



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Seminer	PAZ5900		3 + 0	7,5	Seçmeli
Birim Bölüm	Üretim Yönetimi ve Pazarlama - YL - Lisansüstü (Yüz Yüze eğitim)				
Amaç	Seminer dersinin amacı yüksek lisans öğrencilerinin, alanları ya da tez konuları ile ilgili güncel ve akademik gelişimlerine katkı sağlayacak bir çalışmayı, bilimsel araştırma yöntemlerine uygun olacak şekilde hazırlayarak, grup önünde anlatabilme, tartışabilme ve iletişim yeteneğini geliştirmektir.				
Ders İçeriği	Öğrencinin ilgi alanına uygun güncel bir konunun araştırma ödevi olarak verilip makale formatında, makale yazım kurallarına ve bilimsel araştırma kurallarına uygun bir şekilde hazırlanması ve sınıfta sunum yapılması.				
Ders Veren	Prof. Dr. İsa İPÇİOĞLU , Dr. Öğr. Üyesi Atıl TAŞER				
Ders Kaynakları	Bilimsel Araştırma Teknikleri kitapları				

Hafta	Konu
1	Bilimsel Araştırma Tekniklerinin ve Makale, Tez Yazım Kurallarının Tekrar Edilmesi
2	Öğrencilere İlgili Duydukları Alanlarda Araştırma Ödevlerinin Verilmesi
3	Slayt Hazırlama ve Sunum Hakkında Bilgilendirme
4	Öğrenci Sunumları
5	Öğrenci Sunumları
6	Öğrenci Sunumları
7	Öğrenci Sunumları
8	Öğrenci Sunumları
9	Öğrenci Sunumları
10	Öğrenci Sunumları
11	Öğrenci Sunumları
12	Öğrenci Sunumları
13	Öğrenci Sunumları
14	Öğrenci Sunumları

Ders İş Yüğü	Çalışma Türü / Öğretim Metotları	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	5	1
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	14	3
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	14	8
Ara Sınav 1		1	5
Ödev 1		1	20
Final		1	10
Ders İş Yüğü:		194	
AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5):		7,61	

Program Çıktıları
1 İşletmenin makro ve mikro pazarlama çevresi sorunlarını tanımlayıp çözümleyebilmek
2 Pazarlama yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek
3 Üretim yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek
4 Güncel pazarlama sorunlarının çözümünde pazarlama teorisi ve teorik yaklaşımların rolünü belirleyebilmek
5 Pazarlama teorilerinin farklı kültürel yapılarda nasıl uygulandığını belirleyebilmek
6 Klasik ve güncel pazarlama teorileri arasındaki farklılık ve ilişkileri tanımlayarak değerlendirmek
7 Pazarlama yönetiminde bilgi sistemlerinden faydalanarak pazarlama bilgisi toplamak ve analiz edebilmek
8 Tedarik zinciri ve lojistik faaliyetlerinin yönetimi ve entegrasyonu becerisi
9 Rekabet ortamında pazarlama fırsat ve tehditleri belirlemek ve bunlara uygun stratejiler geliştirebilmek
10 Mikro ve makro pazarlama çevresi üyeleriyle iletişim, koordinasyon ve bilgi paylaşımını sağlayabilmek
11 İşletme sorunlarını sayısal karar verme tekniklerini kullanarak belirlemek ve çözüm sunmak

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11
Literatür taraması ve kaynak araştırması hakkında bilgi sahibi olmayı desteklemesi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-