



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

MESLEK YÜKSEKOKULU
PERAKENDE SATIŞ VE MAĞAZA YÖNETİMİ PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ

ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILÂP TARİHİ I

“Atatürk ilkeleri ve İnkılap Tarihi” dersini okumanın amacı, inkılap kavramı ve benzer temel kavramlar/ Osmanlı Devleti’nin dağılışı, Türk İnkılabını hazırlayan sebepleri, Osmanlı Devleti/ Birinci Dünya Savaşı ve Mondros Ateşkes Anlaşması/ İşgaller karşısında memleketin durumu ve Mustafa Kemal Paşa’nın tepkisi/ Mustafa Kemal Paşa’nın Samsun’a çıkışı/ milli mücadele için ilk adım, kongreler yolu ile teşkilatlanma/ Kuva-yı milliye ve misak-ı milli/ Türkiye Büyük Millet Meclisi’nin açılması/ TBMM’nin istiklal Savaşı’nın yönetimini ele alması / Sakarya Meydan Muharebesine kadar milli mücadele / Sakarya Meydan Savaşı ve Büyük Taarruz/ Mudanya’dan Lozan’a.

ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILÂP TARİHİ II

Siyasî Alanda Yapılan İnkılâplar, Çok Partili Hayata Geçiş Denemeleri I./ Çok Partili Hayata Geçiş Denemeleri II, Hukuk Alanındaki Gelişmeler, Eğitim, Kültür ve Sağlık Alanındaki Gelişmeler./ Cumhuriyetin İlk Yıllarında Ekonomi Politikası Atatürk Döneminde Türk Dış Politikası (1923 – 1938)./ Atatürkçü Düşünce Sistemi ve İlkeleri./ II. Dünya Savaşı ve Sonrasında Türkiye./ Türkiye’de İç Siyasi Gelişmeler (1950-1980)./ Türkiye’de İç Siyasi Gelişmeler (1980-2012)./ Türkiye’nin Dış Politikası (1960-2012)

TÜRK DİLİ VE YAZIM KURALLARI I

Türk Dili Dersinin Amacı ve İlkeleri, Konuların Tanıtımı, Ders İzleme yöntemi. / Yapı Bakımından Diller/ Türk Dilinin Dünya Dilleri Arasındaki Yeri./ Dil Türleri: Konuşma Dili/ Yazı Dili/ Lehçe/ Ağız/ Argo./ Türk Dilinin Tarihçesi/ Türklerin Kullandıkları Yazılar/ Yazı ve Dil Devrimi./ Türkçenin Özellikleri./ Düşünce Yazıları İnceleme Planı/ Konu, Tema, Ana Düşünce Saptama Yöntemleri./ /Türkçenin güncel sorunları, dil-kültür, dil-düşünce, dil-iletişim hakkında bilgilendirme/ Türk Dilinin dünya dilleri arasındaki yeri/ / Yazım Kuralları ve Noktalama/ Anlatım kuralları ve biçimleri/ Paragraf bilgisi ve paragraf çeşitleri/ Türkçenin sorunları ve Dil edinimindeki bozukluklar- Dil Yanlışları, Türk Dilinde yabancı sözcükler/ Kompozisyon yazım kuralları/ Anlatım bozuklukları.

TÜRK DİLİ VE YAZIM KURALLARI II

Yazı türlerinin genel özellikleri./ Türk Edebiyatında, roman, öykü, tiyatro, eleştiri./ Roman: Özellikleri, edebiyatımızdaki gelişimi, inceleme planı ve örnekler./ Öykü: Özellikleri, edebiyatımızdaki gelişimi, öykü türleri, inceleme planı ve örnekler/ Öykü: Uygulama, konuyu saptama ve özetleme./Tiyatro: Özellikleri, edebiyatımızdaki gelişimi, örnekler/ Şiir: Edebiyatımızdaki evreleri, şiir akımları, örnekler, uygulama/ Şiir, öykü, roman türlerinde öğrencilerin seçtikleri örnekleri sunmaları/ Eleştiri: Edebiyatımızdaki yeri, eleştiri yazarları, örnekler/ Sözlü anlatım; açık oturum, tartışma, panel, sempozyum. Sözlü anlatımlarla ilgili kurallar, örnekler./ Resmi yazışmalar ve resmi yazı yazımıyla ilgili kurallar. Resmi yazışma türlerinin Dilekçe, Özgeçmiş, İş Mektupları./ Yazım ve Noktalama ile ilgili Uygulamalar.

