

**BAİBÜ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**  
**İŞLETME ANABİLİM DALI**  
**( İşletme Tezli Yüksek Lisans Programı)**

DERS KODU	DERS ADI VE İÇERİĞİ	T	U	K	AKTS
	<b>Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Dersin içeriğini yayın etiği kavramı ve yayın etiğinin temel ilkeleri; yayın etiği ihlalleri; yazarlık hakkı sorunları; ülkemizdeki araştırma ve yayın etiği ile ilgili yasal mevzuatın değerlendirilmesi ve tartışılması; araştırma etik kurulları; yayın etiğine aykırı örnek incelemeleri; bilimsel düşünce yöntemi; araştırma türleri ve veri toplama yöntemleri; bilimsel araştırma ve metin aktarmaları nasıl yapılır?; metin içi ve dipnotlu kaynak gösterme yöntemi; kütüphanelerden yararlanma; metin oluşturmada bilgisayar kullanımı ve internet kaynaklarından yararlanma; araştırma raporunun biçimsel yapısı ve bilimsel metinde dil kullanımı; araştırma raporu yazımı; hazırlanan projelerin değerlendirilmesi oluşturmaktadır.				
	<b>Scientific Research Methods and Publication Ethics</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The content of the course, the concept of publishing ethics and the basic principles of publication ethics; broadcast ethics violations; authorship issues; evaluation and discussion of the legal legislation on research and publication ethics in our country; research ethics committees; case studies against publication ethics; scientific method of thinking; research types and data collection methods; how to do scientific research and text transfers; in-text and footnote citation method; making use of libraries; use of computers and internet resources for text creation; the formal structure of the research report and the use of language in the scientific text; research report writing; evaluation of the prepared projects.				
	<b>Uzmanlık Alan Dersi</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>
İçerik	Öğrencinin ilgi alanları çerçevesinde öğretim görevlisi ile birlikte ilgi duyulan konu üzerinde bir araştırma projesi oluşturulur. Öğrenci her hafta belirlenen saatlerde dersi veren öğretim üyesine okudukları hakkında rapor verir. Bunlarla birlikte öğrenci belirledikleri konu üzerine öğretim üyesinin gözetmenliğinde orjinal çalışmasına devam eder. Ders, öğrencinin konuya ait en son literatürün bir yorumunu, bu literatüre yapılabilecek katkılardan da bahsetmek suretiyle öğretim görevlisine sunması ile devam eder. Bu süreçte öğrenciden bu alanda bir ya da iki adet mini proje hazırlaması da istenir. Ders, dönem sonunda yapılan çalışmanın öğretim üyesinin değerlendirilmesine sunulmasıyla son bulur.				
	<b>Special Studies</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>
Content	Within the framework of the student's interests, a research project is created on the subject of interest together with the lecturer. The student reports on what he/she has read to the lecturer who teaches the course at the specified times each week. Along with these, the student continues the original work under the supervision of the lecturer on the subject they have determined. The course continues with the student presenting an interpretation of the latest literature on the subject to the lecturer, also mentioning the contributions that can be made to this literature. In this process, the student is also asked to prepare one or two mini-projects in this area. The course ends with the presentation of the work done at the end of the semester to the faculty member for evaluation.				
	<b>Tez Çalışması</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>24</b>
İçerik	Öğrencinin danışmanı gözetiminde tez çalışmasını gerçekleştirdiği bir süreçtir. Standart olarak programlanmış teorik ya da uygulama ders saati yoktur. Tez konusuna bağlı olarak öğrenci teorik ve/veya pratik çalışmalar yürütür, okuma ve araştırmalar gerçekleştirir.				



Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: 7CCEUHF Belge Takip Adresi: <https://ubys.ibu.edu.tr/ERMS/Record/ConfirmationPage/Index>

	<b>Masters's Thesis</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>24</b>
Content	It is a process in which the student performs the thesis work under the supervision of his/her advisor. There are no theoretical or practical course hours programmed as standard. Depending on the thesis topic, the student conducts theoretical and/or practical studies, reading and researches.				
	<b>Stratejik Pazarlama Yönetimi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Pazarlama İlkeleri ve Pazarlama Yönetimi teorisini bir bütün olarak görme yeteneği kazandırarak son gelişmelere bağlı uygulama yönlü stratejik pazarlama planları oluşturma ve uygulama yeteneği kazandırmak amaçlanmaktadır. Ülkemizde ve dünyada yaşanan gelişmelere ve kriz ortamına bağlı olarak stratejiler, planlar ve kararlar oluşturma temelinde pazarlama teorisini ve uygulamalarını geliştiren bir derstir.				
	<b>Strategic Marketing Management</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed to gain the ability to create and implement strategic marketing plans based on the latest developments by gaining the ability to see Marketing Principles and Marketing Management theory as a whole. It is a course that develops marketing theory and practices on the basis of creating strategies, plans and decisions depending on the developments and crisis environment in our country and in the world.				
	<b>Tüketici Davranışları Analizi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Tüketici istek, ihtiyaç ve taleplerinin nedenlerinin belirlenmesi ve tüketici tercihlerinin anlaşılmasının sağlanması amaçlanmaktadır. Tüketici kavramı, tüketici davranışı kavramı, tüketici davranışı modeli, tüketici davranışını etkileyen etmenler, aile, kültür, alt kültür, sosyal çevre, referans grupları, kişisel etmenler, ekonomik durum, psikolojik etmenler, algılama, öğrenme, tüketici davranışı ve marka konuları açıklanmaktadır.				
	<b>Consumer Behavior Analysis</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed to determine the reasons for consumer wishes, needs and demands and to ensure that consumer preferences are understood. The concept of consumer, consumer behavior concept, consumer behavior model, factors affecting consumer behavior, family, culture, subculture, social environment, reference groups, personal factors, economic situation, psychological factors, perception, learning, consumer behavior and brand issues are explained.				
	<b>İstatistiksel Örneklem</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Dersin içeriğini araştırma yaparken en önemli aşamalardan biri olan örneklem aşamasında seçilebilecek en uygun örneklem yöntemlerinin seçilebilmesi amacıyla çeşitli örneklem yöntemlerinin öğrenilmesi ve seçilen örneklem yöntemine göre örneklem çekimi ve kitlenin parametrelerini tahmin etme becerisi kazanılması oluşturmaktadır.				
	<b>Statistical Sampling</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The content of the course consists of learning various sampling methods in order to choose the most appropriate sampling methods that can be selected during the sampling stage, which is one of the most important stages while researching, and gaining the ability to draw samples and estimate the parameters of the population according to the selected sampling method.				
	<b>Seminer</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>
İçerik	Öncelikle seminer dersinin ne olduğu konusunda öğrencilere bilgi aktarılacaktır. Daha sonra bilimsel bir projenin geliştirilmesi için araştırma soru geliştirme, hipotez/varsayım/teori geliştirme, kavram/içerik analizi, çıkarımda bulunma ve araştırma projesinin süreçlerinin analizi üzerinde durulacaktır. Dönemin geri kalanında ise öğrencilerin, dersin öğretim üyesiyle birlikte belirledikleri konularda sınıf ortamında projeler geliştirilmeye çalışılacaktır. Bunun				

