

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 712	Nitel Araştırma Yöntemleri	2	3	0	0	3	9

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	Bu ders nitel araştırma kavramını ve nitel araştırma dizaynını öğretmeyi amaçlamaktadır.
İçerik	1. Hafta: Giriş 2. Hafta: - Yıldırım, E. (2002). 'Cogito Ergo Sum'dan 'Vivo Ergo Sum'a Örgütsel Analiz. Yönetim Araştırmaları Dergisi, 2(2), 155-185. - Okazaki, S., & Rivas, J. A. (2002). A content analysis of multinationals' Web communication strategies: cross-cultural research framework and pre-testing. Internet Research. Vol.12 No.5, 380-390 3. Hafta: - Benavides, T. B. T., & Garelli, J. L. P. (2019). Understanding digital moms: motivations to interact with brands on social networking sites. Qualitative Market Research, 22(1), 70-87. - Thompson, C. J., & Haytko, D. L. (1997). Speaking of fashion: consumers' uses of fashion discourses and the appropriation of countervailing cultural meanings. Journal of consumer research, 24(1), 15-42. 4. Hafta: Araştırmaya giriş (kantitatif/nicel araştırma) 5. Hafta: Bilimsel araştırma yöntemlerinde temel dönüşümler; nitel araştırmanın bilimsel araştırma geleneği içinde yeri 6. Hafta: Nitel araştırma süreci; nitel araştırmada örneklem 7. Hafta: Görüşme; odak grup 8. Hafta: Ara Sınav 9. Hafta: Gözlem, doküman inceleme 10. Hafta: Nitel araştırmalarda veri analizi 11. Hafta: Etnografik araştırma-fenomenoloji 12. Hafta: Alt teori-ZMET 13. Hafta: Sunum 14. Hafta: Sunum
Kaynaklar	Ali Yıldırım & Hasan Şimşek, Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayınevi Türker Baş & Ulun Akturan, Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayınevi

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş
2	Yıldırım, E. (2002). 'Cogito Ergo Sum'dan 'Vivo Ergo Sum'a Örgütsel Analiz. Yönetim Araştırmaları Dergisi, 2(2), 155-185. ; Okazaki, S., & Rivas, J. A. (2002). A content analysis of multinationals' Web communication strategies: cross-cultural research framework and pre-testing. Internet Research. Vol.12 No.5, 380-390
3	Benavides, T. B. T., & Garelli, J. L. P. (2019). Understanding digital moms: motivations to interact with brands on social networking sites. Qualitative Market Research, 22(1), 70-87. ; Thompson, C. J., & Haytko, D. L. (1997). Speaking of fashion: consumers' uses of fashion discourses and the appropriation of countervailing cultural meanings. Journal of consumer research, 24(1), 15-42.
4	Araştırmaya Giriş (Kantitatif /Nicel Araştırma)
5	Bilimsel Araştırma Yöntemlerinde Temel Dönüşümler; Nitel Araştırmancının Bilimsel Araştırma Geleneği İçindeki Yeri
6	Nitel Araştırma Süreci; Nitel Araştırmada Örneklem
7	Görüşme; Odak Grup
8	Gözlem
9	Doküman İnceleme
10	Nitel Araştırmalarda Veri Analizi
11	Etnografik Araştırma- Fenomenoloji
12	Alt teori- ZMET
13	Sunum
14	Sunum