**INTT 309– ÖDEV FORMATI VE PUANLANDIRMA**

|  |
| --- |
| **KONU:**  **ARE THE TURKISH CONSUMERS ETHNOCENTRIC?**  **TURN IT IN ERİŞİM BİLGİLERİ:**   * **Sınıf Adı: Mahir Nakip** * **Sınıf Numarası: 22359373** * **Kayıt Anahtarı: intt309-2019** * **Danışma ve Randevu:** [**zbkanik@cankaya.edu.tr**](mailto:zbkanik@cankaya.edu.tr) |

**GENEL BİLGİLER**

* Raporlar **İngilizce** olarak hazırlanacaktır.
* Raporların “**öğrenci webmaillerinize gönderilen”** örnek rapora uygun formatta hazırlanması gerekmektedir.
* Her raporun **“turn it in”** sistemine yüklenmesi ve intihal raporlarının oluşturulması sağlanmalıdır. Yükledikten sonra raporunuzu anında görebileceksiniz. Yüklediğiniz dosyayı onaylamadığınız takdirde sistem gerekli düzenlemeleri yapmanıza ve 24 saat geçmesinin ardından tekrar yüklemenize izin verecektir.
* **Turn it in sistemine yalnızca raporlar yüklenecektir. Raporun kapak, içindekiler ve kaynakça kısımlarının turn it in’e yüklenmemesi gerekmektedir.**
* Turn it in sisteminde benzerlik oranı %30’un üzerinde olan raporlar değerlendirilmeyecektir.

**PUANLANDIRMA**

Ödevin son not üzerindeki etkisi %20’dir.

Ödevin puanlaması 100 üzerindendir. Dağılımı şu şekilde olacaktır:

* **Format, Şekil ve Organizasyon: 25 puan**
* **Metin İçinde Alıntı Yapma: 10 puan**
* **Kaynakça: 10 puan**
* **Turn it in: 20 puan (%0-%10: 20 puan, %10-%20: 14 puan, %20-%30: 7 puan)**
* **Anket Uygulaması ve Yorumlanması: 10 puan**
* **Ödev Çizelgesi: 20 puan**
* **Geri Bildirimlere Göre Ödeve Son Halinin Verilmesi: 10 puan**

**RAPOR KURALLARI**

* Raporlar kapak, içindekiler ve kaynakça sayfası dahil minimum 10 sayfadan oluşacaktır.
* Ödev ana başlıklar ve alt başlıklardan oluşacaktır. Düz yazı şeklinde hazırlanan ödevler kabul edilmeyecektir.
* Ödev tablo, görsel ve grafikler ile desteklenecek; hepsi numaralandırılacaktır.
* Her bir sayfada sayfa numarası bulunacaktır.
* Times new roman 12 puntonun kullanılması, metnin iki yana yaslanmış olması, satır aralığının 1,5 olması esastır.
* Kapak ve içindekiler sayfası, özet ve anahtar kelimelerin kullanılması zaruridir.)
* Toplamda 10 adet akademik kaynak kullanılacaktır. (Akademik kaynaklar; kitap, makale, mülakat, köşe yazısı, haber, yorum vb.)
* Metin içerisinde kullanılan 10 kaynağa da atıf yapılmak zorundadır.
* Kaynakça ve metin içerisindeki alıntılar APA stilinde olmalıdır.
* Kaynakça, APA stili kullanılmadığı takdirde puanlandırılmayacaktır.

**ANKET KURALLARI**

* En az 30 kişiye anket uygulanacaktır.
* Uygulanan anketler teslim edilmeyecek ve ödev dosyasına eklenmeyecektir.
* Ankette en az 5 adet ifade veya soru cümlesi yer almalıdır.
* Ankette yer alan ifade veya soru cümleleri basit, kısa ve anlaşılabilir olmalıdır.
* Anketler 5’li likert tipi ölçekte hazırlanmalıdır.
* Ankette demografik özellikler sorulmalıdır.
* Anket sonuçları analiz edilmeli ve sonuçları yorumlanmalıdır.
* Anket analiz ve sonuçları grafik ve tablo şeklinde açıklamalarla desteklenmelidir.

**ÖDEV ÇİZELGESİ  *(Belirtilen tarihler teslim son tarihleridir.)***

* 24.09.2019: Ödev dosyasının dağıtılması (Geç kayıt olan öğrenciler gerekli bilgilendirmeyi Zehra Hoca’dan randevu alarak edinebilirler.)
* 11.10.2019 Cuma: Öğrencilerin kullanacakları kaynakları onaylatmaları *(Mail olarak gönderilecektir.)*
* 25.10.2019 Cuma: Literatür özeti ve kaynakçanın teslim edilmesi **(5 Puan)** *(Mail olarak gönderilecektir.)*
* 04-08.11.2019 Haftası: Midterm
* 15.11.2019 Cuma: Özet ve İçindekilerin teslim edilmesi **(5 Puan)** *(Mail olarak gönderilecektir.)*
  + 29.11.2019: Anket Sorularının Hazırlanması **(5 Puan)** *(Mail olarak gönderilecektir.)*
  + 13.12.2019: Analiz ve Sonuçların Yorumlanması **(5 Puan)** *(Mail olarak gönderilecektir.)*
* 26.12.2019: Ödev dosyalarının Turn it in sistemine yüklenmesi için son tarih. (Sistem 23:59’a kadar açık kalacaktır.)
* 27.12.2019: Ödev dosyalarının teslim edilmesi *(Çıktı alınıp, dosyalanarak elden teslim edilecektir.)*

**ÖNERİLEN İÇERİK (ANAHTAR KELİMELER)**

* What is ethnocentrism?
* What are the conditions of ethnocentric consumers?
* Ethnocentrism in marketing.
* Dimensions of ethnocentrism.
* Characteristics of Turkish consumers.
* Ethnocentrism on product classifications (According to the durability of products or market segments-Consumer products or industrial products)-Supportive for survey.
* You can choose one type of product classification or one specific product - Supportive for survey.