GENEL İNGİLİZCE I

Subject pronouns; poss. adj.s days of the week/ numbers 0-100/ classroom language/ A / an / plurals this / that / these / those adjectives colors/ Review of Adjectives/ Imperatives Let’s Modifiers Quite / very /really/ Word order in questions/ Verb phrases Question words/ Simple Pres. (+ / - / ?)/ Word order in questions/ Verb phrases/ Question word/ Telling Time / Prepositions of Time/ Adverbs /Write about your favorite day/ Verb Phrases/ Can cannot/ Present Continuous Tense/ The weather & Seasons/ Present Simple & Present Continuous Tense.

Prof. Dr. Abdül Halim ZAIM

Müdür T.



T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
MESLEK YÜKSEKOKULU
MÜDÜRLÜĞÜ



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

MESLEK YÜKSEKOKULU
PERAKENDE SATIŞ VE MAĞAZA YÖNETİMİ PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ

GENEL İNGİLİZCE II

Word order in questions/ Simple present/ Phrases with 'go', holiday activities, simple Past vs Past Cont./ Time sequence, connectors(so, because, but, although)/ BE GOING TO, plans& predictions Airport vocabulary/ Present cont.(future arrangements), defining relative clauses ,paraphrasing, write an email about travel arrangements/ Make&do, Present Perfect(just, yet, already) Present Perfect vs Simple Past, Shopping vocab./ Indefinite pronouns Adjectives ing./ed. comparative adjectives and adverbs, as----as/ Superlatives(+ ever+ present perfect)/ Describing a place Write a description of the place where you live/ quantifiers/too/ not enough.

İŞLETME

İşletme Bilimi ile İlgili Temel Kavramlar / İşletme Biliminin Diğer Bilim Dallarıyla İlişkisi, Amaç ve Sorumlulukları / İşletmelerin Sınıflandırılması / İşletmelerin Kuruluşu / Yönetim Fonksiyonu / Üretim ve Operasyon Yönetimi Fonksiyonu / Pazarlama Fonksiyonu / İnsan Kaynakları Fonksiyonu / Finansman Fonksiyonu / Muhasebe Fonksiyonu / Araştırma ve Geliştirme Fonksiyonu / Halkla İlişkiler Fonksiyonu

PAZARLAMA İLKELERİ

Pazarlamanın temelini teşkil eden kavram ve olguları tanımlar ve örnekler verir. Pazar çevresi kavramını açıklar, pazar çevresini oluşturan unsurları analiz eder ve pazarlama yönetimi açısından çıkarımlarını belirler. Tüketici davranışlarının sebeplerini anlatır, yorumlar ve pazarlama programlarını oluşturur. Pazar bölümlenme ve hedef pazar seçimi kavramlarını tanımlar, bölümlenme sürecinin nasıl yapılacağını gösterir ve hedef pazar seçimi olgusunu uygulayabilecektir. Temel pazarlama bileşenlerini analiz eder ve pazarlama süreci içindeki yerlerini organize eder. Bir işletmenin pazarlama faaliyetlerini analiz eder ve pazarlama programlarını oluşturur. Pazarlama planı ve stratejik pazarlama planlaması kavramlarını tanımlar, ilgili öğeleri belirler, stratejik pazarlama planı geliştirip uygulayabilecektir. Pazarlama bağlamında iş dünyasında yaşanmakta olan güncel olayları ve gelişmeleri değerlendirir, analiz eder ve rasyonel bir bakış açısıyla pazarlama programlarını geliştirir. Pazarlamadaki güncel gelişmeleri takip eder ve yeni stratejilerin oluşturulmasında bunları kullanır.

PERAKENDE FAALİYETLER MUHASEBESİ

Mağazalardaki finansal olayların takibi için gereken muhasebe işlemlerinin, belge düzeninin ve yönetim muhasebesi uygulamalarının yapılabilmesi /Mağazalar için finansal muhasebe ve yönetim muhasebesi uygulamaları.

ETKİLİ VE GÜZEL KONUŞMA

Güzel ve etkili konuşma tekniklerini öğreterek mezuniyet sonrası görev alınan mağazalarda ve satış yerlerinde ürünleri en iyi şekilde tanıtmak ve müşteriye ikna edebilecek en güzel yolu seçmek ve bu yollardan en önemlisi olan konuşmayı etkin ve güzel yapmanın teorisini öğrenmek ve uygulamasını sağlamaktır. İletişim Becerileri/ Bireysel İletişim/ İletişim Teknikleri/ İkna Kavram ve İkna Kuramları/ İkna Direnme/ İkna Edici İleti ve İleti Yapılandırılması/ İkna Kampanyaları/ Konuşma/ Konuşmanın Temel İlkeleri/ Vücut dili/ Ses tonu.



