



Biz4Fun - Let's have fun with the business start-up

ERASMUS + 2018-1-SK01-KA202-046271

Başarılı bir iş nasıl geliştirilir

Ders müfredatı ve içeriği



KA2 Strategic Partnerships

İÇERİK

1	DERSİN AMACI.....	3
2	LİSANS.....	3
3	DERSİN HEDEFİ.....	4
4	DERSİN POLİTİKALARI	4
5	TEKNİK GEREKSİNİMLER/DESTEK.....	4
6	NOTLANDIRMA	4
7	DERS PROGRAMI VE ÖĞRENME SENARYOLARI ŞABLONU.....	5
7.1	ÖĞRENME ÇIKTILARI.....	8
8	DERSİN İÇERİĞİ.....	9
8.1	Ders 1. GİRİŞİMCİLİĞE GİRİŞ.....	9
8.2	Ders 2. ÜLKENİZDE VE AVRUPA'DA İŞ FIRSATLARI VE PAZAR TRENDLERİ.....	11
8.3	Ders 3. İŞ MODELLERİ	13
8.4	Ders 4. İŞ PLANI.....	15
8.5	Ders 5. BİR İŞ MODELİNİ TASARLAMAK VEYA GELİŞTİRMEK İÇİN ORTAK ARAÇLAR.....	17
8.6	Ders 6. PAZARLAMA	19
8.7	Ders 7. DİJİTAL PAZARLAMA.....	21
8.8	Ders 8. KÜÇÜK İŞLETMELER İÇİN EN İYİ PAZARLAMA STRATEJİLERİNİN ANALİZİ	23
8.9	Ders 9. FİNANS YÖNETİMİ	25
8.10	Ders 10. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ.....	27

Başarılı bir iş nasıl geliştirilir

Ders müfredatı & içeriği

1 DERSİN AMACI

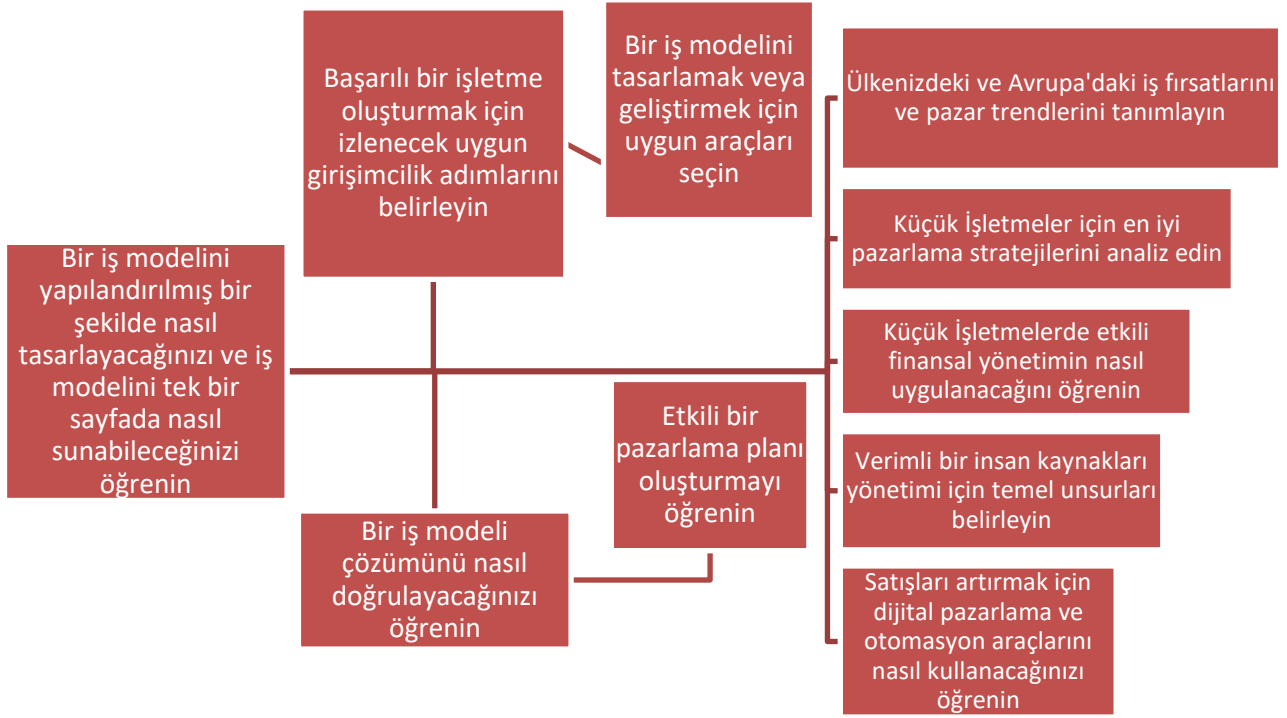
Kendi işinizi kurmak, büyütmek, dünyaya açılmak ya da iflastan kaçınmak mı istiyorsunuz?

