İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G521	İşletme Yönetimi	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G524	Yönetim ve Psikoloji	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G519	Araştırma Metodolojisi	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Bu ders, araştırma yöntemlerine ilişkin temel kavramları, ilke ve uygulamaları ile analiz tekniklerini öğretmeye yöneliktir.
İçerik	1. Hafta : Giriş, araştırma projesinin adımları, örnekleme kavramı. 2. Hafta : İstatistik tahmin yöntemleri, ana kitle ortalama ve oran tahmini. 3. Hafta : İstatistik tahmin yöntemleri, ana kitle ortalama ve oran tahmini, örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. 4. Hafta : Hipotez testleri : Hipotezlerin yazılması, anlamlılık düzeyinin belirlenmesi, I. ve II. tip hatalar, karar kriterleri. 5. Hafta : Hipotez testleri – Parametrik yöntemler, bir ana kitle ortalama ve oran testleri. 6. Hafta : Hipotez testleri – Parametrik yöntemler, iki ana kütlenin ortalama ve oranlarının karşılaştırılması. 7. Hafta : Ara Sınav 1. 8. Hafta : Hipotez testleri – Parametrik olmayan testler (İkiden fazla ana kitle oranlarının karşılaştırılması, kontenjans tabloları, Chi kare bağımsızlık, homojenlik ve uygunluk testleri). 9. Hafta : Hipotez testleri – Parametrik olmayan testler (Kolmogorov-Smirnov tek örnek testi, Wilcoxon sıra testi, Mann-Whitney U testi). 10. Hafta : İstatistikte ilişki analizi, serpilme diyagramları. Regresyon ve korelasyon analizi ve varsayımlar. 11. Hafta : Ara Sınav 2 12. Hafta : Basit doğrusal regresyon analizi, regresyon katsayılarının en küçük kareler yöntemi ile belirlenmesi. Regresyon ve korelasyon katsayılarının testi. 13. Hafta : Çoklu regresyon ve korelasyon analizi. Kısmı korelasyon katsayıları. 14. Hafta : Parametresiz ilişki analizi – Spearman sıra korelasyonu ve Kendall uygunluk testleri.
Kaynaklar	Daniel Wayne W. & Terrell James C., Business Statistics, 5. edition, Houghton Miflin, USA. Newbold, Paul, Statistics for Business and Economics, Pearsons Education Newbold, Paul, İşletme ve İktisat için İstatistik, Çeviren Ümit Şenesen, Literatür Yayıncılık Orhunbilge, Prof. Dr. Neyran, Örnekleme Yöntemleri ve Hipotez Testleri, İ.Ü.İşletme Fak. Yayınları Avcıol Basım Yayın, 2. Baskı, İstanbul 2000. Orhunbilge, Prof. Dr. Neyran, Uygulamalı Regresyon ve Korelasyon Analizi, 2. B., İ.Ü.İşletme Fak. Yayınları, İ.Ü. Basım ve Yayınevi Md., İstanbul 2002

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş, araştırma projesinin adımları, örnekleme kavramı. İstatistik tahmin yöntemleri, ana kitle ortalama ve oran tahmini.
2	İstatistik tahmin yöntemleri, ana kitle ortalama ve oran tahmini, , örneklem büyüklüğünün belirlenmesi.
3	Hipotez testleri : Hipotezlerin yazılması, anlamlılık düzeyinin belirlenmesi, I. ve II. tip hatalar, karar kriterleri. Hipotez testleri – Parametrik yöntemler, bir ana kitle ortalama ve oran testleri.
4	Hipotez testleri – Parametrik yöntemler, iki ana kütlenin ortalama ve oranlarının karşılaştırılması.
5	Hipotez testleri – Parametrik yöntemler, ikiden fazla ana kütlenin ortalamalarının karşılaştırılması, varyans analizi.
6	Hipotez testleri – Parametrik olmayan testler (İkiden fazla ana kitlenin oranlarının karşılaştırılması, kontenjans tabloları, Chi kare bağımsızlık, homojenlik ve uygunluk testleri).
7	Hipotez testleri – Parametrik olmayan testler (Kolmogorov-Smirnov tek örnek testi, Wilcoxon sıra testi, Mann-Whitney U testi).
8	İstatistikte ilişki analizi, serpilme diyagramları. Regresyon ve korelasyon analizi ve varsayımlar. Basit doğrusal regresyon analizi, regresyon katsayılarının en küçük kareler yöntemi ile belirlenmesi. Regresyon ve korelasyon katsayılarının testi.
9	Parametresiz ilişki analizi – Spearman sıra korelasyonu ve Kendall uygunluk testleri.