	gereği olarak öğrenciler proje tasarısı ortaya atacak, sınıfın geri kalanıyla birlikte proje geliştirecektir. Bu sırada her öğrenci kendi projesinin genel bir sunumunu yapacaktır.				
	<b>Seminar</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>
Content	First of all, students will be informed about the seminar course (What is the seminar course?). Then this course will focus on research question development, hypothesis / assumption / theory development, concept / content analysis, inference for and analysis of the research project processes for developing a scientific project. In rest of the semester, the students will determine their subjects along with faculty members and will be to develop projects in the classroom. As part of this, students will draft project, the project will be developed along with the rest of the class. During this time, each student will make a overall presentation of their projects.				
	<b>İşletme Denetimi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Öğrencilere bağımsız denetimin temel unsurlarının kavratılması ve denetim standartları, denetim süreci, teknikleri, raporlama ve maddi ve uygunluk denetimi konularında yeterli bilgi düzeyine sahip olmalarını sağlamak amaçlanmaktadır. Dersin içeriğini temel kavramlar, genel kabul görmüş denetim standartları, denetim raporu süreci ve planlaması, (bir denetim raporunun hazırlanma şekli ve denetim plânlaması.), denetim kanıtları ve teknikleri, (geleneksel kanıt toplama teknikleri ile kanıt türleri.), çalışma kağıtları, iç kontrol sistemi, (iç kontrol sisteminin kurulması, etkin bir iç kontrol sistemi için temel ilkeleri, iç kontrol sisteminin iç denetimdeki rolü, iç kontrol sisteminin dış denetimdeki rolü.), varlık ve kaynak hesaplarının denetimi, (nakit ve nakit benzeri değerlerin denetimi, alacakların denetimi, stokların denetimi, duran varlıkların denetimi, borçların denetimi ve öz kaynakların denetimi.), sonuç hesapları ve mali tabloların denetimi, sonuç hesapları ile malî tablolarda yapılabilecek muhtemel hata ve hileler oluşturmaktadır.				
	<b>Business Audit</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed to enable students to comprehend the basic elements of independent auditing and to have sufficient knowledge on auditing standards, audit process, techniques, reporting and material and compliance auditing. The content of the course is basic concepts, generally accepted auditing standards, audit report process and planning, (how to prepare an audit report and audit planning.), audit evidence and techniques, (traditional evidence collection techniques and types of evidence.), working papers, internal control system, (establishment of an internal control system, basic principles for an effective internal control system, the role of the internal control system in internal audit, the role of the internal control system in external audit.), auditing of assets and resource accounts, (auditing cash and cash equivalents, auditing of receivables, control of stocks, control of fixed assets, control of debts and control of own resources.), audit of result accounts and financial statements, results accounts and possible errors and frauds that can be made in financial statements.				
	<b>Hizmet İşletmelerinde Pazarlama Stratejileri</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	“Hizmet”, “Hizmet Sektörü”, “Hizmet Pazarlaması” kavramları, hizmetlerin özellikleri, hizmet sektörünün günümüzdeki önemi ve büyüme nedenleri, hizmetlerin sınıflandırılması, hizmetlerin özellikleri, hizmet işletmelerinde pazarlamanın yeri ve önemi, hizmet işletmeleri için pazarlama stratejileri ve hizmet politikaları, hizmet işletmeleri için pazarlama karması, hizmet pazarlamasında yeni yaklaşımlar: hizmet kalitesi, ilişkisel pazarlama.				
	<b>Marketing Strategies in Service Businesses</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	“Service”, “Service Sector”, “Service Marketing” concepts, characteristics of services, the importance of the service sector today and the reasons for its growth, the classification of services, the characteristics of services, the place and importance of marketing in service				

	businesses, marketing strategies and service policies for service businesses, service businesses for marketing mix, new approaches in service marketing: service quality, relational marketing.				
	<b>Finansal Yatırımlar</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Öğrencilere finansal piyasalar ve ürünler hakkında bilgi sunmak amaçlanmaktadır. Dersin içeriğini para ve sermaye piyasaları işleyişi, ürünler stratejiler, analiz teknikleri ve mevzuat oluşturmaktadır.				
	<b>Financial Investments</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed to provide students with information about financial markets and products. The content of the course consists of the functioning of money and capital markets, products, strategies, analysis techniques and legislation.				
	<b>Stratejik Yönetim</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Uzun dönemli karar ve planların yapılması, uygulanması ve kontrolüyle ilgili kuramsal ve uygulamalı bilgi ve yetkinlik kazandırmak amaçlanmaktadır. Ders, stratejik yönetim ile ilgili kavramları, iç ve dış çevre analizi, temel stratejiler, kurumsal stratejiler, rekabet stratejileri, fonksiyonel stratejiler, stratejik değerlendirme ve uygulamaları içermektedir.				
	<b>Strategic Management</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed to gain theoretical and applied knowledge and competence related to the making, implementation and control of long-term decisions and plans. The course includes concepts related to strategic management, internal and external environment analysis, basic strategies, corporate strategies, competitive strategies, functional strategies, strategic valuation and applications.				
	<b>Örgüt Kuramı</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Dersin amacı, örgüt kuramlarının ve bu konuda yapılan çalışmaların incelenmesidir. Ders örgüt kuramlarını ve literatürde bu konuda yapılan çalışmaları içermektedir.				
	<b>Organization Theory</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The aim of the course is to examine organizational theories and studies on this subject. The course includes organizational theories and studies on this subject in the literature.				
	<b>Sağlık Hizmetleri Pazarlaması</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Bu ders; 1. Pazarlama hakkında temel bilgiler,2. Pazarlama hakkında temel bilgiler,3. Sağlık Hizmetleri Pazarlaması,4. Sağlık hizmetlerinde tüketici davranışları,5. Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırmaları,6. Sağlık Hizmetlerinde Stratejik Pazarlama Planlaması,7. Pazar ve Hedef Pazar,8. Sağlık Hizmetleri Pazarlama Karması,9. Sağlık Hizmetlerinde Fiyatlandırma,10. Sağlık Hizmetlerinde Tutundurma Karması,11. Sağlık Hizmetleri Pazarlamasında Yeni Yaklaşımlar,12. Sağlık Hizmetleri Pazarlamasında Yeni Yaklaşımlar,13. Sağlık Hizmetlerinde Dijital Pazarlama,14. Marka, Markalaşma ve İtibar Yönetimi; konularını içermektedir.				
	<b>Healthcare Marketing</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	This course; 1. Basic information about marketing, 2. Basic information about marketing, 3. Health Services Marketing, 4. Consumer behavior in health services, 5. Marketing Information System and Marketing Research, 6. Strategic Marketing Planning in Health Services, 7. Market and Target Market,8. Healthcare Marketing Mix, 9. Pricing in Health Services, 10. Promotion Mix in Health Services, 11. New Approaches in Health Services Marketing,12. New Approaches in Health Services Marketing,13. Digital Marketing in Healthcare, 14. Brand, Branding and Reputation Management; includes topics.				

