

PAZARLAMA DERS İÇERİKLERİ ZORUNLU DERSLER

STRATEJİK PAZARLAMA AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

İşletmenin uzun dönemli planları çerçevesinde ürün, dağıtım, promosyon ve fiyatlandırma kararlarına ve bütünleşik pazarlama programlarının geliştirilmesine vurgu yapılan toplam pazarlama sistemine genel bakışı içermektedir. Bu bölümün temel amaçlarından biri pazarlama kararlarını etkileyen güçlerin araştırılması ve bu durumsal güçlerin analizi için bir çerçeve oluşturulup, kilit sorunlar ve fırsatların belirlenmesidir. Bir işletmenin faaliyet gösterdiği alanda hedef pazarın belirlenmesi; hedef pazara uygun pazarlama karmasının hazırlanması; karma öğeleri; ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma; tüketiciler ve tüketici davranışları gibi ana ve alt başlıklar altında pazarlamanın temelinden ilgili piyasaların alt detaylarına kadar tüm bilgilerin derlendiği konular dersin içeriğini oluşturmaktadır.

YÖNETİM VE ORGANİZASYON AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Yönetim ve organizasyonlar dersi; örgütsel hedefler ve etkililik, örgütlerde bağlamsal etkiler, teknik ve kurumsal ortamlar, boyut ve teknoloji; organizasyon yapıları ve tasarımı; yeni örgütlenme biçimleri; örgütsel süreçler; karar verme, iktidar, politika ve çatışma; örgütsel değişim; karşılaştırmalı organizasyon ve yönetim biçimleri hakkında kavramsal bir çerçeve sunar.

GİRİŞİMCİLİK VE PAZARLAMA YÖNETİMİ AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu ders; endüstri ve rakip analizi, müşteri analizi ve pazar araştırması, yeni girişimlerde pazar iletişimi olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Ders içeriğinde potansiyel pazarlar hakkında bilgi toplamak için endüstri/pazar koşullarını analiz etmek, rekabetin ana boyutlarının belirlenmesi, mevcut oyuncuların pozisyon ve performanslarının araştırılması, müşteri ihtiyaçlarının belirlenmesi, potansiyel bir fikrin, ürünün veya hizmetin fizibilitesinin ve talep edilebilirliğinin analiz edilmesi ve endüstri faaliyetlerinin verimliliğine katkıda bulunan kilit faktörlerin tespit edilmesi için kullanılan yöntemler yer almaktadır. Ayrıca bu ders, öğrencilere iş fikirlerini, ürün veya hizmetlerini yöneticilerine, potansiyel yatırımcılara, müşterilere ve diğer paydaşlara nasıl ileteceklerini anlatmaktadır.

STRATEJİK YÖNETİM VE İŞLETME POLİTİKASI AKTS 6 – KREDİ (3+0)

Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, kurumsal tasarım ve analiz, ekonomik teşvikler, firma stratejisi, kamu politikası ve siyasi ekonomi ile teknoloji yönetimi arasındaki etkileşimi içeren bu ve diğer soruları araştırmak isteyen öğrenciler için titiz bir çalışma içeren disiplinler arası bir programdır. Bu programdaki öğrenciler ve fakülte, bir dizi meseleyi analiz etmek için ekonomi, siyaset bilimi, stratejik yönetim ve hukuk araçlarını kullanmaktadır. Derste, stratejik yönetimin temelleri, stratejik analiz, değer zinciri analizi, strateji formülasyonu, çevre analizi, rekabetçi yetenek geliştirme, stratejileri uygulama ve kontrol, stratejik yönetimde diğer konular (liderlik, örgüt kültürü, iş ahlakı, kriz yönetimi ve plansız değişim, küçük işletmelerde stratejik yönetim, örgütlerde stratejik yönetim sorunları, örnek olay uygulamaları) anlatılacaktır.