Bu derste kendi iş modelinizi geliştirmek veya tasarlamak için gereken temel kavram ve adımları öğreneceksiniz. Yapılacak takaslar, uygulanabilir ve sürdürülebilir bir iş modeli için kritik olan tasarım konuları hakkında bilgi edineceksiniz. Bu ders, "Yapısal bir şekilde nasıl basit bir iş modeli oluşturabilirim?" ve "Kullanıcılarımla nasıl iletişim kurarım ve nasıl müşterilerim için değer yaratırken aynı zamanda şirketim için de gelir kazanırım?" gibi soruları cevaplamanıza yardımcı olacaktır.

2 LİSANS

Bu dersin ders malzemeleri "BIZ4FUN - Let's have fun with the business start-up" Projesi'nde (ERASMUS + 2018-1-SK01-KA202-046271) Telif Hakkı altında korunmaktadır ve Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike (CC-BY-NC-SA) 4.0 International License kapsamında lisanslanmaktadır.

3 DERSİN HEDEFİ



4 DERSİN POLİTİKALARI

Tüm öğrenciler akademik çalışmalarında dürüst ve açık olmalıdırlar. Bir araştırmanın sonuçlarını tahrif etmek, bir başkasının sözlerini veya fikirlerini çalmak, bir görevde hile yapmak veya bir başkasının bu eylemleri yapmasına izin vermek veya yardım etmek eğitim sürecini bozar. Öğrencilerin kendi işlerini yapmaları beklenmektedir ve izinsiz yardım almaları ve etmeleri gereklidir. Bu standardın ihlali, dersin kredisi veya geri ödemesi olmadan otomatik olarak geri çekilmesine neden olabilir.

Ders, dikkat dağıtıcı olmayan ve sessiz bir alanda alınmalıdır.

5 TEKNİK GEREKSİNİMLER/DESTEK

Ders tüm büyük web tarayıcıları ile uyumludur. Yüksek hızlı bir İnternet bağlantısı önerilir.

6 NOTLANDIRMA

Ders için kredi alabilmek için, katılımcılar ders faaliyetlerinin %100'ünü tatmin edici cevaplarla tamamlamalı ve ders için gerekli minimum zamanı harcamalıdır. Bir ödevin yetersiz olduğu tespit edilirse, öğrenci öğretim üyesi tarafından verilen son tarihe kadar revize etmeli ve tekrar teslim etmelidir. Ders etkinlikleri tartışma panosu ilanları, okumalar,

çalışma grupları, etkinlikler ve kısa sınavlardan oluşmaktadır. Modül sonu sınavları %100 ile geçilmelidir. Sınavları geçmek için gerektiği kadar alabilirsiniz. Tamamlandığında, tüm öğrencilere bir kurs tamamlama sertifikası verilir.

7 DERS PROGRAMI VE ÖĞRENME SENARYOLARI ŞABLONU

1. **Girişimciliğe giriş** - Teorik dersler.
2. **Ülkenizdeki ve Avrupa'daki iş fırsatları ve pazar trendleri** - Bu öğrenme konusunun teorik amacı, iş fırsatlarının tüketici davranışlarıyla ilişkili olarak nasıl tanımlanacağını ve analiz edileceğini öğrenmektir.
3. **İş Modelleri** - Bu öğrenme konusunun teorik amacı, müşterilere değer kazandırmak için iş akışının stratejik düzeyde nasıl tasarlanacağını öğrenmektir.
4. **İş Planı** - Uygulamalı dersler.
5. **Bir iş modelini tasarlamak veya geliştirmek için ortak araçlar** - Bu öğrenme konusunun teorik amacı, yeni ve modern teknolojiler kullanarak şirket ve müşteri için değer yaratmayı, sunmayı ve yakalamayı öğrenmektir.
6. **Pazarlama** - Uygulamalı dersler.
7. **Dijital Pazarlama** - Uygulamalı dersler.
8. **Küçük İşletmeler İçin En İyi Pazarlama Stratejilerinin Analizi** - Bu öğrenme konusunun teorik amacı, önerilen iş hedeflerine en uygun pazarlama stratejisinin nasıl belirleneceğini ve seçileceğini öğrenmektir.
9. **Finans Yönetimi** - Uygulamalı dersler.
10. **İnsan Kaynakları Yönetimi** - Uygulamalı dersler.