	<b>Portföy Yönetimi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Dersin amacı Finansal Piyasa araçlarının değerlemesini ve portföy teorisini öğretmek yatırımları yönetme ve karar alma yeteneği kazandırmaktır. Çeşitli yatırım stratejileri altında portföy tercihlerini oluşturabilme, tercih edilen portföylere ait risk ve getiri değerlerini hesaplayabilme, seçilen portföylerin performanslarını çeşitli oranları kullanarak belirleyebilme, finansal varlıkların doğru fiyatlanıp fiyatlanmadığı konusunda kullanılan sermaye varlıklarını fiyatlama modelini anlayabilme ve gerektiğinde uygulayabilme, faktör modelleri ve arbitraj fiyatlama modelini uygulayabilme, yatırımcı riskini minimize etme girişimlerinden biri olan uluslararası çeşitlendirme konusunda bilgi sahibi olma ve ihtiyaç duyulduğunda ilgili birimlerde uygulama becerisine ulaşma hedeflenmektedir.				
	<b>Portfolio Management</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The aim of the course is to teach the valuation of Financial Market instruments and portfolio theory to gain the ability to manage investments and make decisions. Creating portfolio preferences under various investment strategies, calculating the risk and return values of preferred portfolios, determining the performances of selected portfolios using various ratios, understanding and applying the pricing model of capital assets used to determine whether financial assets are priced correctly, and applying factor models and arbitrage pricing models, It is aimed to have knowledge about international diversification, which is one of the attempts to minimize investor risk, and to have the ability to apply it in the relevant units when needed.				
	<b>Turizm Pazarlaması</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Turizm Pazarlamasına Giriş / Pazarlama Bilgi Sistemi / Turizm Pazarlama Araştırması / Turizm pazarı-piyasası / Turizm Pazarının Makro ve Mikro Çevresi / Turistik Ürün / Turistik Ürünün Fiyatlandırması ve Fiyatlandırma Stratejileri / Turizmde Dağıtım ve Özellikleri / Turistik Ürünün Tutundurulması Çalışmaları / Turizm de Tanıtma / Turizm pazarlama politikası / Uluslararası turizm pazarlaması				
	<b>Tourism Marketing</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	Introduction to Tourism Marketing / Marketing Information System / Tourism Marketing Research / Tourism market-market / Macro and Micro Environment of Tourism Market / Touristic Product / Pricing and Pricing Strategies of Touristic Product / Distribution and Characteristics in Tourism / Promotion of Touristic Product / Promotion in Tourism / Tourism Marketing policy / International tourism marketing				
	<b>Çağdaş Yönetim Düşüncesi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Öğrencinin çağdaş yönetim düşüncesinin gelişim sürecini kavraması ve yönetim alanındaki güncel yaklaşım ve uygulamaları anlaması amaçlanmaktadır. Dersin içeriğini örgüt ve yönetim yaklaşımlarının tarihsel gelişimi, yönetim alanındaki güncel yaklaşım ve uygulamalar (toplam kalite yönetimi, personeli güçlendirme, dış kaynaklardan yararlanma, kıyaslama, değişim yönetimi, bilgi toplumu ve bilgi yönetimi, endüstri 4.0) oluşturmaktadır.				
	<b>Contemporary Management Thought</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed for the student to comprehend the development process of contemporary management thought and to understand current approaches and practices in the field of management. The content of the course consists of the historical development of organization and management approaches, current approaches and practices in the field of management (total quality management, staff empowerment, outsourcing, benchmarking, change management, information society and knowledge management, industry 4.0).				
	<b>İşletmelerde Motivasyon</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>

İçerik	Öğrencilerin motivasyon teorilerini anlaması ve motivasyonun örgütsel düzeyde çeşitli kavram ve konularla ilişkisini kavraması ve yorumlaması amaçlanmaktadır. Dersin içeriğini kapsam teorileri, süreç teorileri, motivasyon ve ilişkili konular oluşturmaktadır.				
	<b>Motivation in Business</b>	3	0	3	6
Content	It is aimed that students understand the theories of motivation and comprehend and interpret the relationship between motivation and various concepts and issues at the organizational level. Content theories, process theories, motivation and related topics constitute the content of the course.				
	<b>Yatırım Projelerinin Değerlendirilmesi</b>	3	0	3	6
İçerik	Ders, dönem sonunda öğrencinin, bir yatırım projesinin neyi ifade ettiği, nasıl hazırlandığı, fizibilite çalışmalarının nasıl yapıldığı, ve oluşturulan yatırım projelerinin yönetim, ekonomik, teknik ve finansal açıdan nasıl değerlendirilebileceğini öğretmeyi amaçlamaktadır. Yatırım Proje Değerlendirme, Yatırım projeleri kavramı, yatırım projelerinin yönetim, ekonomik, teknik ve finansal yönden değerlendirilmesi, risk ve enflasyon ortamlarında yatırım projelerinin değerlendirilmesi ve kamu - özel yatırım projelerinin farklılıklarının öğretildiği bir derstir.				
	<b>Evaluation of Investment Projects</b>	3	0	3	6
Content	At the end of the semester, the course aims to teach the student what an investment project means, how it is prepared, how the feasibility studies are carried out, and how the created investment projects can be evaluated in terms of management, economy, technique and finance. Investment Project Evaluation is a course that teaches the concept of investment projects, the management, economic, technical and financial evaluation of investment projects, the evaluation of investment projects in risk and inflation environments, and the differences between public and private investment projects.				
	<b>Envanter Modelleri ve Sistemleri</b>	3	0	3	6
İçerik	1.Bilinen Talepler ile Envanter Kontrolü Envanter Tipleri; Envanterin İşlevi; Envanter Sistemlerinin Özellikleri; Envanter Maliyetleri; Ekonomik Sipariş Miktarı Modeli; Sonlu Üretim Hızı ile Envanter; Miktar İskontoları; Kaynak Kısıtlı Çok Ürünlü Sistemler; Üretim Planlama için Envanter Modelleri 2.Belirsiz Talepler ile Envanter Kontrolü Rassallığın Doğası; En İyileme Kriteri; Gazeteci Çocuk Modeli; Parti Büyüklüğü – Yeniden Sipariş Noktası Sistemleri; (Q,R) Sistemlerde Hizmet Seviyesi				
	<b>Inventory Models and Systems</b>	3	0	3	6
Content	1. Inventory Control With Known Demands Inventory Types; Function of Inventory; Properties of Inventory Systems; Inventory Costs; Economic Order Quantity Model; Inventory with Finite Production Rate; Quantity Discounts; Resource Constrained Multi-Product Systems; Inventory Models for Production Planning 2. Inventory Control with Uncertain Demands The Nature of Randomness; Optimization Criteria; Journalist Child Model; Lot Size – Reorder Point Systems; (Q,R) Service Level in Systems				
	<b>Pazarlamada Etik</b>	3	0	3	6
İçerik	Bu derste, Pazarlama etiği ile ilgili temel kavramlar, etik ve ahlak ilişkisi, etiğin felsefi boyutu, uygulamadan örnekler ve örnek olaylar, etiğin nasıl ölçüleceği ve araştırılacağı ayrıntılı bir literatür özeti çerçevesinde ele alınacaktır.				
	<b>Ethics in Marketing</b>	3	0	3	6
Content	In this course, the basic concepts of marketing ethics, the relationship between ethics and morality, the philosophical dimension of ethics, practical examples and case studies, how to measure and research ethics will be discussed within the framework of a detailed literature review.				