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G525	Kurumsal Finansman	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G531	Finansal Raporlama Teknikleri	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Finansal raporlama teorisi ve finansal raporlama teknikleri hakkında öğrencileri bilgilendirmek
İçerik	Finansal Raporlama Teorisi Finansal Raporlamada Farklı Yaklaşımlar Piyasa Ekonomisinde Finansal Raporlamanın Rolü Finansal Raporlamada Ölçme Sorunu Alternatif Ölçme Yaklaşımları Tanıma ve Finansal Tabloların Niteliksel Özellikleri Normatif Muhasebe Teorisi Pozitif Muhasebe Teorisi Yönetici Menfaatleri Teorisi Kazanç Yönetimi Teorisi Raporlama Manipülasyonları Uluslararası Muhasebe (Finansal Raporlama)
Kaynaklar	* Accounting Theory-Vernon Kam ** Financial Accounting Theory- Craig Deegan, Jeffrey Unerman

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G541	Pazarlama Teorisi	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Ders pazarlamanın temel ilkelerini ve stratejilerini öğretmeyi amaçlamaktadır.
İçerik	1. Hafta: Pazarlamanın Tanımı 2. Hafta: Pazarlamada temel kavramlar 3. Hafta: Pazarlamada yeni kavramlar 4. Hafta: Pazarlamanın önemi 5. Hafta: Tüketici davranışı 6. Hafta: Tüketici davranışı 7. Hafta: Ara Sınav 8. Hafta: Pazar kavramı ve hedef pazar 9. Hafta: Pazar bölümlendirme ve konumlandırma 10. Hafta: Pazarlama Çevresi 11. Hafta: Pazarlama araştırması 12. Hafta: Pazarlama Planlaması 13. Hafta: Pazarlama Stratejileri 14. Hafta: Pazarlama ve innovasyon
Kaynaklar	? Principles of Marketing, Philip Kotler & Gary Armstrong ? Marketing, Jean Pierrre Helfer, Jacques Orsoni ? Le Marketing Fondements et Pratique, Pierre-Louis Dubois, Alain Jolibert ? Pazarlama İlkeleri, Mehmet Karafakioğlu ? Marketing Theory:Evolution and Evaluation, Jadgish N. Sheth, David M.Gardner, Denis E. Garrett

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Pazarlamanın Tanımı
2	Pazarlamada temel kavramlar
3	Pazarlamada yeni kavramlar
4	Pazarlamanın önemi
5	Tüketici davranışı
6	Tüketici davranışı
7	Ara Sınav
8	Pazar kavramı ve hedef pazar
9	Pazar bölümlendirme ve konumlandırma
10	Pazarlama Çevresi
11	Pazarlama araştırması
12	Pazarlama Planlaması
13	Pazarlama Stratejileri
14	Pazarlama ve innovasyon