Öğrenme Senaryosu Şablonu

Ders Temel Verileri	
Ders	
Ders Başlığı	

Önkoşullar	
Ders	
Konu	
Bilgi	

Faaliyet/Malzeme Listesi		
İsim	Kısa Açıklama	Tür

İlgili Konular	
Öğrenme Konusu Adı	Bağlantı Açıklaması

Pedagojik Yöntemler (uygun olanı seçin)
<input type="checkbox"/> Kavram haritalama
<input type="checkbox"/> Katılımcı Öğrenme (PLA) Teknikleri
<input type="checkbox"/> Sorgulama
<input type="checkbox"/> Alıştırma ve Uygulama
<input type="checkbox"/> Öğreticiler
<input type="checkbox"/> Oyunlar
<input type="checkbox"/> Öykü Anlatımı
<input type="checkbox"/> Simülasyonlar

☐ Rol yapma☐ Tartışma☐ Küçük grup aktiviteleri☐ Sosyal medya faaliyetleri (Facebook, Twitter, Youtube)

Diğer:

3D Etkinlik Açıklaması (bir etkinlik için bir tablo - istediğiniz kadar kopyalayın)

3D Etkinlik Amaçları

Anahtar kelimeler

3D Etkinlik Süresi

Öğrenme

Faaliyet

Açıklama

Değerlendirme

Grafik açıklaması

Bilgi metni

-

Çalışma talimatları

Bilgi

Referanslar

7.1 ÖĞRENME ÇIKTILARI

Başarılı bir iş geliştirme yeteneği açısından, öğrenci şunları yapabilecek:

- İşletmeyi farklı paydaş tiplerine tanıtmak için yeni araçlar ve teknolojiler kullanmak;
- ekonomik olarak önerilen amaç ve ihtiyaçlarına en uygun iş modelini araştırmak, seçmek ve geliştirmek;
- ekonomik olarak ulaşılabilecek cazip pazarları belirlemek;
- iş otomasyonunu yeni bir iş modeli tasarlamak için yenilikçi bir araç olarak kullanmak;

Başarılı bir işin nasıl geliştirileceğini anlama açısından, öğrenci şunları yapabilir:

- uygun iş modelini tasarlamak;
- girişimci kariyeri için uygun finansman modellerini tanımak;
- articulate an effective elevator pitches to gain support for the venture;
- kendine uygun olan iyi sunulmuş bir iş planı geliştirmek;;
- çok hedefli bir pazarlama stratejisi geliştirmek;

8 DERSİN İÇERİĞİ

8.1 Ders 1. GİRİŞİMCİLİĞE GİRİŞ

1	Tür	Teorik
2	Ders açıklaması	Temel amaç, girişimcilik kültürünü gençler arasında yaymak ve pratik öğrenme deneyiminin harekete geçirilmesiyle girişimcilik davranışını geliştirmektir. Yeni başlayanların temel alanlarına odaklanan öğrenme materyallerinin geliştirilmesine olanak sağlayan bilgi kümesini temsil edecektir: Bir iş fikri geliştirmek; Takım oluşturma; Bir iş planı oluşturmak; Müşteriler, satış ve pazarlama, Yatırım türleri vb.
3	Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi (AYÇ)	3
4	Öğrenme faaliyeti içeriği	<ul style="list-style-type: none"> • girişimcilik desteği ve / veya yeniliğin uygulamaya aktarılması; • iş modelinin nasıl seçileceği; • stratejik sonuç;
5	Pedagojik Modeller, Stratejiler ve BİT araçları	<ul style="list-style-type: none"> • içerik türü: Açık Eğitim Kaynakları (OER), dersler, videolar; • metodolojiler ve teknikler: İşbirlikçi Öğrenme, Yarı Yapısal ve Serbest Tartışmalar, Katılımcı Öğrenme (PLA); • BİT ortamları ve araçları: Kavram Haritalama, Alıştırma ve Uygulama, Sosyal Ağ;
6	Dersin dili	İngilizce ve çeviriler
7	Derslerin adı	karar verilecek
8	Yönetici	UPAT - PANEPISTIMIO PATRON (EL)
9	Teslimat şekli	çevrimiçi öğrenme

10	Öğrenme çıktıları	Bu öğrenme konusunun teorik amacı girişimcilik kavramını anlamak ve bir projenin ihtiyaçlarını tanımlamaktır.
11	Değerlendirme metodları	<ul style="list-style-type: none">• Durum çalışmaları;• Kritik yansıma;
12	Değerlendirme için geribildirim	<ul style="list-style-type: none">• Anketler;
13	Önerilen veya zorunlu okuma	<ul style="list-style-type: none">• Peter F. Drucker, İnovasyon ve Girişimcilik Uygulama ve İlkeler, OPTİMİST YAYINLARI• Alvarez, S.A., Busenitz, L.W. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. Journal of Management.• Kuratko, D. (2009). Introduction to Entrepreneurship. South Western Educational Publishing.