	<b>Finansal Risk Yönetimi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Risk Yönetim Teknikleri ve Türev Ürünler hakkında öğrenciyi bilgilendirmek amaçlanmaktadır. Dersin içeriğini risk yönetim teknikleri, bağımsızlık, convexity, duration, portföy yaklaşımları, opsiyonlar ve yeni nesil türev ürünler, stratejiler oluşturmaktadır.				
	<b>Financial Risk Management</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed to inform the student about Risk Management Techniques and Derivative Products. The content of the course consists of risk management techniques, immunity, convexity, duration, portfolio approaches, options and new generation derivative products, strategies.				
	<b>Üretim Yönetimi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Dersin amacı üretim/işlemler yönetimi ile ilişkin temel kavramların açıklanması ve girdileri, ürünlere ve hizmetlere dönüştüren süreçlerin en verimli biçimde, en düşük maliyetlerle ve en yüksek kalite düzeyinde yönetilmesi için kullanılan araçların ve yöntemlerin değerlendirilmesidir. Dersin içeriğini üretim yönetiminin temel kavramları, üretim sistemleri, ürün geliştirme, talep tahminleri, fabrika yerinin seçimi, fabrika düzenleme, teknoloji seçimi, kapasite planlaması. Tedarik Zinciri Yönetimi, stok kontrolü, üretim planlama ve kontrol, toplam kalite yönetimi, tamir bakım planlaması, iş analizleri-metot geliştirme ve iş ölçümü oluşturmaktadır.				
	<b>Production Management</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The aim of the course is to explain the basic concepts of production/operations management and to evaluate the tools and methods used to manage the processes that transform inputs into products and services in the most efficient way, with the lowest costs and at the highest quality level. The content of the course is basic concepts of production management, production systems, product development, demand forecasting, factory location selection, factory arrangement, technology selection, capacity planning. Supply Chain Management consists of stock control, production planning and control, total quality management, repair maintenance planning, business analysis-method development and work measurement.				
	<b>Finansmanda Güncel Konular</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Güncel Finansman Uygulamaları hakkında öğrencileri bilgi sahibi yapmak amaçlanmaktadır. Dersin içeriğini kurumsal yönetim, birleşme ve satın almalar, islami bankacılık ve uygulamaları, değerlendirme yaklaşımları oluşturmaktadır.				
	<b>Current Issues in Finance</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed to inform students about Current Financing Practices. The content of the course consists of corporate governance, mergers and acquisitions, Islamic banking and its applications, valuation approaches.				
	<b>Rekabete Dönük Üretim Yönetimi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Üretim yönetimindeki gelişmelerle ilgili teorik ve pratik bilgileri öğrencilere vermek amaçlanmaktadır. Dersin içeriğini yalın üretim, esnek üretim, tedarik zinciri yönetimi oluşturmaktadır.				
	<b>Competitive Production Management</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed to give the students theoretical and practical information about the developments in production management. The content of the course consists of lean manufacturing, flexible manufacturing, supply chain management.				
	<b>Yönetim Ekonomisi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>

İçerik	Yönetim ekonomisinin temelleri, arz ve talep, nicel talep analizi, üretim süreci ve maliyetler, fiyatlandırma, rekabetçi, monopol ve oligopol pazarlar, oyun teorisi.				
	<b>Managerial Economics</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	Fundamentals of managerial economics, supply and demand, quantitative demand analysis, production process and costs, pricing, competitive, monopoly and oligopoly markets, game theory.				
	<b>Karar Verme Yöntem ve Teknikleri</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Dersin amacı öğrencilerin iş dünyasında karşılaşacakları üretim, pazarlama, finans, muhasebe, insan kaynakları, planlama, stok yönetimi gibi farklı fonksiyonlara ait problemleri ileri düzeyde matematiksel ve istatistikî teknikleri kullanarak modelleyebilmeleri, çözebilmeleri, ve çözümünü yorumlayarak işletmelerin alacakları kararlara yardımcı olabilmeleridir. Bu amaçla bilgisayarlardan faydalanmak ve özellikle tablolama programları ile problemlerin modellenmesi ve çözümünün bulunması esas olacaktır. Dersin içeriğini sistem yaklaşımı, bilimsel yöntem basamakları, model çeşitleri, matematiksel model tanım kavramları, karar teorisi, risk altında karar verme, belirsizlik altında karar verme, ulaştırma modelleri, başlangıç çözüm teknikleri, optimal çözüm teknikleri, analitik hiyerarşi süreci, şebeke analizi, en kısa yol problemleri, en yüksek akış problemleri, en küçük yayılma problemleri, atama modelleri, oyun teorisi oluşturmaktadır.				
	<b>Decision Making Methods and Techniques</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The aim of the course is to enable students to model and solve problems related to different functions such as production, marketing, finance, accounting, human resources, planning, stock management, which they will encounter in the business world, using advanced mathematical and statistical techniques, and to help businesses make decisions by interpreting the solution. For this purpose, it will be essential to make use of computers and especially to model and solve problems with spreadsheet programs. The content of the course is system approach, scientific method steps, model types, mathematical model definition concepts, decision theory, decision making under risk, decision making under uncertainty, transportation models, initial solution techniques, optimal solution techniques, analytical hierarchy process, network analysis, shortest path problems, maximum flow problems, smallest propagation problems, assignment models, game theory.				
	<b>Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Dersin amacı, iş modelinin nasıl geliştirileceği ve hazırlanacağı konusunda öğrencileri bilgilendirmek ve küçük işletmelerin yönetim yapıları hakkında bilgi vermektir. Dersin içeriğini iş modeli geliştirilmesi, mavi okyanus stratejisi, inovasyon, yeni iş fikri oluşturulması ve işletmelerin yönetim yapıları ve uygulamalar oluşturmaktadır.				
	<b>Entrepreneurship and Small Business Management</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The aim of the course is to inform students about how to develop and prepare the business model and to give information about the management structures of small businesses. The content of the course consists of business model development, blue ocean strategy, innovation, creation of new business ideas and management structures and practices of enterprises.				
	<b>Avrupa Gümrük Birliği</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Ekonomik entegrasyon kavramı ve aşamaları. Avrupa Birliği'nin doğuşu ve gelişimi. Avrupa Birliği'nin organları. Avrupa Birliği ortak politikaları, Avrupa Birliği ortak tarım politikası. Türkiye Avrupa Birliği ilişkileri. Gümrük Birliğinin etkileri ve sonuçları. Türkiye ve Avrupa Birliği'nde Tarım sektörünün yapısal durumu. Türkiye ve Avrupa Birliği'nde				



	uygulanan tarım politikaları. Türkiye AB Gümrük Birliği Antlaşması. Türkiye'nin Avrupa Birliği tarım ve tarım politikalarına uyumu.				
	<b>European Customs Union</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The concept and stages of economic integration. The birth and development of the European Union. organs of the European Union. European Union common policies, European Union common agricultural policy. Turkey-European Union relations. Effects and results of the Customs Union. Structural situation of the agricultural sector in Turkey and the European Union. Agricultural policies implemented in Turkey and the European Union. Turkey EU Customs Union Agreement. Turkey's compliance with EU agriculture and agricultural policies.				
	<b>Pazarlama Araştırması</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Değişen pazar dinamikleri çerçevesinde pazarlama yöneticilerinin daha etkin çalışabilmelerine ve daha isabetli kararlar almalarına yardımcı olacak bilgilerin sağlanması için pazar ve pazarlama araştırmaları bağlamında yürütülen bilgi belirleme, toplama, değerlendirme ve raporlama konularının incelenmesi dersin amacını teşkil etmektedir. Bu derste pazarlama araştırmaları sürecinde yapılması gereken tüm faaliyetlerin öğretilmesi amaçlanmaktadır. Veri ihtiyaç analizinden, hipotez geliştirme, araştırma tasarımı, ölçme ve ölçek geliştirme, örnekleme, veri toplama süreci, veri hazırlama ve analizi konuları ile araştırma bulgularının raporlanması konularına değinilmektedir.				
	<b>Marketing Research</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The aim of the course is to examine the issues of information determination, collection, evaluation and reporting carried out in the context of market and marketing research in order to provide information that will help marketing managers work more effectively and make more accurate decisions within the framework of changing market dynamics. In this course, it is aimed to teach all the activities that should be done in the marketing research process. From data needs analysis, hypothesis development, research design, measurement and scale development, sampling, data collection process, data preparation and analysis, and reporting of research findings are discussed.				
	<b>Örgütlerde Bilgi Yönetimi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Bu ders; Bilgi Kavramı, Bilginin Epistemolojik Kökenleri,Bilgi Oluşturma Süreci,Örgütsel Bilgi,Oyun Teorisi,Bilgi Yönetimi Kavramı: Örgütsel ve Endüstriyel Seviyede Sınıflandırılması,Örgütsel Öğrenme,Öğrenen Örgütler,Örgütsel Hafıza,Enformasyon Teknolojileri,Bilgi Kodlama Süreci,Bilgi Transferi,Bilgi Paylaşımı,Bilgi Ekonomisi ve Entelektüel Sermaye; konularını içermektedir.				
	<b>Knowledge Management in Organizations</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	This course; The Concept of Knowledge, Epistemological Origins of Knowledge, Knowledge Creation Process, Organizational Knowledge, Game Theory, Knowledge Management Concept: Organizational and Industrial Level Classification, Organizational Learning, Learning Organizations, Organizational Memory, Information Technologies, Information Coding Process, Knowledge Transfer, Knowledge Sharing, Knowledge Economics and Intellectual Capital; includes topics.				
	<b>Stratejik Satış Yönetimi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Bu ders ile öğrencinin; satış süreci, satış planlaması, satışçıların eğitimi ve satış gücünün performans değerlemesi konularında temel bilgilere sahip olması amaçlanmaktadır. Dersin içeriğini satış yönetimi ve pazarlama yönetimi içindeki yeri, satış süreci, müşteri itirazlarının karşılanması, satış planlaması, satış gücünün büyüklüğü ve organizasyonu, satışçıların devşirilmesi ve seçimi, satışçıların ödüllendirilmesi, satışçıların eğitimi, satış tahmini, satış				

