ve pazarlama alanındaki yeni gelişmelere ve ilgili diğer konulara eleştirel gözle bakmayı öğrenir, sorgulayıcı ve keşfedici yönlerini geliştirir.
- P.Ç. 15 :** Üretim Yönetimi ve Pazarlama bilim dallarında ve ilgili alanlarda çalışan akademisyenler ve kamu ve özel sektör temsilcileri ile iyi ilişkiler kurar ve geliştirir, disiplinler arası takımlarda çalışabilir.
- P.Ç. 16 :** En az bir yabancı dilde, meslektaşlarıyla ileri düzeyde yazılı, sözlü ve görsel iletişim kurabilir ve akademik tartışmalara katılabilir.
- P.Ç. 17 :** Akademik ve profesyonel olarak bilimsel, teknolojik, sosyal ve kültürel gelişmeleri takip eder ve ilgili konulara ve süreçlere katkıda bulunur.
- P.Ç. 18 :** Üretim Yönetimi ve Pazarlama alanlarında ve iş yaşamında karşılaşılan toplumsal, bilimsel, yönetsel ve etik sorunları tespit eder, çözüm üretir ve bu konulardaki değerlerin gelişimine katkıda bulunur.
- P.Ç. 19 :** Üretim Yönetimi ve Pazarlama alanlarında 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.Ç. 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.
- Ö.Ç. 1 :** Bağımsız ve özgün bir akademik araştırma yürütür.
- Ö.Ç. 2 :** Literatür taraması, hipotez kurma, model oluşturma ve analiz yapma becerisi kazanır.
- Ö.Ç. 3 :** Uygun araştırma yöntem ve tekniklerini kullanır.
- Ö.Ç. 4 :** Bilimsel etik ve akademik yazım kurallarına uygun bir tez hazırlar.
- Ö.Ç. 5 :** Pazarlama alanına katkı sağlayan özgün sonuçlara ulaşır.