AKADEMİK ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ VE ETİK AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Dersin amacı bilimsel sorgulamanın kavramsallaştırılmasında kullanılan yöntemleri tanıtmaktır. Betimsel, korelasyonel, nedensel karşılaştırmalı ve deneysel tasarımlar da dahil olmak üzere nicel araştırma teknikleri, nitel araştırma yaklaşımları, temel teori ve vaka çalışması dahil mevcut araştırmaların kritik incelenmesi ve bir araştırma önerisinin geliştirilmesi üzerinde durulmaktadır.

SEMİNER AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Seminerin amacı pazarlama alanında araştırma metod ve tekniklerinin incelenmesi ile öğrencinin tercih edeceği bir konuda özgün bir araştırma tezinin hazırlanmasıdır. Bu, bağımsız araştırma pazarlama alanında çağdaş konularda incelemeyi takip etmektedir. Seminer, teori ve gerçek dünyadaki uygulamalar arasındaki boşluğu doldurmayı

hedeflemektedir. Bu dersin amacı, pazarlama alanında verilen vakalarla öğrencilerin pratiğinin geliştirilmesidir.

SEÇMELİ DERSLER (ELECTIVE COURSES)

ÜRETİM VE OPERASYON YÖNETİMİ AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu ders öğrenciye üretim ve servis sistemlerini planlama, organize etme ve kontrol etmeyi öğretir. Bu derste yeni ürün ve işlem teknolojilerinin etkileri ele alınacaktır. Bu ders aynı zamanda öğrencilere üretim ve operasyon yönetimi uygulamalarını değerlendirmek ve şirketlerin dünya standartlarında firmalar olmak için kullandıkları stratejilere ve taktiklere içine faydalı sezgiler geliştirmeye yönelik geniş bir kavramsal çerçeve sunmaktadır.

GİRİŞİMCİLİK AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu ders kapsamında; girişimciliğin ve iç girişimciliğin tarihsel gelişimi, girişimci kişiliğin temel karakteristikleri, küçük işletmeler, küçük işletmecilik ve Türkiye İşletme çeşitleri, küçük işletmelerde büyüme ve rekabet stratejileri, iç girişimciliğin enformasyon ekonomisindeki işletmelerde yarattığı farklar, Yönetim, Pazarlama, Finansman, Patent, marka ve telif hakları, Yenilikçilik ve türleri, Globalleşen dünyada girişimci olabilmenin koşulları, İşletmelerde sosyal sorumluluk ve iş etiği, girişimcilik ve inovasyon kültürü konuları ele alınmaktadır.

YARATICI DÜŞÜNME VE FİKİR ÜRETİMİ AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu derste, teknolojinin, tasarım ve yaratıcılığın tanımı, işletmeler üzerindeki etkileri, kavramlar ile kurumsal yaklaşımlar ile analiz edilecektir. Aşamalar, boyutlar, yaratıcı ve yenilikçi birey, yaratıcılık ve yenilikçiliğin önündeki engeller ve bunları geliştirme yöntemleri anlatılacaktır

YATIRIM YÖNETİMİ VE FİZİBİLİTE AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu dersin kapsamında; yatırım projelerinin, proje fikrinin doğuşundan itibaren evrelerinin ele alınması, sektörel fizibilite uygulamaları, pazar analizi, ekonomik, finansal ve hukuki yapılabirlik, hazırlanan fizibilitelerin uluslararası proje değerlendirme yöntem ve ölçütlerine göre değerlendirilmesi, büyük işletmelerde tamamlayıcı nitelikteki alt-yatırımların ve pazarlama planlarının işletme bünyesinde proje olarak değerlendirilmesi konuları yer almaktadır.