	kotası ve satış bütçesi yönetimi, satış gücünün motivasyonu, satış gücünün performans değerlemesi ve satış denetimi oluşturmaktadır.				
	<b>Strategic Sales Management</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	With this course, the student; It is aimed to have basic information about sales process, sales planning, training of salespeople and performance evaluation of sales force. The content of the course includes sales management and its place in marketing management, sales process, meeting customer objections, sales planning, size and organization of sales force, recruitment and selection of salespeople, rewarding salespeople, training of salespeople, sales forecasting, sales quota and sales budget management, sales force motivation , performance appraisal of the sales force and sales audit.				
	<b>Takım Yönetimi ve Etkin Problem Çözme</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Kuruluşlarda iyileşmenin ve gelişimin sağlanması, problemlerin sistematik bir yaklaşımla çözümünü gerektirir. Problemlerin kalıcı olarak çözümü için, farklı bilgi ve deneyimlerin bir araya gelmesi ve bunların çözüm odaklı yönetimi gerekir. Bu da ancak, problem çözme tekniklerinin etkin kullanımı ve etkin bir takım çalışması ile mümkündür. Eğitimde, problemlerin belirlenmesi ve çözümünde kullanılabilecek yöntemler ile takım çalışmasının önemi konusunda öğrencilerin bilinçlendirilmesi amaçlanmaktadır.				
	<b>Team Management and Effective Problem Solving</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	Ensuring improvement and development in organizations requires the solution of problems with a systematic approach. For the permanent solution of problems, different knowledge and experiences must come together and their solution-oriented management is required. This is only possible with the effective use of problem solving techniques and an effective teamwork. In education, it is aimed to raise awareness of students about the importance of teamwork and the methods that can be used in identifying and solving problems.				
	<b>Dağıtım Stratejileri</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Ders, öğrencilere dağıtım kanalı kavramını lojistik ve tedarik zinciri yönetimi kapsamında inceleyerek, dağıtım kanalı yapısı, yönetimi, tasarımı ve dağıtım kanalı üyeleri çerçevesinde ilgili kavramları öğretmeyi hedefler.				
	<b>Distribution Strategies</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The course aims to teach students related concepts in terms of distribution channel structure, management, design and distribution channel members by examining the concept of distribution channel within the scope of logistics and supply chain management.				
	<b>Kurumsal Sosyal Sorumluluk</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Sürdürülebilirlik, sürdürülebilirliğin boyutları, kurumsal sürdürülebilirlik konularını öğrencinin anlamasını sağlamak amaçlanmaktadır. Dersin içeriğini sürdürülebilir kalkınmanın tarihsel gelişimi, sürdürülebilirliğin ekonomik, sosyal ve ekolojik boyutları, kurumsal sürdürülebilirlik, sürdürülebilirlik göstergeleri, sürdürülebilirlik endeksleri oluşturmaktadır.				
	<b>Corporate Social Responsibility</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed to ensure that students understand sustainability, dimensions of sustainability and corporate sustainability. The content of the course consists of the historical development of sustainable development, economic, social and ecological dimensions of sustainability, corporate sustainability, sustainability indicators, sustainability indexes.				
	<b>Fiyatlandırma Stratejileri</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>

İçerik	Bu dersin amacı, pazarlama stratejileri hakkında gerekli altyapıyı oluşturmaktır. Dersin içeriğini fiyat ve fiyatlandırmanın önemi, fiyat kararlarını etkileyen faktörler, fiyatlama yöntemleri ve fiyatlandırma stratejileri oluşturmaktadır.				
	<b>Pricing Strategies</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The aim of this course is to create the necessary background about marketing strategies. The content of the course consists of price and the importance of pricing, factors affecting price decisions, pricing methods and pricing strategies.				
	<b>Bütçeleme ve Performans Yönetimi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Bu dersle, çağdaş işletmelerin çoğunda gözlenen modern yönetim muhasebesi uygulamalarına bağlı performans ölçüm sistemleri ile elde edilen finansal ve finansal olmayan performans ölçülerine dayalı performans yönetim sisteminin kurulma ve kullanılmasına dönük işlem, aşama ve başarı hikâyeleri ele alınması amaçlanmaktadır. Dersin içeriğini stratejik açıdan performans ölçümü ve yönetiminin kapsam ve önemi, finansal performans ölçüleri, finansal olmayan performans ölçüleri, performans ölçülerinin karşılaştırılması, performans ölçümünde zaman ufku ve etkileri, çağdaş performans ölçüm sistemleri, dengeli puan kartı ve uygulamaları, örnek olay incelemeleri, kıyaslama, örnek olay inceleme, öz değerlendirme, örnek olay inceleme, efqm modeli, örnek olay inceleme, çok uluslu şirketlerde performans ölçümü, örnek olay inceleme, performans ölçüm ve yönetimde karşılaşılan sorunlar oluşturmaktadır.				
	<b>Budgeting and Performance Management</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	With this course, it is aimed to deal with the processes, stages and success stories of the establishment and use of the performance management system based on the financial and non-financial performance measures obtained with the performance measurement systems connected to the modern management accounting practices observed in most of the contemporary businesses. The scope and importance of strategic performance measurement and management, financial performance measures, non-financial performance measures, comparison of performance measures, time horizon and effects in performance measurement, contemporary performance measurement systems, balanced scorecard and applications, case studies, benchmarking, sample case study, self-assessment, case study, efqm model, case study, performance measurement in multinational companies, case study, performance measurement and management.				
	<b>Algoritma ve Programlama</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Dersin amacı programlama bilgi ve becerisini kazandırmaktır. Dersin içeriğini temel kavramlar ve tanımlar (donanım, yazılım, programlama dilleri, yazılım geliştirme araçları, ikili sayı sistemi), problem çözme ve algoritmalar, yalancı kod ve akış diyagramları, temel kontrol ve döngü işlemleri, dizi işlemleri, matris işlemleri, genel örnekler, MATLAB programında temel komutlar, koşul ve döngü komutları, MATLAB programı ile algoritmalarından programlamaya geçiş, programlama örnekleri ve uygulamalar, dizi ve matris işlemleri, temel sıralama ve arama algoritmaları, MATLAB’de grafik komutları, dosya işlemleri, MATLAB programında bulunan araç kutuları ve içerikleri, MATLAB ile grafiksel kullanıcı arayüzü (GUI) hazırlama oluşturmaktadır.				
	<b>Algorithm and Programming</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The aim of the course is to gain programming knowledge and skills. The content of the course is basic concepts and definitions (hardware, software, programming languages, software development tools, binary number system), problem solving and algorithms, pseudocode and flowcharts, basic control and loop operations, sequence operations, matrix operations, general examples, MATLAB program, condition and loop commands, transition from algorithms to programming with MATLAB program, programming examples and applications, array and matrix operations, basic sorting and search algorithms, graphics commands in MATLAB, file				