8.2 Ders 2. ÜLKENİZDE VE AVRUPA'DA İŞ FIRSATLARI VE PAZAR TRENDLERİ

1	Tür	Teorik
2	Ders açıklaması	Pazarlama, yönetim ve finans konularını bütünleştiren bu ders, öğrencileri ülkelerindeki ekonomik, sosyal ve politik mega trendleri keşfetmek için simülasyonlara, tespit uygulamalarına ve grup çalışmasına dahil ederek hem kendi ülkelerinde hem de Avrupada piyasa trendlerindeki fırsatları tespit etme bilgi ve yeteneklerini sunmayı amaçlamaktadır.
3	Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi (AYÇ)	4
4	Öğrenme faaliyeti içeriği	<ul style="list-style-type: none"> • İdari süreç ve potansiyel riskler; • Tüketici segmentasyonu; • Satınalma durumu analizi; • Doğrudan ve dolaylı rekabet analizi; • Tamamlayıcı ürün ve hizmetlerin analizi;
5	Pedagojik Modeller, Stratejiler ve BİT araçları	<ul style="list-style-type: none"> • içerik türü: Açık Eğitim Kaynakları (OER), dersler, videolar; • metodolojiler ve teknikler: İşbirlikçi Öğrenme, Yarı Yapısal ve Serbest Tartışmalar, Katılımcı Öğrenme (PLA), masa başı araştırması; • BİT ortamları ve araçları: Kısa Sınavlar, Kavram Haritalama, Sosyal Ağ;
6	Dersin dili	İngilizce ve çeviriler
7	Derslerin adı	karar verilecek
8	Yönetici	SUA – Slovak University of Agriculture In Nitra (SK), SBA - Slovak Business Agency (SK), EUC - Edu Consulting, z.ú (CZ), CTE - Asociatia Centrul de Training European (RO), UPAT - PANEPISTIMIO PATRON (EL), EGINA - European

		Grants International Academy S.R.L. (IT), MNLA - Akdeniz Naturel Yaşam Derneği (TR)
9	Teslimat şekli	çevrimiçi öğrenme
10	Öğrenme çıktıları	Bu öğrenme konusunun teorik amacı, iş fırsatlarının tüketici davranışı ile ilişkili olarak nasıl tanımlanacağını ve analiz edileceğini öğrenmektir.
11	Değerlendirme metodları	<ul style="list-style-type: none"> • Durum çalışmaları; • Öz değerlendirme; • Pratik proje; • Sınav;
12	Değerlendirme için geribildirim	<ul style="list-style-type: none"> • anketler; • odak grup toplantıları ile öğrencilerden geri bildirim;
13	Önerilen veya zorunlu okuma	<ul style="list-style-type: none"> • Gibson I., Rosen D., Stucker B. (2015) Business Opportunities and Future Directions. In: Additive Manufacturing Technologies. Springer, New York, NY. • Chesbrough, H. (2010). Business Model Innovation: Opportunities and Barriers. Long Range Planning, Volume 43, Issues 2-3, pp. 354-363. • Brandon A. Mueller, Dean A. Shepherd (2016). Making the Most of Failure Experiences: Exploring the Relationship between Business Failure and the Identification of Business Opportunities. Entrepreneurship Theory and Practice, Volume: 40 issue: 3, pp. 457-487.

8.3 Ders 3. İŞ MODELLERİ

1	Tür	Teorik
2	Ders açıklaması	Kişisel veya kurumsal bir zorluğa yaklaşmak üzere tasarlanan İş Modelleri Dersi, stratejik sonuca işin temel bir niteliği olarak yaklaşmak için uygun iş modelini seçme yeteneğini geliştirmek amacıyla bir iş modelinin temel unsurlarını etkileşimli bir şekilde, çeşitli öğrenme kaynakları kullanarak belirlemeyi ve iletmeyi amaçlamaktadır.
3	Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi (AYÇ)	5
4	Öğrenme faaliyeti içeriği	<ul style="list-style-type: none"> Farklı iş modelleri; İş modeli nasıl seçilir; Stratejik sonuç;
5	Pedagojik Modeller, Stratejiler ve BİT araçları	<ul style="list-style-type: none"> içerik türü: Açık Eğitim Kaynakları (OER), dersler; metodolojiler ve teknikler: Sorgulama, Yarı Yapı ve Serbest Tartışmalar; BİT ortamları ve araçları: Kısa Sınavlar, Kavram Haritalama;
6	Dersin dili	İngilizce ve çeviriler
7	Derslerin adı	karar verilecek
8	Yönetici	SUA – Slovak University of Agriculture In Nitra (SK)
9	Teslimat şekli	çevrimiçi öğrenme
10	Öğrenme çıktıları	Bu öğrenme konusunun teorik amacı, müşterilere değer kazandırmak için iş akışının stratejik düzeyde nasıl tasarlanacağını öğrenmektir.
11	Değerlendirme metodları	<ul style="list-style-type: none"> Durum çalışmaları; Öz değerlendirme;
12	Değerlendirme için geribildirim	<ul style="list-style-type: none"> anketler;