LUX MARKA YÖNETİMİ AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Tüketici (dış ve iç müşteri) açısından marka nedir; kurumların markaları doğru yönetebilme koşulları, marka değeri nasıl yaratılır, nasıl ölçümlendirilir ve küresel dünyada nasıl kullanılır? Dersin amacı, markanın bütünsel pazarlama stratejileri çerçevesinde rolü, derse ilişkin temel kavramları tanıtmak, yönetim bakış açısı geliştirmek, çeşitli marka problemlerine analitik çözüm yaklaşımları getirmesini sağlamak ve yöneticilerin karşılaşılabileceği problemlerin çözümüne ilişkin sonuç ve tavsiyeler oluşturma yeteneklerini geliştirmektir. Bu dersin temel başlıkları; Marka yönetimi, müşteri temelli marka sermayesi, marka konumlandırma, fiyat ve değer yaratılması, marka sermayesi kaynaklarının ölçümü, marka stratejisi tasarlama ve uygulama dersin içeriğini oluşturmaktadır.

PAZARLAMA İLETİŞİMİ AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu ders, özellikle halkla ilişkilerin eleştirel bakış açısı ile halka ilişkiler teori ve uygulamalarına ilişkin ileri seviye bilgi ve anlama seviyesinin geliştirilmesini hedeflemektedir. Öğrencilerin ilgili kuramları, kuram ile uygulama arasındaki ilişkiyi, halkla ilişkilerde etik ve profesyonellik konularını kavramaları amacıyla özellikle eleştirel düşünme bakış açısıyla şu konuları kavramalarına katkı sağlayacaktır: ikna, etik, medya ilişkileri, kriz yönetimi ve halkla ilişkiler kuramları.

KÜRESEL PAZARLAMA AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu program işletme eğitimi için dengeli, çeşitli ve küresel bir yönlendirme sağlar. Liderlik, ekip oluşturma, analiz ve problem çözmeyi vurgular. Bu dersin müfredatı, girişimcilik, küresel yönetim, tedarik zinciri yönetimi, finans, pazarlama ve muhasebe gibi alanlarda artan iş talebini karşılamak üzere tasarlanmıştır.

HİZMET PAZARLAMASI AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu ders hizmet sektöründe çalışmak isteyen öğrencilere yönelik olup, pazarlama alanında hizmet şirketlerinin sektöre özel problem ve ihtiyaçlarını anlamaya yöneliktir. Dersin başlıca konuları: bankalar, eğitim kurumları, hastaneler, oteller, profesyonel hizmetler, ulaşım şirketleri gibi hizmet sektörüne ait kurumlar, bu kurumların pazarlama stratejisine olan hem gelişim hem de uygulama yaklaşımları. Buna ilaveten imalat işletmelerinde rekabet avantajı olarak hizmet sektörünün rolü de bu dersin konuları arasındadır. Hizmet pazarlaması dersi, hizmet pazarlamasına ilişkin konuların kavranmasına ve ileri seviye diğer pazarlama dersleri için bir altyapı sağlama, ileri seviye pazarlama sınıfları ve gelecekteki girişimciler için altyapı sağlanması konusunda öğrencilere katkı sağlayacaktır.

YENİLİK İKTİSADI VE ULUSLARARASI REKABET AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu ders; uluslararası rekabette yenilikçi teknolojinin iktisada katkılarını, enformasyon toplumu ve istihdam ilişkisini, ulusal yenilik sistemlerini, yenilik modellerinin temellerini, dinamiklerini, süreç ve sonuçlarını, yenilik sürecinin ekonomik analizinin nasıl yapılacağını, yenilik sürecinin temel dinamiklerinin nasıl tanımlanıp analiz edileceğini, teknolojik değişimler, strateji ve araştırma geliştirme ile bağlantılı yönlerini, teknolojik ilerleme ve büyümenin önemini anlatmaktadır.