	operations, toolboxes and contents in MATLAB program, MATLAB with graphical user interface (GUI) preparation.				
	<b>İleri Yöneylem Araştırma Teknikleri</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Dersin amacı öğrencilerin yöneylem araştırması disiplini içerisinde farklı problem tiplerini tanımları, uygun çözüm yöntemlerini uygulayabilme becerileri kazanmalarını, çeşitli modelleme tekniklerini tanıma ve kullanabilme çözebilme ve elde edilen sonuçları teknik ve ekonomik açıdan yorumlayabilme becerilerini kazanmalarını sağlamaktır. Dersin içeriğini yöneylem araştırması genel tanımlar, doğrusal programlama temelleri işleyişi ve çözüm yaklaşımları, simpleks algoritması, big m metodu, iki aşamalı simpleks metodu, dual simpleks metodu, duyarlılık analizi oluşturmaktadır.				
	<b>Advanced Operations Research Techniques</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The aim of the course is to enable students to recognize different types of problems in the discipline of operations research, to gain the skills to apply appropriate solution methods, to recognize and use various modeling techniques, to solve them, and to interpret the results obtained technically and economically. The content of the course consists of general definitions of operations research, basics of linear programming, working and solution approaches, simplex algorithm, big m method, two-stage simplex method, dual simplex method, sensitivity analysis.				
	<b>Olasılık</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Bu dersin amacı öğrencilerin rasgelelik kavramını olasılık kavramı ile birlikte kavramasını sağlamak, olasılıksal modelleme yapmak için kesikli ve sürekli olasılık dağılımı kavramını, tek ve çok değişkenli kesikli ve sürekli olasılık dağılımlarını ve bunların dönüşümlerini kullanmasını sağlamaktır. Dersin içeriğini olasılık, olasılık dağılımları ve fonksiyonlar, beklenen değer, raslantı değişkenlerinin fonksiyonlar, dönüşüm, özel dağılımlar ve tahmin oluşturmaktadır.				
	<b>Possibility</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The aim of this course is to enable students to comprehend the concept of randomness together with the concept of probability, to use the concept of discrete and continuous probability distribution, single and multivariate discrete and continuous probability distributions and their transformations to make probabilistic modeling. The content of the course consists of probability, probability distributions and functions, expected value, functions of random variables, transformation, special distributions and estimation.				
	<b>Bilimsel Araştırmalarda Hipotez Testleri</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Bilinmeyen kitle parametrelerinin örneklemden yararlanılarak tahmin ve test edilmesinin öğretilmesi hedeflenmektedir. Bu amaçla aralık tahmini ve hipotez testleri hakkında detaylı bilgi vermek ve nicel veri kümelerinin analizinde kullanılan regresyon, korelasyon ve varyans çözümleme yöntemlerinin anlatılması amaçlanmaktadır. Son olarak, parametrik olmayan istatistiksel yöntemler hakkında bilgi verilmesi planlanmaktadır. Dersin içeriğini basit ve bileşik hipotezler, testler, 1. tür ve 11. tür hatalar, güç fonksiyonları, neyman-pearson teoremi, normal dağılımda ortalama testleri, normal dağılımda varyans testleri, behrens-fisher problemi, olabilirlik oran testi, ardışık olabilirlik oran testi, uyum iyiliğinde ki-kare testi, kolmogrov-smirnov testi, rxc olumsuzluk tabloları ve parametrik olmayan testler oluşturmaktadır.				
	<b>Hypothesis Tests in Scientific Research</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed to teach the estimation and testing of unknown population parameters by using the sample. For this purpose, it is aimed to give detailed information about interval estimation and hypothesis testing and to explain the regression, correlation and variance analysis methods used in the analysis of quantitative data sets. Finally, it is planned to give information about non-parametric statistical methods. The content of the course is simple and compound hypotheses,				

	tests, i. type and ii. type errors, power functions, neyman-pearson theorem, normal distribution mean tests, normal distribution tests of variance, behrens-fisher problem, likelihood ratio test, sequential likelihood ratio test, chi-square test for goodness of fit, kolmogrov-smirnov test, rxc contingency tables and non-parametric tests.				
	<b>Parametrik Testler</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Öğrencilere parametrik ve parametrik olmayan istatistik yöntemler arasındaki farkları göstermek, ölçek türleri, küçük örnek, bağımlı, bağımsız örnek ayırımlarına göre teknik tercihi ve uygulamanın ele alınması amaçlanmaktadır. Derste parametrik olan istatistiksel yöntemler: tek örneklem testi, bağımlı iki örneklem T testi, Bağımsız iki örneklem T Testi, Anova testi konuları işlenecektir.				
	<b>Parametric Tests</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed to show students the differences between parametric and non-parametric statistical methods, and to discuss the technique preference and application according to scale types, small sample, dependent and independent sample distinctions. In the course, parametric statistical methods: single sample test, dependent two sample T test, independent two sample T Test, Anova test will be covered.				
	<b>Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Bu dersin amacı önemli pazarlama olaylarının güncel örnekler ile tartışılması, şirketlerin pazarlama kararlarını etkileyen temel faktörleri seçilen çalışmalar ile açıklayarak öğrencilerin yorumlama ve güncel konuları takip etme yeteneğinin geliştirilmesidir. Dersin içeriğini yakın dönemdeki önemli pazarlama kavramlarının ve uygulamalarının güncel örnekler ile tartışılması, şirketlerin pazarlama kararlarını etkileyen temel faktörleri yorumlama oluşturmaktadır.				
	<b>New Approaches in Marketing</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The aim of this course is to discuss important marketing events with current examples, and to develop students' ability to interpret and follow current issues by explaining the main factors affecting the marketing decisions of companies with selected studies. The content of the course consists of discussing the important recent marketing concepts and applications with current examples, and interpreting the main factors affecting the marketing decisions of companies.				
	<b>E-Ticaret</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	E-Ticaretin önemli bir ticaret kanalı olarak incelenmesi; E-ticaret kavramı tanımı, e-ticaret sınıflandırılması, e-ticarette pazar araştırmaları ve pazarlama karması gelişimi, e-ticarette tarafların hukuksal olarak korunması sorunu ve e-ticaretin ürün ve hizmet piyasaları gelişimine katkılarının incelenmesi amaçlanmaktadır. Elektronik Ticaret, geleneksel ticaret yaklaşımının etkilerinin devamı yanında e-ticaret kavramı etkilerinin güçlenerek büyümesi ve önemli bir alternatif ticaret kanalı haline gelmesi detayları teorik olarak incelenmektedir. E-ticaret kavramı tanımı, e-ticaret sınıflandırılması, e-ticarette pazar araştırmaları ve pazarlama karması gelişimi, e-ticarette tarafların hukuksal olarak korunması sorunu ve e-ticaretin mal ve hizmet piyasaları gelişimine katkıları irdelenmektedir.				
	<b>Electronic Trade</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	Examination of e-commerce as an important trade channel; It is aimed to examine the definition of e-commerce concept, e-commerce classification, market research and marketing mix development in e-commerce, the problem of legal protection of parties in e-commerce and the contribution of e-commerce to the development of product and service markets. In addition to the continuation of the effects of the traditional commerce approach, the effects of the concept of e-commerce, growing stronger and becoming an important alternative commerce channel, are examined theoretically. The definition of e-commerce concept, e-commerce classification, market research and marketing mix development in e-commerce, the problem of legal				