		<ul style="list-style-type: none">• Odak grup toplantıları ile öğrencilerden geribildirim;
13	Önerilen veya zorunlu okuma	<ul style="list-style-type: none">• Spiekermann, S., Acquisti, A., Böhme, R. et al. Electron Markets (2015) 25: 161. https://doi.org/10.1007/s12525-015-0191-0.• Täuscher K., Sven S.M. (2018). Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces. European Management Journal, Volume 36, Issue 3, pp. 319-329.• Wirtz, B., Pistoia A., Ullrich S., Göttel V. (2015). Business Models: Origin, Development and Future Research Perspectives. Long Range Planning, Volume 49, Issue 1, pp. 36-54.

8.4 Ders 4. İŞ PLANI

1	Tür	Uygulama
2	Ders açıklaması	Ders, hazırlık temel iş planından, bir ekip oluşturma, pazarlamayı finanse etme ve tamamlama yoluyla girişimciliğin tüm yönlerini içerir.
3	Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi (AYÇ)	4
4	Öğrenme faaliyeti içeriği	<ul style="list-style-type: none"> başarılı iş planının geliştirilmesi; iş şirketi nasıl kurulur, mali işler nasıl yönetilir; stratejik sonuç;
5	Pedagojik Modeller, Stratejiler ve BİT araçları	<ul style="list-style-type: none"> içerik türü: Açık Eğitim Kaynakları (OER), dersler; metodolojiler ve teknikler: Sorgulama, Yarı Yapı ve Serbest Tartışmalar; BİT ortamları ve araçları: Kısa Sınavlar, Kavram Haritalama;
6	Dersin dili	İngilizce ve çeviriler
7	Derslerin adı	karar verilecek
8	Yönetici	EGINA - European Grants International Academy S.R.L. (IT)
9	Teslimat şekli	çevrimiçi öğrenme
10	Öğrenme çıktıları	Bu öğrenme konusunun pratik amacı, müşterilere değer kazandırmak, işbirlikçi yaklaşımları ve ekipman yeniden yapılanmasını tanımlamak için iş akışının stratejik düzeyde nasıl tasarlandığını öğrenmektir. Ayrıca iş planının yönetim yaklaşımını da içerir.
11	Değerlendirme metodları	<ul style="list-style-type: none"> Durum çalışmaları; Öz değerlendirme; Sınav;
12	Değerlendirme için geribildirim	<ul style="list-style-type: none"> anketler;

13	Önerilen veya zorunlu okuma	<ul style="list-style-type: none">• Shepherd, D. A. 1999. Venture capitalists' introspection: A comparison of "in use" and "espoused" decision policies. Journal of Small Business Management, 37(2): 76 – 87.• Baron, R. A. 2008. The role of affect in the entrepreneurial process. Academy of Management Review, 33: 328 –340.• Burns, P. 2001. Entrepreneurship and Small Business. Basingstoke: Palgrave.
----	------------------------------------	--

8.5 Ders 5. BİR İŞ MODELİNİ TASARLAMAK VEYA GELİŞTİRMEK İÇİN ORTAK ARAÇLAR

1	Tür	Teorik
2	Ders açıklaması	Ders, öğrencilere en yaygın işletme modelleri, dijital çağdaki zorluklar ve kendi işleri için seçtikleri işletme modelinin verimliliğini artırmak için yeni teknolojilerin sağladığı fırsatlar hakkında genel bir bakış sunmaktadır.
3	Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi (AYÇ)	6
4	Öğrenme faaliyeti içeriği	<ul style="list-style-type: none"> İş modellerinin karşılaştırılması İş modelini değerlendirme İşletmeyi yenilemek için modern araçlar (işletme otomasyonları ve platformları)
5	Pedagojik Modeller, Stratejiler ve BİT araçları	<ul style="list-style-type: none"> içerik türü: Açık Eğitim Kaynakları (OER), öğreticiler metodolojiler ve teknikler: İşbirlikçi Öğrenme, Yarı Yapısal ve Serbest Tartışmalar, Katılımcı Katılımcı Öğrenme (PLA) BİT ortamları ve araçları: Kısa Sınavlar, Kavram Haritalama, Uygulama ve Alıştırma
6	Dersin dili	İngilizce ve çeviriler
7	Derslerin adı	karar verilecek
8	Yönetici	CTE - Asociatia Centrul de Training European (RO)
9	Teslimat şekli	çevrimiçi öğrenme
10	Öğrenme çıktıları	Bu öğrenme konusunun teorik amacı, yeni ve modern teknolojiler kullanarak şirket ve müşteri için değer yaratmayı, sunmayı ve yakalamayı öğrenmektir.
11	Değerlendirme metodları	<ul style="list-style-type: none"> Durum çalışmaları; Öz değerlendirme; Sınav;
12	Değerlendirme için geribildirim	<ul style="list-style-type: none"> Anketler; odak grup toplantıları ile öğrencilerden geri bildirim;