STRATEJİK İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Dersi, geleneksel İnsan Kaynakları Yönetiminden farklı olarak İK fonksiyonlarına günümüzün ve geleceğin bakış açısıyla yeniden şekil vermektedir. İK Planlaması, İş analizi ve dizaynı, Kadrolama/Seçme-yerleştirme, Performans yönetimi-ödül yönetimi, Eğitim yönetimi, Yetenek yönetimi-kariyer gelişimi, İK pazarlaması ve sosyal medya, Ücret yönetimi, teşvikler, diğer kazançlar, Çalışma yaşamı iş ilişkileri, İşçi sağlığı ve iş güvenliği, Uluslararası İK yönetimi, İK bilgi sistemleri gibi güncel konularla İnsan Kaynaklarını Stratejik açıdan değerlendirmektedir. Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Dersi öğrencilere kariyer yaşamlarının her evresinde yol gösterecek, günümüzün ve geleceğin rekabet ortamında nasıl bir insan kaynağı olmaları gerektiği yönünde bilgilendirecektir.

PAZARLAMADA TEKNOLOJİ VE YENİLİK YÖNETİMİ AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu derste, stratejik yönetim ile ilgili genel kavram ve teknikler çerçevesinde yenilik ve teknolojinin işletme yönetimindeki rolünün incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu çerçevede organizasyon yapısı içinde teknoloji ve yenilik konuları çeşitli yönleri ile ele alınacak ve etkileri ayrıntılı olarak incelenmeye çalışılacaktır. Ayrıca, bu ders kapsamında pazarlama çevresi, çevresel belirsizlik, sistem yaklaşımı çerçevesinde organizasyonlarda teknoloji, yönetim ve teknoloji yönetimi, teknoloji/yenilik yayılımı, süreç yeniliği, değer zincirleri gibi konular da ele alınacaktır.

TÜKETİCİ DAVRANIŞI AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu ders; tüketici davranışları modelini oluşturan bütün aşamaların tek tek ele alındığı ve farklı ülke ve sektörleri temsil eden örnekler ile desteklediği ve tüketicilerin neden o şekilde davrandığını açıklayan bir derstir. Ayrıca farklı ürün gruplarına dönük farklı ortam ve zaman dilimlerinde davranış farklılığını açıklayan birçok nedenin bulunması nedeniyle, tüketici davranışlarını etkileyen içsel ve dışsal faktörlerin incelenmesi de diğer bir amaçtır. a-Tüketici davranışı kavramı ve teorilerine yönelik bir anlayış kazanmak b- Tüketici bölümü, talebi ve pazar potansiyeline yönelik araştırma ve analiz yeteneklerini geliştirmek c-Stratejik karar vermeyi geliştirmek için tüketici davranışı bilgisini değerlendirmek bu dersin kapsamı dahilindedir.

GİRİŞİMCİLİK VE KÜÇÜK İŞLETME YÖNETİMİ AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu dersin odağı girişimciliktir. Dolayısıyla, derste bir girişimcinin içinde çalıştığı ortamın tabiatı ve girişimci bir yöneticinin kendine has özellikleri işlenmektedir. Başkaları için çalışmanın yanı sıra kendini işini kurabilecek özelliklere, bilgi ve yetkinlikler sahip olması hedeflenen öğrencilerin kendilerinde var olan girişimcilik özelliklerini ortaya çıkarmaları ve bunları geliştirebilmeleri için gerekli donanımı kazanmaları amaçlanmaktadır.

İŞ ANALİTİĞİ AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu dersin amacı, eleştirel düşünme, sorun çözme, yaratıcılık, veri/analitik karar verme, dijital teknolojik yeterlilik ve proje/süreç yönetimi alanlarında başlangıç seviyesinde bir alt yapı sağlanmasıdır. Öğrencilerin, mevcut sorunların çözümü veya yeni fırsatlar yaratarak etkin ve verimli iş kararları almaları ve sonrasında da işletmenin performans artışına katkı sağlayabilecek bilgi ve donanıma sahip olmaları amaçlanmaktadır.