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G527	İşveren Markası	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Şirketlere yüksek nitelikli çalışanları çekmek, elde tutmak ve yüksek motivasyonla çalışmalarını sağlamak amacıyla marka ilkelerinin insan kaynakları alanında nasıl kullanılabileceğini öğretmek.
İçerik	1. Hafta: Temel Kavramlar: Marka, İK Pazarlaması, İşveren Markası. 2. Hafta: İnsan Kaynakları nasıl stratejik olur? 3. Hafta: İşveren Markası Modeli 4. Hafta: İşveren Marka değerlendirmesi 5. Hafta: Kültürel Analiz 6. Hafta: İşveren Marka kimliğinin tanımlanması 7. Hafta: Çalışan Değer Önermesinin (EVP) oluşturulması 8. Hafta: EVP Index kullanımı 9. Hafta: İşveren Marka Konumlandırması 10. Hafta: İşveren Marka İletişim Planının hazırlanması 11. Hafta: Şirket içi iletişim kanallarının tanımlanması ve kullanımı 12. Hafta: Şirket dışı iletişim kanalları ve kullanımı. 13. Hafta: İşveren Markasının işletmenin diğer fonksiyonlarıyla entegrasyonu. 14. Hafta: Vaka çalışması
Kaynaklar	· İşveren Markası, Türker Baş, Optimist Yayınları, 2012. · Employer Brand Management: Practical Lessons from the World's Leading Employers, Ricahard Mosley, Wiley, 2014. · The Employer Brand: Bringing the Best of Brand Management to People at Work, Simon Barrow and Richard Mosley, Wiley, 2005.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Temel Kavramlar: Marka, İK Pazarlaması, İşveren Markası
2	İnsan Kaynakları nasıl stratejik olur?
3	İşveren Markası Modeli
4	İşveren Marka değerlendirmesi
5	Kültürel Analiz
6	İşveren Marka kimliğinin tanımlanması
7	Çalışan Değer Önermesinin (EVP) oluşturulması
8	EVP Index kullanımı
9	İşveren Marka Konumlandırması
10	İşveren Marka İletişim Planının hazırlanması
11	Şirket içi iletişim kanallarının tanımlanması ve kullanımı
12	Şirket dışı iletişim kanalları ve kullanımı.
13	İşveren Markasının işletmenin diğer fonksiyonlarıyla entegrasyonu.
14	Vaka çalışması

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G506	Seminer	2	3	0	0	0	8

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G529	Örgüt Kuramı	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Örgüt Kuramı dersi, örgütsel olguları açıklamaya çalışan kuramsal bakış açılarının ele alındığı bir derstir. Bu dersin amacı, örgütlerin tasarım ve işleyişine yönelik kuramsal çerçeve kapsamında temel argümanların tartışılmasıdır.
İçerik	1. Hafta: Örgüt Kuramı Nedir ve Neden Önemlidir? 2. Hafta: Örgüt Çevresi ve Paydaş Kuramı 3. Hafta: Örgüt Kültürü ve Etik 4. Hafta Örgüt Yapısını Tasarlama 5. Hafta: Örgüt Kuramlarının Tarihsel Gelişimi 6. Hafta: Koşul Bağımlılık Kuramı 7. Hafta: Vize 8. Hafta: Kaynak Bağımlılığı Kuramı 9. Hafta: Yeni Kurumsal Kuram 10. Hafta: Örgüt Kuramında Yeni Yaklaşımlar 11. Hafta: Örgüt Kuramında Yeni Yaklaşımlar 12. Hafta: Film/Belgesel/Makaleler Üzerine Tartışma 13. Hafta: Makale Analizlerinin Sunumu 14. Hafta: Makale Analizlerinin Sunumu
Kaynaklar	A. Selami SARGUT-Şükrü ÖZEN (Der.), Örgüt Kuramları, İmge Yayınları, Ankara, 2020.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G556	Risk Yönetimi	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Dersin amacı, öğrencilere finansal risk kavramını tanıtmak, riskli projelerin değerlendirilmesi ve risk yönetimi hakkında temel bilgileri vermektir.
İçerik	1. hafta: Risk kavramı 2. hafta: Riskin ölçülmesi 3. hafta : Belirsizlik ortamında karar verme 4. hafta: Riskli projelerin değerlendirilmesi 5. hafta: Riskin yönetimi 6. hafta: Forward işlemler 7. hafta: Futures kontratları 8. hafta: Vadeli faiz oranı anlaşmaları 9. hafta: Vize 10. hafta: Swap işlemleri 11. hafta: Alım ve satım opsiyonları 12. hafta: Opsiyon bileşimleri 13. hafta: Melez ve sentetik varlıklar 14. hafta: Riske maruz değer yaklaşımı
Kaynaklar	BOLAK, Mehmet ; “Finans Mühendisliği: Kavramlar ve Araçlar”, Beta Basım, Yayım, Dağıtım A.Ş., Ekim 1998, İstanbul. ERSAN, İhsan ; “ Finansal Türevler” Literatür Yayıncılık, Dağıtım, Pazarlama San. Ve Tic. Ltd., İstanbul, 1997 GALİTZ, Lawrence C. ; “Financial Engineering: Tools and Techniques to Manage Financial Risk”, Pitman Publishing Company, London, 1995 MARSHALL, John f., Vipul K. BANSAL; “Financial Engineering: A Complete Guide to Financial Innovation”, New York Institute of Finance,