13	Önerilen veya zorunlu okuma	<ul style="list-style-type: none">• Schaltegger, S., Hansen, E., Lüdeke-Freund, F. (2015). Business Models for Sustainability: Origins, Present Research, and Future Avenues. Organization & Environment, Volume: 29 issue: 1, pp. 3-10.• Saebia, T., Fossab, N. J. (2015). Business models for open innovation: Matching heterogeneous open innovation strategies with business model dimensions. European Management Journal, Volume 33, Issue 3, pp. 201-213.• Evans, S., Vladimirova, D., Holgado, M., Van Fossen, K., Yang, M., Silva, E., Barlow, C. Y. (2017). Business Model Innovation for Sustainability: Towards a Unified Perspective for Creation of Sustainable Business Models. Business Strategy and the Environment, Volume26, Issue 5, pp. 597-608.

8.6 Ders 6. PAZARLAMA

1	Tür	Uygulama
2	Ders açıklaması	Pazarlama dersi, öğrencilere tanıtım faaliyetlerinde tam potansiyele ulaşmak için markalaşma, müşteri odaklılık, pazara girme stratejileri ve eski pazarlama tekniklerini yenileriyle harmanlama fırsatlarını öğretmeyi amaçlamaktadır.
3	Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi (AYÇ)	4
4	Öğrenme faaliyeti içeriği	<ul style="list-style-type: none"> • Müşterileri çekmek ve onları harekete geçirmek; • Pazarlama karması; • Büyüme pazarlaması; • Çevrimiçi pazarlama;
5	Pedagojik Modeller, Stratejiler ve BİT araçları	<ul style="list-style-type: none"> • içerik türü: Açık Eğitim Kaynakları (OER), dersler, videolar; • metodolojiler ve teknikler: İşbirlikçi Öğrenme, Yarı Yapısal ve Serbest Tartışmalar, Katılımcı Öğrenme (PLA); • BİT ortamları ve araçları: Kısa Sınavlar, Kavram Haritalama, Uygulama ve Alıştırma, Sosyal Ağ;
6	Dersin dili	İngilizce ve çeviriler
7	Derslerin adı	karar verilecek
8	Yönetici	EUC - Edu Consulting, z.ú (CZ)
9	Teslimat şekli	çevrimiçi öğrenme
10	Öğrenme çıktıları	Bu öğrenme konusunun pratik amacı, şirketinizde katma değer elde etmek için bir ürün veya hizmeti nasıl tanıtmayı, satmayı ve dağıtmayı öğrenmektir.
11	Değerlendirme metodları	<ul style="list-style-type: none"> • Durum çalışmaları; • Öz değerlendirme; • Uygulama projesi;

12	Değerlendirme için geribildirim	<ul style="list-style-type: none">• anketler;• odak grup toplantıları ile öğrencilerden geri bildirim;
13	Önerilen veya zorunlu okuma	<ul style="list-style-type: none">• Kotler, P., Armstrong, G., Trifts, V., & Cunningham, P. H. (2018). Principles of marketing. Brantford, Ont.: W. Ross MacDonald School Resource Services Library.• Fill, C. (2013). Marketing communications: Brands, experiences and participation. Harlow: Pearson.• Lee, K., & Carter, S. (2005). Global marketing and advertising: Understanding cultural paradoxes. New York: Oxford University Press.• Malhotra, N. K. (2010). Study guide and technology manual: Marketing research an applied orientation. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