YENİLİK YÖNETİMİ VE AÇIK İNOVASYON 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu dersin amacı, mevcut organizasyonlarda yeni fikirlerin yaratılması ve yeniliklerin, özellikle yeni ürün geliştirme süreçlerinin yönetimi hakkında bilgi vermektir. Bu dersin alt amacı, yaratıcılığın tanımı ve türlerini açıklamak ve bu konunun işletmelerin rekabetçiliği için taşıdığı önemi ortaya koymaktır. Yaratıcı düşünme için genel yaklaşımlar, Yaratıcı düşünmenin motivasyonları, Yaratıcılık hakkındaki gerçekler ve efsaneler, Yaratıcılık koşulları; içsel ve dışsal etkenler, Yaratıcı düşünme süreci bu dersin başlıca konularıdır. Bu dersin temel başlıkları ise; değişim, tasarım, icat, İnovasyonun türleri; ürün, süreç, pazarlama ve örgütsel inovasyonlar, İnovasyonun bireyler, şirketler ve ülkeler için değeri, İnovasyon ve kalkınma ilişkisi. İnovasyon modelleri. İnovasyon yönetiminde sistem yaklaşımı; ulusal, bölgesel ve sektörel inovasyon sistemleri. İnovasyon stratejisi. İnovasyon yönetimi süreci başlıklarıdır.

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Müşteri İlişkileri Yönetimi günümüz rekabet koşullarında önemini ortaya koyan bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. CRM uygulamalarının işletmeleri için önemini vurgulandığı bu derste öğrenciler işletme-müşteri arasındaki ilişkilerin nasıl düzenleneceği konusunda bilgi alacaklardır. Bu dersin amacı öğrencilere müşteri tutma, kazanma, müşteri ilişkilerini ölçme gibi müşteri ile ilgili kavramları öğretmektir. Bu dersin bir diğer amacı, İşletme anlayış ve teknoloji uygulaması olarak kullanılan Müşteri İlişkileri Yönetimi ve kavramları hakkında öğrencilerin bilgilendirilmesidir. Bu derste CRM araçlarının kullanılması yoluyla müşteri ilişkileri stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanmasına odaklanılacaktır. Bu dersin temel konuları ise müşteri ilişkileri kavramı ve özellikleri, müşteri ilişkilerinin yeni boyutları, satış ve pazarlamada toplam kalite yönetimi, müşteri için değer yaratma, müşteri iletişim modeli ve öğeleri, iletişim biçimleri, müşteri hizmet kalitesi ve sistemi, müşteriye kazanma ve tutma, müşteri ilişkilerinin ölçülmesidir.

DİJİTAL PAZARLAMA AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Dijital pazarlama stratejisi, BtoB ve BtoC markalarının uygulaması ve yönetsel konularını içeren bu derste, dijital kanal ve platformların kapsamlı bir şekilde anlaşılması hedeflenmektedir. Öğrencilerin , genel bir pazarlama ve medya stratejisi çerçevesinde çoklu amaçlar için dijital pazarlamayı nasıl ve niçin kullanmaları gerektiği bu ders kapsamında yer almaktadır. Kapsamlı bir dijital pazarlama stratejisi ve planlaması için dijital gösterim, video, mobile, arama motoru ve sosyal medya araçlarından yararlanılması bu dersin ana başlıklarıdır.

SATIŞ YÖNETİMİ AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Satış Yönetimi dersinin ana konusu bireysel satış, değerin anlaşılması ve ortak fayda ilişkileri oluşturmaktadır. Satış ve satış yönetimindeki başlıca belirleyiciler, müşteri beklentisinin de ötesine geçen en iyi satış uygulamaları , toplumda satışa ilişkin tabular ve bunların kronolojik gelişimi örnek olay ve uygulama analizleri bu dersin konuları arasında yer almaktadır.

SOSYAL PAZARLAMA AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Sosyal medya pazarlaması, müşteri ilişkileri süreçlerini teknolojilerin nasıl etkilediğini anlamaya yönelik seçmeli bir derstir. Müşterinin sürece dahil olduğudijital pazarlama yöntemleri bu derste kapsamlı olarak ele alınmaktadır. Google, Facebook, LinkedIn, Twitter, Reddit, Vine, Instagram, Pinterest, YouTube, 4Square, Tumblr, BlogSpot, and Yelp! gibi sosyal medya araçları ders kapsamında analiz edilmektedir.

BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu ders bütünleşik reklam ve pazarlama iletişimi programlarının doğasını anlamayı amaçlamaktadır. Temel olarak, dersin hedefleri arasında iletişim sürecinin nasıl işlediğini anlamak, pazarlama iletişimi karmasını öğrenmek, bütünleşik pazarlama iletişimi programını geliştirecek temel adımları analiz etmek ve bütünleşik pazarlama iletişimi stratejilerini irdelemek yer almaktadır. Ders, pazarlama iletişimi kavramı ve süreci, örgüt imajı ve marka yönetimi, tüketici davranışları, tutundurma fırsat analizi, pazarlama iletişimi araçları konusunda tartışmaları içermektedir.

LİDERLİK, GİRİŞİMCİLİK VE ÖRGÜTSEL GELİŞİM AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu ders insan davranış ve örgütsel gelişimine ilişkin ilke ve uygulamaları inceler. Motivasyon ve liderlik konuları organizasyon ve bireyi etkilediği için incelenir; Bireylerin özellikleri ve grup dinamikleri örgütsel performansını etkilediği için değerlendirilir. Belirli konular, mikro ve makro örgütsel davranış ile ilgilidir. Girişimciliğin kurum içi (intrapreneurship) veya küçük işletme-aile işletmesi (entrepreneurship) boyutlarında farklı türlerine bağlı olarak ortaya çıkan ekonomik, hukuki, mali, davranışsal, psikolojik, sosyal, kültürel yönlerine ilişkin inceleme ve değerlendirmeler; liderliğin olmak-bilmek-yapabilmek (liderlik kuramları, motivasyon, iletişim, takım kurma, yaratıcılık) boyutlarında hem bireysel hem de toplumsal bir süreç olarak ele alınması; girişimci-liderlik ilişkisinin tanımlanması ve girişimciliğe etki eden faktörler anlatılmaktadır.

ÇAĞDAŞ İŞLETMECİLİK AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Ders, küreselleşme ve teknolojik gelişmelerin biçimlendirdiği dinamik rekabet ortamında sürdürülebilir bir rekabetçi üstünlük sağlayabilmek amacıyla işletme yöneticileri tarafından uygulamaya konulması gerekli rekabet stratejileri ve bu stratejilerin uygulanmasında yararlanabilecek yönetim yaklaşım ve teknikleri kapsamlı bir şekilde incelenmesi hedeflenmektedir. Dersin içeriği; küresel rekabet ortamı, küresel işletmecilik, stratejik üretim yönetimi, hizmet işletmelerinde yönetim, problem çözme teknikler, tedarik zinciri yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi, toplam kalite yönetimi, değişim yönetimi, yenilik yönetimi, kriz yönetimi, imaj yönetimi, tam zamanında üretim gibi konuların müşteri odaklı işletmecilik ile ilişkisini aktarmaktadır.

İŞ ETİĞİ AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu derste günümüzde işletmelerin gerek karar verme gerekse faaliyetlerini sürdürmeleri sırasında karşılaştıkları kabul edilebilir risk, işçi hakları, dış kaynak kullanımı, iş hayatında ahlak gibi sorunlarının incelenmesi hedeflenmektedir. “Nasıl iyi bir iş adamı/kadını olunur?” sorusunun cevabını keşfetmeye çalışırken Gordon Gecko’nun iş etiğinin karanlık tarafını temsil eden “Açgözlülük işe yarar” söylemi ile iş ahlakının da madalyonun diğer yüzü de ders sırasında tartışılacaktır. Bu derste iş ahlakı konusu ayrıntılı bir şekilde incelenecek; bu konudaki yeni ortaya çıkan problemler tartışılacak, karar vermede ahlakın yeri üzerinde durulacak ve iş ahlakının küresel ekonomideki önemi anlatılacaktır. Ders boyunca öğrencilere önce teorik bilgi aktarılacak daha sonra dersin hocası tarafından o derste anlatılan teorik bilgi çeşitli uygulamalar ve vaka analizi çalışmaları ile desteklenerek öğrencilerin “iş Ahlakı” ile ilgili edindikleri teorik bilgiyi gerçek olaylarda uygulamaları ve derin bilgi birikimi edinmeleri sağlanacaktır.