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Risk kavramı
2	Riskin ölçülmesi
3	Belirsizlik ortamında karar verme
4	Riskli projelerin değerlendirilmesi
5	Riskin yönetimi
6	Forward işlemler
7	Futures kontratları
8	Vadeli faiz oranı anlaşmaları
9	Vize
10	Swap işlemleri
11	Alım ve satım opsiyonları
12	Opsiyon bileşimleri
13	Melez ve sentetik varlıklar
14	Riske maruz değer yaklaşımı

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G522	Stratejik Yönetim Yaklaşımları	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Ders, öğrencilerin farklı yönetim ve strateji kuramlarıyla tanışmalarını ve stratejik analiz için gerekli teknik donanımları kazanmalarını hedeflemektedir.
İçerik	1. hafta: Temel Kavramlar 2. hafta: İç Çevre Analizi 3. hafta: İç Çevre Analizi 4. hafta: Dış Çevre Analizi 5. hafta: Dış Çevre Analizi 6. hafta: Strateji Oluşturma - Uygulama 7. hafta: Ara Sınav 8. hafta: BCG Matrix - GE Matrix - Ansoff Matrix 9. hafta: SPACE Matrix - Risk Yönetimi 10. hafta: Blue Ocean Strategy 11. hafta: Uygulama - Vaka Analizi 1 12. hafta: Uygulama - Vaka Analizi 2 13. hafta: Uygulama - Vaka Analizi 3 14. hafta: Sunum ve Tartışmalar
Kaynaklar	Exploring Corporate Strategy, 2009. G.Johnson, K.Scholes, R.Whittington Prentice Hall. Strategy: Theory and Practice, 2012. S.R.Clegg, C. Carter, M. Kornberger & J. Schweitzer. Sage Whipp,1999 “Creative deconstruction: Strategy and organizations” (Eds) S.R.Clegg, C.Hardy & W.R. Nord Managing Organizations : Current Issues Sage:UK. Handy, C. 2002 « What’s a business for ? » Harvard Business Review, 49-55. Anthony, P.D. 2005. « Management Ideology »(Eds) C.Grey& H. Willmott Critical Management Studies Oxford :UK

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G546	Pazarlama Stratejileri	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G532	Denetim	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Ce cours destiné aux étudiants de master recherche en Gestion vise à enseigner les concepts d'audit et le recherche dans ce domaine. Dans le contexte de la prise de décision de l'auditeur pendant le processus de vérification des états financiers, l'étudiant se familiarise avec la nature et la quantité de preuves que l'auditeur doit obtenir, et comprend les risques liés à l'engagement, l'évaluation des risques, la technologie, la fraude et la vérification du contrôle interne.
İçerik	1 : La profession de l'audit 2. Rapports d'audit 3. Responsabilités et objectifs de l'audit 4. Nature et type du preuve d'audit. 5. Matérialité et risque d'audit 6. Contrôle interne 7. Risque de fraude 8. Application des processus de vérification des ventes et du cycle de collecte 9. Application des processus de vérification des autres cycles 10. L'échantillonnage d'audit pour le test des contrôles 11. L'échantillonnage d'audit des tests de détail des soldes 12. achèvement de l'audit 13. Méthodes de Recherche en Audit 14. Méthodes de Recherche en Audit
Kaynaklar	Güredin, Ersin Denetim ve Güvence Hizmetleri,13. Baskı, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2011. Arens, Alvin A., Randal J. Elder and Mark S. Beasley, Auditing and Assurance Services An Integrated Approach, Fourteenth Edition, Pearson, Boston, 2012.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Denetim Mesleği
2	Denetim Raporları
3	Denetim Sorumlulukları ve Hedefi
4	Denetim Kanıtlarının Niteliği ve Türü
5	Önemlilik ve Denetim Riski göz önüne
6	İç Kontrol
7	Yolsuzluk Riski ve Denetimi
8	Satış ve Tahsilat Döngüsünde Denetim Süreci
9	Diğer Döngülerde Denetim Süreci
10	Kontrol Testleri için Denetim Örneklemesi
11	Maddi Denetim Testleri için Denetim Örneklemesi
12	Denetimin Tamamlanması
13	Denetimde Araştırma Yöntemleri
14	Denetimde Araştırma Yöntemleri

