|  |
| --- |
| İş Analitiği ve Müşteri İçgörüsü Uygulama ve Araştırma Merkezi |
| **2021** |
| *Faaliyet Raporu* |



**I-MERKEZİN MİSYON VE VİZYONU**

**Misyon**: Endüstri kurumlarının problemlerine bilimsel teorileri uygulayıp, endüstri pratikleriyle de akademik çalışmaları besleyerek, akademi endüstri arasındaki boşluğu doldurmak, disiplinerarası çalışmaların yürütülebilmesi için bir platform oluşturmak, yeni yöntem ve bilgi teknolojilerini işbirliği yapılan kurumların iş süreçlerine entegre edilmesine katkıda bulunmak, lisans ve lisansüstü öğrencilere işbirliği yapılan kurumların sağlayacağı eğitim, staj, projelerde yer alarak deneyim kazanma fırsatı sunmak, uluslararası alandaki araştırma merkezleriyle işbirlikleri yaparak, uluslararası ölçekte akademik çalışmalar yürütmek.

**Vizyon:** Karma yöntem araştırmaları doğrultusunda disiplinlerarası çalışmaları teşvik ederek üniversite ve endüstri kurumları arasında köprü oluşturmak.

**II-MERKEZİN TARİHÇESİ, AMACI VE HEDEFLERİ**

 2016 yılında kurulmuş olan Boğaziçi Üniversitesi İş Analitiği ve Müşteri İçgörüsü Uygulama ve Araştırma Merkezi (AIM), disiplinlerarası bir yaklaşımla endüstri kurumlarıyla işbirlikleri yaparak gerçek hayat problemlerine çözüm üretip, bu kurumlardan incelenen vaka ve problemleri de akademik çalışmalara taşımayı hedeflemektedir.

**Merkezin Amaçları:**

a) Disiplinlerarası bir araştırma ortamı oluşturarak niteliksel ve niceliksel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanıldığı karma yöntem araştırmalarının yaygınlaştırılmasına katkı sağlamak,

b) Dünya ölçeğindeki güncel örnekleri gibi niteliksel ve niceliksel yöntemleri birlikte kullanarak nitelikli insan gücü yetiştirilmesine ve yenilikçi yöntemlerin geliştirilmesine katkıda bulunmak,

c) Ham veriden analiz ve aksiyona doğru giden tüm süreçte, verinin toplanması, bulunduğu operasyonel ortamlardan çekilmesi, dönüştürülmesi ve açık ortamlardaki yapısal olmayan verilerle birlikte analiz edilmesi, analiz sonuçlarından çeşitli içgörüler elde edilmesi ve bu içgörüler neticesinde aksiyon alınabilecek iş stratejilerinin belirlenmesi ile ilgili çözümleri entegre bir şekilde sağlamak,

ç) Sürekli evrilen müşteri davranışları dinamiklerini anlamak ve büyük veriden tahmine dayalı öngörüler elde etmek,

d) Endüstri ve Üniversite işbirliği sayesinde güncel akademik teorileri endüstriye taşımak ve beraberinde güncel endüstri pratikleriyle akademik araştırmaları beslemek,

e) İşbirliğinde bulunduğu kurumların gerçek hayat problemlerine disiplinlerarası bir yaklaşımla çözüm getirmeye odaklanmak ve yapılan bu uygulamaların akademik araştırmaya dönüştürülmesini sağlamak,

f) Alanındaki teorik ve ampirik çalışmaları ile Boğaziçi Üniversitesinin ülkemizde bu alandaki boşluğu doldurmasına imkan sağlamak ve Üniversite-endüstri işbirliğini kolaylaştırmak,

g) Alanında öncü bir araştırma merkezi olarak Boğaziçi Üniversitesinin uluslararası saygınlığına katkıda bulunmak,

ğ) İşbirlikleri çerçevesinde geliştireceği projeler ile Boğaziçi Üniversitesinin bu alanlardaki akademik üretkenliğine katkıda bulunmak,

h) Üniversitenin bu alanda uluslararası referans olacak uygulama ve araştırma adreslerinden biri haline gelmesine katkıda bulunmak,

ı) Yeni yöntem, algoritma ve teknolojilerin kurumların iş süreçlerinde kullanılması ile verimlilik artışına imkan sağlamak,

i) Diğer araştırma merkezleri ile işbirliği içerisinde Ar-Ge ve inovasyona dayalı özgün yerli teknolojiler ve yüksek katma değerli ürünler geliştirmek,

j) Üretilen akademik çalışmalar ışığında mevzuat hazırlayıcı ve düzenleyici kurumlara politika tavsiyelerinde bulunmak,

k) Akademik kurumlar ile diğer kamu, özel sektör kuruluşları arasında iş analitiği ve karma yöntem araştırmaları konularında etkili fikir alışverişi ve işbirliğinin inşasını ve gelişimini sağlamak,

l) İş analitiği teknolojilerinin etkin kullanımını desteklemek ve yaygınlaştırmak için danışmanlık ve eğitim faaliyetlerinde bulunmak,

m) Konusunda lider yabancı üniversitelerde hâlihazırda bulunan benzer merkezlerle işbirliğine giderek araştırma ve eğitim alanındaki çalışmalarını uluslararası boyuta taşımak,

n) Lisans, yüksek lisans ve doktora seviyesinde öğrencilerin gerçek iş problemleri üzerinde çalışmalarına imkan sağlayarak uygulamalı araştırma üretilmesine ve öğrencilerin iş hayatına hazır hale gelmelerine katkıda bulunmak,

o) Bilimsel dergilerde ve yayın organlarında uluslararası standartlara uygun yayınlar yaparak alana katkıda bulunmak.

**III-MERKEZİN TEMEL POLİTİKA VE ÖNCELİKLERİ**

a)İş analitiği ve müşteri içgörüsü alanında kuramsal ve uygulamalı araştırmalar yapmak.
b) İşletme, Ekonomi, Mühendislik Bilimleri, Psikoloji gibi farklı disiplinleri buluşturarak ortak çalışmalar yapmak.
c) Karma yöntem araştırmaları ile yenilikçi iş analitiği çözümleri ve teknolojileri geliştirmek.
ç) Ulusal ve uluslararası kuruluşlar ile işbirliği yapmak ve ortak çalışmalar yürütmek.
d) Yapılan çalışmaların bilinirliliğini artırmak üzere yayın ve çeviri çalışmaları, bilimsel toplantı, kongre, çalıştay ve konferanslar yapmak.

**IV-MERKEZDE YETKİ, GÖREV VE SORUMLULUKLAR**

**a)Örgüt Yapısı**

**Merkez Müdürü:** Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin Sami Karaca

**Merkez Müdür Yardımcıları:** Prof. Dr. Özlem Hesapçı Karaca

**Yönetim Kurulu Üyeleri:** Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin Sami Karaca, Prof. Dr. Özlem Hesapçı Karaca, Prof. Dr. Gökhan Özertan, Prof. Dr. Emin Anarım, Prof. Dr. Ali Taylan Cemgil

**b)Teşkilat Şeması**

Merkez Müdürü

(Dr. Hüseyin Sami Karaca)

Merkez Müdür Yardımcısı

(Prof. Dr. Özlem Hesapçı Karaca)

Yönetim Kurulu

**V-MERKEZDE SÜRDÜRÜLEN PROJELER VE RAPOR DÖNEMİNDE TAMAMLANAN PROJELER**

**Proje Adı : What is the Next Big Thing in Influencer Marketing in Post**

 **Covid Era?**

**Yürütücüsü** **:** Hüseyin Sami Karaca, Gözde Baycur

**Destekleyen Kuruluşlar :** -

**Başlangıç Yılı** **:** 2021

**Durumu** **:** Devam Ediyor

**Proje Adı : Water-Positive Marketing**

**Yürütücüsü** **:** Hüseyin Sami Karaca, Gözde Baycur

**Destekleyen Kuruluşlar :** -

**Başlangıç Yılı** **:** 2021

**Durumu** **:** Devam Ediyor

**Proje Adı : Fake Content in Digital Era**

**Yürütücüsü** **:** Hüseyin Sami Karaca, Gözde Baycur

**Destekleyen Kuruluşlar :** -

**Başlangıç Yılı** **:** 2019

**Durumu** **:** Devam Ediyor

**Proje Adı : AI Based Recommendation Systems and Their Impact on**

 **Consumers’ Attitudes**

**Yürütücüsü** **:** Hüseyin Sami Karaca, Mine Yurdagel

**Destekleyen Kuruluşlar :** -

**Başlangıç Yılı** **:** 2019

**Durumu** **:** Devam Ediyor

**Proje Adı : Financial Inclusion and Literacy**

**Yürütücüsü** **:** Hüseyin Sami Karaca

**Destekleyen Kuruluşlar :** -

**Başlangıç Yılı** **:** 2017

**Durumu** **:** Devam Ediyor

**Proje Adı : Influencer Marketing: How Do Influencers Shape Customer**

 **Decision Journey?**

**Yürütücüsü** **:** Hüseyin Sami Karaca, Gözde Baycur

**Destekleyen Kuruluşlar :** -

**Başlangıç Yılı** **:** 2016

**Durumu** **:** Devam Ediyor

**VI-MERKEZİN 2022 YILI İÇİN YILLIK ÇALIŞMA PROGRAMI**

**Performans Değerlendirme Kriterleri**

|  |  |
| --- | --- |
| **Kriterler** | **Sayısal Hedef** |
| Eğitim Programı | 1 |
| Seminer | 1 |
| Çalıştay | 1 |
| Araştırma Projesi | 2 |

**VII-ÖZDEĞERLENDİRME**

 İş Analitiği ve Müşteri İçgörüsü UYGAR Merkezi olarak 2021 yılını tüm akademi ve iş dünyası gibi global pandeminin gölgesinde geçirdik. 2021 yılı için koyduğumuz hedefleri mevcut kriz şartlarında gerçekleştirmenin zorluklarıyla karşı karşıya kalınca esnetmek durumunda kaldık. Çalıştay ve eğitim programlarımız, kalabalık toplanmaların pandemi şartlarına uygunsuzluğu nedeniyle gerçekleştirilemedi. Öğrencilerin çoğunlukla kampüsten uzak olduğu 2021 yılını biz de akademik araştırmalara odaklanarak geçirdik.

 Covid 19 pandemisinin getirdiği değişimleri de araştırarak, maliyet şeffaflığı, yalan haber, yapay zeka, finansal okuryazarlık konularındaki araştırmalarımızı sürdürmekteyiz. Pandemi döneminde dijital tüketimin her alanda hızla büyümesi, her kriz döneminde olduğu gibi sahte haberlerin yayılımının hızlanması, finansal davranışların ekonomik kriz etkisiyle büyük bir değişimden geçmesi, ekran başında geçen sürenin artışı ile influencer içeriklerinin tüketimindeki artış araştırmalarımıza yansıttığımız ve gelecek dönemki akademik ve endüstriyel projelerimizde inceleyeceğimiz temalar olarak öne çıktı.