HALKLA İLİŞKİLER AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu derste halkla ilişkiler uygulama alanları, sektörleri ve mesleğin icrasında geliştirilecek yaratıcı çalışmaları kavratma ve örnek olay analizleri yapma amaçlanmaktadır. Ders halkla ilişkiler ilkeleri, halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi, tanıtımda işitsel ve görsel araçlar, halkla ilişkilerin örgütlenme biçimi, marka ya da kişisel tanıtım için gerekli şartlar, hedef kitleyi etkileme ve ikna etme sanatı, sosyal sorumluluk konularını içermektedir.

ULUSLARARASI MUHASEBE STANDARTLARI (IFRS) AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Uluslararası Muhasebe Standartları seçmeli bir ders olup, muhasebe alanında uzmanlaşmak isteyen öğrencilere IFRS’nin temel kavramları ile tanışmalarını ve finansal raporlamanın başlangıç seviyesinde anlaşılmasını sağlamayı hedeflemektedir. Uluslararası Finansal Raporla Standartları, konuya ilişkin kavramlar ve pratik uygulamalar ders kapsamında yer alacak olup, öğrencilerde orta seviye bir muhasebe bilgisi aranmaktadır.

TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Tedarik Zinciri Yönetimi konusunda uzmanlık, özellikle yönetim danışmanlığında kariyer yapmayı, bilgi sistemlerini yönetmeyi, ürün yönetimini ve tedarik zinciri yönetimini yapmak isteyenlere farklı bir çerçeve sunar. Bu derste tedarik zinciri yönetimi temel kavramları, değer zinciri, tedarik zinciri ve rekabet üstünlüğü, tedarik zinciri sisteminin tasarımı, tedarik zincirinde arz ve talep planlaması, tedarik zinciri yönetimi stratejilerinin oluşturulması, tedarik zincirinde stok ve sipariş yönetimi, optimizasyon, bilginin kullanımı, tedarik zincirini performansını yönlendiren faktörler, tedarik zincirlerinde bilişim teknolojileri konuları ele alınacaktır.

ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Bu dersin amacı çalışanların kişiliklerinin örgütteki davranışlarına etkisini, kişilik gelişim aşamalarını, tutumun bileşenlerini tanımlamak, tutum ile davranış arasındaki ilişkiyi açıklamak; iş tatmini ve örgütsel bağlılık gibi tutumları ve bu tutumların örgüt için önemini açıklamak; öğrenme teorilerini ve yönetimde öğrenmeyi yorumlayarak algılamının örgütteki rolünü ve algılamayı etkileyen faktörleri açıklamak; bireysel ve grup olarak karar verme yaklaşımları, grup ile takımlar arasındaki farklılıkları, grup gelişim aşamalarını açıklamak; örgütlerde iletişim, iletişim süreçleri, motivasyon kuramlarını ve uygulamalarını, güç ve politika arasındaki farkı ve liderlik yaklaşımlarını açıklamak ve yorumlamak; çatışmaya neden olan etmenleri ve çatışma yönetimi, iş stresinin sebep ve sonuçlarını açıklayarak işletmelerin örgütsel davranış uygulamalarını değerlendirerek çözümler önermektir.

FİNANSAL YÖNETİM AKTS 6 – KREDİ (3+0) 3

Dersin amacı, öğrencilere finansal yönetim konularında derin bir anlayış kazandırmaktır. Bu ders, öğrencilerin temel uluslararası kararları temel finansal kararlarla birleştiren analitik araçlar geliştirmelerinde yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Olaylar arasında sınırlar ötesinde değer yaratma ve bunları yakalamak için gerekli olan becerilerin geliştirilmesi için fırsatlar sunar.