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G534	Yönetim Muhasebesinde Güncel Yaklaşımlar	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G449	Uluslararası Pazarlama	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	L'objectif de ce cours est d'enseigner les principes de base et les stratégies de gestion du marketing international. Dans ce contexte, il est destiné aux étudiants à comprendre et analyser les facteurs environnementaux mondiaux, à développer des stratégies d'entrée sur le marché et à planifier des politiques et des stratégies en analysant les éléments du mix marketing pour les marchés internationaux.
İçerik	Semaine 1. Mondialisation Semaine 2. Mondialisation Semaine 3. Environnement économique et financier Semaine 4. Environnement culturel, juridique et politique Semaine 5. Recherche marketing mondiale, segmentation et positionnement mondiaux Semaine 6. Stratégies marketing mondiales Semaine 7. Entrée marketing Semaine 8. Examen à mi-parcours Semaine 9. Développement de produits Semaine 10. Prix Semaine 11. Ventes Semaine 12. Communication, distribution Semaine 13. Marchés en développement Semaine 14. Importation, exportation
Kaynaklar	Masaaki Kotabe ve Kristiaan Helsen, “Global Marketing Management”, 4th edition, USA: John Wiley and Sons Inc.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Küreselleşme
2	Küreselleşme
3	Ekonomik Çevre Finansal Çevre
4	Kültürel Çevre Yasal ve Politik Çevre
5	Küresel Pazarlama Araştırması Küresel Bölümlendirme ve Konumlandırma
6	Küresel Pazarlama Stratejileri
7	Pazara Giriş Stratejileri
8	Arasınav
9	Ürün Geliştirme
10	Fiyatlandırma
11	Satış
12	İletişim Dağıtım
13	Gelişen Pazarlar
14	İthalat İhracat

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G530	Finansal Piyasalar ve Kurumlar	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G547	Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G523	Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin temel amacı, katılımcıları Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi (SİKY) alanlarındaki teorik ve ampirik çalışma ve araştırmalarla tanıştırmak ve stratejik yönetim kavram ve yaklaşımlarının daha etkin İKY için katkılarını tartışmaktır.
İçerik	1.hafta: Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimine (SİKY) Giriş 2. hafta: SİKY tarihsel gelişimi ve güncel yaklaşımlar 3. hafta: İKY hedefleri ve İK stratejileri 4. hafta: Stratejik ve Operasyonel İKY 5. hafta: İş analizleri ve iş tanımları 6. hafta: İnsan Kaynakları planlaması 7. hafta: İK seçme ve istihdam stratejileri 8. hafta: Vize sınavı 9. hafta: İK eğitim ve geliştirme stratejileri 10. hafta: İş değerleme ve iş sınıflandırma yöntemleri 11. hafta: Özendirici ücret sistemleri ve stratejileri 12. hafta: Performans değerleme ve performans yönetimi stratejileri 13. hafta: Kariyer yönetimi ve stratejileri 14.hafta: Örnek olay çalışmaları ve final sınavı öncesi genel tekrar
Kaynaklar	• Armstrong, M., Strategic Human Resources Management: A Guide to Action, Kogan Page Publ. • Anthony, W.P., P.L. Perrewé & K.M. Kacmar; Stretegic Human Resource Management, The Dryden Press • Uyargil, C. ve diğerleri, İnsan Kaynakları Yönetimi, 5. baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 2010.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G446	Satış Yönetimi	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
G443	Reklam Yönetimi	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları