

به نام خدا

طرح درس تحقیقات بازاریابی

عنوان درس: تحقیقات بازاریابی

مقطع: کارشناسی ارشد

مدرس: دکتر شهناز نایب زاده عضو هیات علمی و مدیر گروه دکتری مدیریت بازرگانی

ایمیل: snayebzadeh@gmail.com

وبلاگ: <http://snayebzade.blog.ir>

هفته	تاریخ	موضوع	توضیحات
۱	۱۳۹۴/۱۱/۱۴	معرفی تحقیق در بازاریابی، حوزه ها و کاربردها	
۲	۱۳۹۴/۱۱/۲۱	تشریح فرایند پایان نامه نویسی و تحقیق بازاریابی در راستای تولید علم	
۳	۱۳۹۴/۱۱/۲۸	انتخاب موضوع و مساله تحقیق و شیوه نهایی کردن موضوع پایان نامه	
۴	۱۳۹۴/۱۲/۵	انواع طرح ها و روشهای تحقیق	
۵	۱۳۹۴/۱۲/۱۲	متغیرها و نقش آنها در تحقیق	
۶	۱۳۹۴/۱۲/۱۹	تحلیلی بر شیوه تدوین و نگارش مقدمه و بیان مساله و اهمیت و ضرورت تحقیق	
۷	۱۳۹۴/۱۲/۲۶	میان ترم اول کلاسی از هشت فصل کتاب شماره ۱	۴ نمره
۸	۱۳۹۵/۱/۱۸	فرضیات و اهداف یک پژوهش علمی	
۹	۱۳۹۵/۱/۲۵	مرور انتقادی بر تحقیقات پیشین (پیشینه داخلی و خارجی تحقیق)	
۱۰	۱۳۹۵/۲/۱	چارچوب نظری و تفاوت آن با ادبیات تحقیق	
۱۱	۱۳۹۵/۲/۷	جامعه و نمونه آماری و شیوه های نمونه گیری در تحقیقات میدانی	
۱۲	۱۳۹۵/۲/۱۵	میان ترم دوم کلاسی از فصل ۹ تا ۳ کتاب اول	۳ نمره
۱۳	۱۳۹۵/۲/۲۲	انواع داده ها و ابزار و شیوه گردآوری داده	
۱۴	۱۳۹۵/۲/۲۹	قلمرو تحقیق و روایی و پایایی ابزار تحقیق	
۱۵	۱۳۹۵/۳/۵	انتخاب کلمات کلیدی و تعریف متغیرها	
۱۶	۱۳۹۵/۳/۱۲	ارائه گزارش کار تحقیقاتی	

منابع درسی:

- 1- تحقیقات بازاریابی-نارش ملهوترا- دکتر کامبیز حیدرزاده و دکتر بهار تیمورپور- مهربان نشر
- 2- پژوهش، پژوهشگری و پژوهشنامه نویسی- دکتر خلیل میرزایی- انتشارات جامعه شناسان
- 3- شیوه عملی مقاله نویسی- دکتر خلیل میرزایی- انتشارات جامعه شناسان

فعالیت جنبی در کلاس: نقد پروپوزالها و پایان نامه های تدوین شده در حوزه بازاریابی

فعالیت تحقیقاتی دانشجوی:

انتخاب یک موضوع توسط دانشجو و به تایید رساندن آن با استفاده از مقالات معتبر انگلیسی

تهیه پروپوزال ۱۶ موردی

در انجام این فعالیت باید از حداقل ۲۰ مقاله جدید فارسی و انگلیسی، با ذکر منبع در داخل و انتهای مقاله و به روش استاندارد شود.

در صورتی که پروپوزال در جلسه شورای تحصیلات تکمیلی گروه به تایید برسد امتیاز ویژه در نظر گرفته خواهد شد.

ارزیابی در پایان ترم بر اساس:

فعالیت تحقیقاتی ۷ نمره

آزمون های میان ترم ۷ نمره

آزمون پایان ترم ۶ نمره