	protection of parties in e-commerce and the contribution of e-commerce to the development of goods and services markets are examined.				
	<b>Perakende Yönetiminde Stratejik Yaklaşımlar</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Bu dersin amacı perakendeciliğin ülkemizdeki ve yurtdışındaki teorik ve pratikteki uygulamalarının genel ve kapsamlı şekilde ele alınmasıdır. Dersin içeriğini perakendeciliğe giriş, ilişkisel perakendecilik, perakendecilikte stratejik planlama, perakendeci türleri, tüketici davranışları, ticaret analizi, merchandise satın alma, perakendecilikte fiyatlama, tutundurma stratejisi, perakendeci imajı kurma ve sürdürme oluşturmaktadır.				
	<b>Strategic Approaches in Retail Management</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The aim of this course is to deal with the theoretical and practical applications of retailing in our country and abroad in a general and comprehensive way. The content of the course consists of introduction to retailing, relational retailing, strategic planning in retailing, types of retailers, consumer behavior, trade analysis, merchandise purchasing, retail pricing, promotion strategy, establishing and maintaining a retailer image.				
	<b>Müşteri İlişkileri Yönetimi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Dersin içeriğini müşteriler arasındaki farklılıkların anlaşılması, müşteri bilgilerinin toplanması, müşteri bağlılığı, müşteriye elde tutma, geri kazanma ve yeni müşteri kazanma stratejileri gibi stratejilerin incelenmesi oluşturmaktadır.				
	<b>Customer Relations Management</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The content of the course consists of understanding the differences between customers, collecting customer information, examining strategies such as customer loyalty, customer retention, recovery and new customer acquisition strategies.				
	<b>Yeni Ürünlerde Rekabet Stratejileri</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Yeni ürünlerin pazarlanması ve rekabet stratejileri kavramlarının incelenmesi, Yeni ürün pazarlanma sürecinin ve rekabet stratejilerinin belirtilmesi, ilgili standardizasyon ve yönetim sistemlerinin örnek olaylar ile desteklenerek 14 haftalık ders programı içinde sunumu amaçlanmaktadır. Yeni ürünlerin pazarlanması ve rekabet stratejileri kavramlarının incelenerek, Yeni ürün pazarlanma süreci ve rekabet stratejileri ortaya konulur. Yönetim sistemleri incelenir.				
	<b>Competitive Strategies in New Products</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed to examine the concepts of marketing new products and competition strategies, to specify the new product marketing process and competition strategies, to present the relevant standardization and management systems in a 14-week course program, supported by case studies. New product marketing process and competition strategies are revealed by examining the concepts of marketing of new products and competition strategies. Management systems are studied.				
	<b>Sistem Benzetimi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Modeller ve Modellerin Sınıflandırılması / Simülasyon ve Analog Modeller / Simülasyon Modellerin Özellikleri / Simülasyonda Zaman Akış Mekanizması / Belirli ve Rassal Simülasyon / Rassal Sayılarda Rassal Değerlerin Türetilmesi/ Kesikli Sistem Simülasyonu ve Örnekler / Kesikli Sistem Simülasyon Dillerinden SIMAN, ARENA Programları ve Örnekleri / Sürekli Sistem Simülasyonu / Simülasyon Çıktılarının Analizi				
	<b>System Simulation</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	Models and Classification of Models / Simulation and Analog Models / Properties of Simulation Models / Time Flow Mechanism in Simulation / Specific and Random Simulation / Derivation				

	of Random Values in Random Numbers / Discrete System Simulation and Examples / Discrete System Simulation Languages SIMAN, ARENA Programs and Examples / Continuous System Simulation / Analysis of Simulation Outputs				
	<b>Üretim Sisteminin Tasarımı ve Analizi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Üretim yönetimindeki güncel gelişmelerle ilgili teorik ve pratik bilgileri öğrencilere vermek amaçlanmaktadır. Dersin içeriğini esnek üretim, toplam kalite yönetimi, ERP oluşturmaktadır.				
	<b>Design and Analysis of the Production System</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed to provide students with theoretical and practical information about current developments in production management. The content of the course consists of flexible production, total quality management, ERP.				
	<b>Tedarik Zinciri Yönetimi</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Lojistik alanındaki gelişmelerle ilgili teorik ve pratik bilgilerin öğrencilere aktarılması amaçlanmaktadır. Dersin içeriğini lojistik, tedarik zinciri yönetimi, taşıma, depolama, elleçleme, gümrükleme oluşturmaktadır.				
	<b>Supply Chain Management</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed to convey the theoretical and practical information about the developments in the field of logistics to the students. The content of the course consists of logistics, supply chain management, transportation, storage, handling, customs clearance.				
	<b>Çok Ölçütlü Karar Verme</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Bu ders çeşitli çok kriterli karar verme tekniklerini ve bunların karmaşık gerçek hayat problemlerine uygulamalarını tanıtmak üzere tasarlanmıştır. Dersin içeriğini karmaşık kararlar için, alternatiflerin, kriterlerin ve ağırlıkların belirlenmesi; AHP, TOPSIS, ELECTRE ve PROMETHEE gibi çok kriterli karar verme yöntemlerinin analizi, bulanık çok kriterli karar verme yaklaşımları ve hedef programlamaya giriş oluşturmaktadır.				
	<b>Multi-Criteria Decision Making</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	This course is designed to introduce various multi-criteria decision making techniques and their applications to complex real-life problems. Determination of alternatives, criteria and weights for complex decisions; Analysis of multi-criteria decision-making methods such as AHP, TOPSIS, ELECTRE and PROMETHEE provides an introduction to fuzzy multi-criteria decision-making approaches and goal programming.				
	<b>Muhasebede Etik</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Muhasebe mesleğinde toplumsal hizmet yönü ağırlıklı olduğundan meslek mensubunun etik ikilemlerle karşılaşması olasılığı yüksektir. Bu ikilemlerin çözümünde mesleki etik bilgisine sahip olmak kadar, karar verme sürecinde kültürel, kişisel ve çevresel faktörlerin önemini kavramak doğru karar verebilmek için önemlidir. Bu dersle öncelikle muhasebe mesleği olmak üzere ülkemiz ve dünyada meslek yaşamında etiğin önemi açıklanacaktır.				
	<b>Ethics in Accounting</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	Since the social service aspect is predominant in the accounting profession, it is highly likely that the professional will encounter ethical dilemmas. In solving these dilemmas, it is important to understand the importance of cultural, personal and environmental factors in the decision-making process, as well as to have professional ethics knowledge in order to make the right decision. This course will explain the importance of ethics in professional life, primarily in the accounting profession, in our country and in the world.				