8.7 Ders 7. DİJİTAL PAZARLAMA

1	Tür	Uygulama
2	Ders açıklaması	Dijital Pazarlama Dersi, güç dengesini firmalardan tüketicilere kaydırarak pazarlama dünyasında devrim yaratan ve yeni dijital pazarlama ortamının çeşitli yönlerini araştıran gelişmiş dijital araçlar yaklaşımı sunmaktadır.
3	Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi (AYÇ)	4
4	Öğrenme faaliyeti içeriği	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook reklamcılığı; • Google reklamları; • İçerik pazarlama; • Organik sosyal medya;
5	Pedagojik Modeller, Stratejiler ve BİT araçları	<ul style="list-style-type: none"> • içerik türü: Açık Eğitim Kaynakları (OER), öğreticiler, videolar • metodolojiler ve teknikler: Rol Yapma, Yarı Yapılı ve Serbest Tartışmalar, Katılımcı Öğrenme (PLA), İşbirlikli Öğrenme • BİT ortamları ve araçları: Kısa Sınavlar, Simülasyonlar, Öykü Anlatımı, Sosyal Ağ
6	Dersin dili	İngilizce ve çeviriler
7	Derslerin adı	karar verilecek
8	Yönetici	CTE - Asociatia Centrul de Training European (RO); SBA - Slovak Business Agency (SK)
9	Teslimat şekli	çevrimiçi öğrenme
10	Öğrenme çıktıları	Bu öğrenme konusunun teorik amacı, insanlarla ilgilenmek ve iş bilincini artırmak için dijital teknolojilerin (SEO, içerik pazarlaması, içerik otomasyonu, sosyal medya vb.) Nasıl kullanılacağını öğrenmektir.

11	Değerlendirme metodları	<ul style="list-style-type: none">• Öz değerlendirme;• Pratik proje;• Akran değerlendirmesi;
12	Değerlendirme için geribildirim	<ul style="list-style-type: none">• anketler;• odak grup toplantıları ile öğrencilerden geri bildirim;
13	Önerilen veya zorunlu okuma	<ul style="list-style-type: none">• Strauss, J., & Frost, R. (2009). E-marketing. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.• Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). Social media marketing. Los Angeles: Sage.• Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2018). Digital Marketing. Los Angeles: SAGE.

8.8 Ders 8. KÜÇÜK İŞLETMELER İÇİN EN İYİ PAZARLAMA STRATEJİLERİNİN ANALİZİ

1	Tür	Teorik
2	Ders açıklaması	Ders, dijital dönemde pazarlama stratejileri ve araçlarına entegre bir yaklaşım sunarak öğrencilere pratik alıştırmalar, simülasyonlar ve çalışma durumları kazandırmaktadır.
3	Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi (AYÇ)	4
4	Öğrenme faaliyeti içeriği	<ul style="list-style-type: none"> • Tasarım düşünme ve strateji; • Çevrimiçi reklamcılık ve sosyal medya; • Web analizi ve veri görselleştirme; • Arama Motoru Pazarlaması (SEM);
5	Pedagojik Modeller, Stratejiler ve BİT araçları	<ul style="list-style-type: none"> • içerik türü: Açık Eğitim Kaynakları (OER), dersler, videolar; • metodolojiler ve teknikler: İşbirlikçi Öğrenme, Yarı Yapısal ve Serbest Tartışmalar, Katılımcı Öğrenme (PLA), Rol Yapma; • BİT ortamları ve araçları: Kısa Sınavlar, Kavram Haritalama, Uygulama ve Alıştırma, Sosyal Ağ, Hikaye Anlatımı;
6	Dersin dili	İngilizce ve çeviriler
7	Derslerin adı	karar verilecek
8	Yönetici	CTE - Asociatia Centrul de Training European (RO); SUA – Slovak University of Agriculture In Nitra (SK); EUC - Edu Consulting, z.ú (CZ)
9	Teslimat şekli	çevrimiçi öğrenme
10	Öğrenme çıktıları	Bu öğrenme konusunun teorik amacı, önerilen iş hedeflerine en uygun pazarlama stratejisinin nasıl belirleneceğini ve seçileceğini öğrenmektir.

11	Değerlendirme metodları	<ul style="list-style-type: none"> • Durum çalışmaları; • Öz değerlendirme; • Pratik proje; • Çoktan seçmeli testler; • Akran değerlendirmesi;
12	Değerlendirme için geribildirim	<ul style="list-style-type: none"> • anketler; • odak grup toplantıları ile öğrencilerden geri bildirim;
13	Önerilen veya zorunlu okuma	<ul style="list-style-type: none"> • Anderson, James C. and James A. Narus (1984), A Model of the Distributor's Perspective of Distributor-Manufacturer Working Relationships, Journal of Marketing, 48 (Fall), 62. • Geyskens, Inge, Jan-Benedict E.M. Steenkamp, and Nirmalya Kumar (1998), Generalizations About Trust in Marketing Channel Relationships Using Meta-Analysis, International Journal of Research in Marketing, 15 (3), 223. • Young, Joyce A., Faye W. Gilbert, and Faye S. McIntyre (1996), An Investigation of Relationalism Across a Range of Marketing Relationships and Alliances, Journal of Business Research, 35 (2), 139-51.

