



Türkiye’de Yapılmış Nöropazarlama Alanındaki Lisansüstü Tezlerin Betimsel Analizi (Descriptive Analysis of Graduate Theses in the Field of Neuromarketing in Turkey)

* Akın AKPUR ^a , Burhanettin ZENGİN ^b 

^a Sakarya University of Applied Science, Institute of Graduate Education, Department of Tourism Management, Sakarya/Turkey

^b Sakarya University of Applied Science, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, Sakarya/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:30.10.2020

Kabul Tarihi:26.12.2020

Anahtar Kelimeler

Nöropazarlama

Turizm

Betimsel analiz

Pazarlama

Öz

Bu araştırmanın amacı; Nöropazarlama ile ilgili Türkiye’de gerçekleştirilen lisansüstü tezlerin betimsel analizinin yapılması ve böylelikle yıllar içerisinde nöropazarlama alanındaki değişimle beraber kurum performansları da incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz tekniği kullanılarak, Türkiye’de yapılmış nöropazarlama alanı ile ilgili tezlerin profili çıkartılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın nöropazarlama gibi kompleks bir alanda yapılmış çalışmalara özet bir bakış açısı sunması bakımından da önemli olduğu düşünülmektedir. Araştırma sonucunda Türkiye’de yapılmış lisansüstü tez seviyesinde uygulamalı nöropazarlama çalışmalarının son derece az olduğu görülmüştür. Yapılan uygulamalı tezlerin çoğunlukla nöropazarlama laboratuvarı olan üniversitelerde gerçekleştirildiği görülmüştür. Yapılan analiz sonucunda araştırmanın yapıldığı kurumun araştırma metodolojisinde etkili olduğu, çalışmaların ağırlıklı olarak tüketici davranışı üzerine yapıldığı ve genellikle EEG ve Göz İzleme tekniğinden yararlandığı tespit edilmiştir.

Keywords

Neuromarketing

Tourism

Descriptive analysis

Marketing

Abstract

The aim of this study is making descriptive analysis of postgraduate neuromarketing theses and thus, observing the institution performances with the change in the field of neuromarketing over the years. In this study, neuromarketing theses was profiled with the descriptive analysis technique from qualitative research methods. The study is thought to be important in terms of providing a brief summary to the studies made in complex field such as neuromarketing. As a result of the study, it’s seen that applied neuromarketing studies at the postgraduate theses level in Turkey are extremely few. It is seen that most of the applied theses were mostly prepared in universities with neuromarketing laboratory. As a result of the analysis it was determined that the institution where the studies was made was effective in the research methodology, the studies are mainly about consumer behaviour and usually benefited from EEG and eye tracking technique.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: d17602004@subu.edu.tr (A. Akpur)

DOI: 10.21325/jotags.2020.771