	<b>Karar Destek Sistemleri</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Karar Destek Sistemlerine Genel Bakış Rasyonel Karar Verme ve Karar Destek Kavramı Çok-Ölçütlü Karar Verme ve Çok-Amaçlı Programlama Karar Destek Sistemi Bileşenleri: Veri Karar Destek Sistemi Bileşenleri: Model Karar Destek Sistemi Bileşenleri: Kullanıcı Arayüzü Karar Destek Sistemi Standartları Bir Karar Destek Sistemi Tasarımı Karar Destek Sistemlerinin Avantajları Benzetim-Tabanlı Karar Destek Sistemleri Zeki Karar Destek Sistemleri Nesne Tabanlı Teknolojiler ve Karar Destek Sistemi Tasarımı Karar Destek Sistemi Geliştirilmesi Bilgi ve Kontrol Paneli Yönetimi Karar Destek Sistemleri Yönetimi				
	<b>Decision Support Systems</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	Overview of Decision Support Systems Rational Decision Making and Decision Support Concept Multi-criteria Decision Making and Multi-Objective Programming Decision Support System Components: Data Decision Support System Components: Model Decision Support System Components: User Interface Decision Support System Standards Designing a Decision Support System Advantages of Decision Support Systems Simulation-Based Decision Support Systems Intelligent Decision Support Systems Object-Oriented Technologies and Decision Support System Design Decision Support System Development Information and Control Panel Management Decision Support Systems Management				
	<b>Stratejik Maliyet Yönetim Sistemleri</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Bu dersle, stratejik maliyet yönetim sistemleri ve konu ile ilgili literatür dikkate alınarak güncel ekonomik koşullar içerisinde rekabet ve işletmenin diğer çevresel koşulları farklı açılardan incelenmektedir. Bu kapsamda hedef maliyetlemeden, kıyaslamaya kadar kullanılan farklı araçların incelenmesi ve örnek olaylar yoluyla çevresel şartlara göre kullanım koşullarının değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Dersin içeriğini stratejik maliyet yönetim sistemlerinin kapsam ve önemi, rekabet ve çevresel koşullara bağlı maliyet stratejileri, maliyet yönetimi açısından değer zinciri analizi, hedef maliyetleme, örnek olay inceleme, faaliyete dayalı maliyetleme, faaliyete dayalı yönetim, örnek olay inceleme, bütçeleme ve bütçesel kontrol, kaizen maliyetlemesi, örnek olay inceleme, kıyaslama, maliyete dayalı swot analizleri, örnek olay inceleme oluşturmaktadır.				
	<b>Strategic Cost Management Systems</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	In this course, considering the strategic cost management systems and the relevant literature, competition and other environmental conditions of the enterprise are examined from different perspectives in current economic conditions. In this context, it is aimed to examine the different tools used from target costing to benchmarking and to evaluate the usage conditions according to environmental conditions through case studies. The scope and importance of strategic cost management systems, cost strategies based on competition and environmental conditions, value chain analysis in terms of cost management, target costing, case study, activity-based costing, activity-based management, case study, budgeting and budgetary control, kaizen costing, case study, benchmarking, cost-based SWOT analysis, case study.				
	<b>Mali Analiz Teknikleri</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Bu derste çeşitli bilgi kullanıcılarının farklı amaçlar doğrultusunda kullandığı mali tabloların nasıl hazırlanıp sunulacağı ve bu mali tablolardaki bilgilerin analiz edilip değerlendirilmelerinde kullanılacak teknik ve yöntemlerinin öğretilerek analiz yeteneklerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Mali tabloları değerlendirmede kullanılan mali analiz teknikleri ve bu tekniklerin uygulanma aşamaları ile analiz sonuçlarının yorumlanması dersin içeriğini oluşturmaktadır.				
	<b>Financial Analysis Techniques</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>



Content	In this course, it is aimed to develop analysis skills by teaching how to prepare and present financial statements that various information users use for different purposes, and to teach the techniques and methods to be used in analyzing and evaluating the information in these financial statements. The financial analysis techniques used in the evaluation of financial statements, the application stages of these techniques and the interpretation of the analysis results constitute the content of the course.				
	<b>Regresyon ve Zaman Serileri</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Doğrusal regresyon modelleri. Kalıntı analizi. Varsayımlardan sapmaların teşhis ve tedavi edilmesi. Doğrusal olmayan modeller. AR, MA, ARMA, ARIMA, gibi tek değişkenli ekonometrik teknikler yanında, VAR, ECM, farklı eşbütünleşme teknikleri ile ARCH ve GARCH uygulamaları işlenecektir.				
	<b>Regression and Time Series</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	Linear regression models. Residue analysis. Diagnosing and treating deviations from assumptions. Nonlinear models. In addition to single variable econometric techniques such as AR, MA, ARMA, ARIMA, VAR, ECM, different cointegration techniques and ARCH and GARCH applications will be covered.				
	<b>Nonparametrik Teknikler (SPSS Uygulamalı)</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Öğrencilere parametrik ve parametrik olmayan istatistik yöntemler arasındaki farkları göstermek ve ölçek türleri, küçük örnek, bağımlı, bağımsız örnek ayırmalarına göre teknik tercihi ve uygulamanın ele alınması amaçlanmaktadır. Derste parametrik olmayan istatistiksel yöntemler: Ki-kare testleri, medyan testi, Mann Witney U ve İşaret Testleri gibi parametrik olmayan testler işlenecektir.				
	<b>Nonparametric Techniques (SPSS Applied)</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	It is aimed to show students the differences between parametric and non-parametric statistical methods and to discuss the technique preference and application according to scale types, small sample, dependent and independent sample distinctions. Non-parametric statistical methods: non-parametric tests such as chi-square tests, median tests, Mann Witney U and Sign Tests will be covered in the course.				
	<b>Bütünleşik Pazarlama</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Derste pazarlama karması bileşenlerin bütünleşmesinin sağlanması ve bu sinerjiden yararlanmanın önemi vurgulanır. Bütünleşik pazarlama iletişiminin bileşenleri olan pazarlama karmasındaki tutundurma faaliyetleri içindeki kişisel satış, reklâm, satış promosyonu, doğrudan pazarlama, sponsorluk ve halkla ilişkiler arasındaki uyum ve entegrasyon konusu Bütünleşik Pazarlama İletişimi alanında detaylı olarak incelenmektedir.				
	<b>Integrated Marketing</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
Content	The course emphasizes the importance of ensuring the integration of marketing mix components and benefiting from this synergy. The compatibility and integration between personal selling, advertising, sales promotion, direct marketing, sponsorship and public relations within the promotion activities in the marketing mix, which are the components of integrated marketing communication, are examined in detail in the field of Integrated Marketing Communication.				
	<b>Finansal Raporlama ve Paydaş İlişkileri</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
İçerik	Öğrencilerin Finansal tabloların yapısını anlaması ve tabloları analiz edip yorumlayabilmesi amaçlanmaktadır. Dersin içeriğini Finansal tabloların yorumlanması ve analiz edilmesi oluşturmaktadır.				
	<b>Financial Reporting and Stakeholder Relations</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>

Content	It is aimed for students to understand the structure of financial statements and to be able to analyze and interpret the tables. The content of the course consists of interpretation and analysis of financial statements.
---------	---

\*Senato Onay Tarih / Sayı : 22.09.2022/174

ASLI GİBİDİR.

Çiler GÜLEN  
Enstitü Sekreteri