8.9 Ders 9. FİNANS YÖNETİMİ

1	Tür	Uygulama
2	Ders açıklaması	Finansal Yönetim Dersi, öğrencilere finansal kaynakları planlama ve işletme stratejilerine göre değerlendirme, sermaye piyasalarını ve kurumlarını finansal bir perspektiften anlama, stratejik yönetimin temellerini kapsayan yeteneklerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.
3	Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi (AYÇ)	5
4	Öğrenme faaliyeti içeriği	<ul style="list-style-type: none"> • Finansal planlama, izleme, değerlendirme ve öğrenme; • Finansal Kontrol; • Özel finansal kaynaklar nasıl tahsis edilir;
5	Pedagojik Modeller, Stratejiler ve BİT araçları	<ul style="list-style-type: none"> • içerik türü: Açık Eğitim Kaynakları (OER), dersler; • metodolojiler ve teknikler: Problem çözme, Yarı Yapılı ve Serbest Tartışmalar, Katılımcı Öğrenme (PLA); • BİT ortamları ve araçları: Kısa sınavlar, Simülasyonlar;
6	Dersin dili	İngilizce ve çeviriler
7	Derslerin adı	karar verilecek
8	Yönetici	SBA - Slovak Business Agency (SK)
9	Teslimat şekli	çevrimiçi öğrenme
10	Öğrenme çıktıları	Bu öğrenme konusunun pratik amacı, şirketin varlıklarını finanse etmek için nasıl bir sermaye elde edeceğinizi öğrenmektir.
11	Değerlendirme metodları	<ul style="list-style-type: none"> • Öz değerlendirme; • Çoktan seçmeli testler;
12	Değerlendirme için geribildirim	<ul style="list-style-type: none"> • anketler; • odak grup toplantıları ile öğrencilerden geri bildirim;

13	Önerilen veya zorunlu okuma	<ul style="list-style-type: none">• Grable, J.E., Park, J., Joo, S. (2009). Explaining financial management behavior for Koreans living in the United States, Journal of Consumer Affairs, 43(1): 80-105.• Parrotta, J.L., Johnson, P.J. (1998). The Impact Of Financial Attitudes And Knowledge On Financial Management And Satisfaction Of Recently Married Individuals, Financial Counseling and Planning, 9(2): 59-75.• Robb, C.A, Sharpe, D.L. (2009). Effect of personal financial knowledge on college students' credit card behavior, Journal of Financial Counseling and Planning, 20(1): 25- 43.
----	------------------------------------	--

8.10 Ders 10. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

1	Tür	Uygulama
2	Ders açıklaması	İnsan Kaynakları Yönetimi Kursu, öğrencilerin insan kaynaklarındaki temelleri daha iyi anlamalarına ve bir işletmenin insan kaynaklarını yönetme ve değerlendirmelerinde alternatif yaklaşımları değerlendirmelerine yardımcı olmayı amaçlar.
3	Avrupa Yeterlilikler Çerçevesi (AYÇ)	6
4	Öğrenme faaliyeti içeriği	<ul style="list-style-type: none"> • Entelektüel sermaye; • Örgütsel davranış ve kültür; • Yetenek yönetimi;
5	Pedagojik Modeller, Stratejiler ve BİT araçları	<ul style="list-style-type: none"> • içerik türü: Açık Eğitim Kaynakları (OER); • metodolojiler ve teknikler: Rol Yapma, Yarı Yapılı ve Serbest Tartışmalar, Katılımcı Öğrenme (PLA); • BİT ortamları ve araçları: Kısa sınavlar, Simülasyonlar;
6	Dersin dili	İngilizce ve çeviriler
7	Derslerin adı	karar verilecek
8	Yönetici	MNLA - Akdeniz Naturel Yaşam Derneği (TR)
9	Teslimat şekli	çevrimiçi öğrenme
10	Öğrenme çıktıları	Bu öğrenme konusunun pratik amacı, çalışan performansını nasıl artıracak ve piyasada rekabet avantajı elde etmeyi öğrenmektir.
11	Değerlendirme metodları	<ul style="list-style-type: none"> • Öz değerlendirme; • Pratik proje; • Akran değerlendirmesi;
12	Değerlendirme için geribildirim	<ul style="list-style-type: none"> • anketler; • odak grup toplantıları ile öğrencilerden geri bildirim;

13	Önerilen veya zorunlu okuma	<ul style="list-style-type: none">• Elkjaer, B. (2000). Learning and getting to know: the case of knowledge workers. Human Resource Development International, 3(3), 343-359.• Schippman, J. S., Ash, R. A., Battista, M., Car, L., Eyde, L. D., Hesketh, B., Kehoe, J., Pearlman, K., Prien, E. P. & Sanchez, J. I. (2000). The practice of competency modeling. Personnel Psychology, 53(3), 703-740.• Stewart, T. A. (1997). Intellectual capital: the new wealth of organizations. Doubleday, New York.
----	------------------------------------	---