Prof. Dr. Abdül Halim ZAIM
Müdür T

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
MESLEK YÜKSEKOKULU
MÜDÜRLÜĞÜ



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

MESLEK YÜKSEKOKULU
PERAKENDE SATIŞ VE MAĞAZA YÖNETİMİ PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ

KÜLTÜR VE İSTANBUL

Amaç: İstanbul'u öğrenme ve tanıma merakı uyandırarak, İstanbul'un zengin kültürel mirasına sahip çıkıp onu yaşayacak ve aktaracak bireyler yetiştirmek ve İstanbul özelinde şehirli olmak bilincini ve yaşanılan şehir ile birey arasında aidiyet duygusunun geliştirilmesini sağlamak. Dersin içeriği: İstanbul'da Öğrenci Olmak, Kadim Bir Şehir Olarak İstanbul'un Yeniden Keşfi, İstanbul'un Kültürel Mekanları, Vapurla Boğaz Gezisi, İstanbul'un Efsaneleri, Prehistoryadan Günümüze İstanbul'da Yerleşim Tarihi, Mimar Sinan ve İstanbul'un Silueti, Vapurla Boğaz Gezisi, Osmanlı'nın Yönetim Merkezi Olarak İstanbul, Tarih, Mekan ve Kültür: İstanbul, Geleneksel Türk Sanatları ve İstanbul, Geçmişten Günümüze İstanbul Lokantaları, Edebiyat, Sanat ve İstanbul.

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ VE ŞİKÂyet YÖNETİMİ

Müşteri İlişkileri Yönetimine Giriş, Müşterilerle İletişim ve Boyutları, Hizmetlerde Müşteri Bağlılığı ve Kalite, Müşteri İlişkilerinde Stratejik Yaklaşım, Müşteri Kazanma, Elde Tutma ve Müşteri Yaşam Boyu Değeri Oluşturma, Toplam Kalite Yönetimi, Veri Tabanlı Pazarlama, Pazar Odaklılık, Örgüt Kültürü ve Halkla İlişkiler İle Müşteri İlişkileri Yönetiminin ilişkisi, Müşteri İtirazları ve Şikâyet Yönetimi, Müşteri itirazları ve karşılanması, Şikâyet Eden Müşteriler ve Özellikleri, Müşteri İlişkileri Yönetiminin Diğer Kavramlarla Olan İlişkisi, Müşteri İlişkileri Yönetimi ve E- Ticaret, Müşteri İlişkilerinin Ölçülmesi, Müşteri İlişkileri Yönetimi Sektör Uygulamaları, Örnek Olaylar, Genel değerlendirme.

E- TİCARET

İnternetin tanımı ve tarihi - internet ortamının başlıca özellikleri, internette karı negatif yönde etkileyen faktörler - fikri mülkiyet haklarının önemi - pasif üye aktif üye kavramları, Dijital ekonomi - yeni ekososyal sistem - yaratıcı yıkım - web 2.0 - sosyal medya, Dijital bölünme - internetin organizasyon yapısına etkileri - elektronik iş kavramı ve temel elektronik iş terimleri, Elektronik ticarete giriş - B2B - B2C - C2C - Escrow - P2P -e-Pazarlama - e-Marka, Girişimcilik - risk sermayesi - risk sermayesi kaynakları - İş planı hazırlanması, Elektronik belgeler - elektronik belgelerin özellikleri - UeDocs projesi - Bolero sistemi ve elektronik konşimento, Elektronik Ticaret Yöntemleri, Hukuk yönünden e-Belgeler - e-UCP - 5070 sayılı e-İmza kanununu - güvenlik altyapısı - CA - e-İmza - dijital sertifika - biyometrik - mobil imza kavramları, Ticaret noktaları; Fonksiyonları ve taraflar - BM projeleri, Elektronik devlet kavramı - faydaları - gelişim evreleri - Türkiye'de e-Devlet projeleri - Web 3.0

PAZARLAMA HUKUKU

Perakendecilerin müşteriler ile ilişkilerini etkileyen temel hukuki konuları tanımak ve kavramak için hazırlanmıştır/ Perakendecinin hukuki durumu ve tüketici ile ilişkisini ele alır.

BİLGİSAYARDA PERAKENDE UYGULAMALARI

Mağazacılık ve perakendecilik ile ilgili operasyonel ve yönetsel işlemlerin bilgisayar programları vasıtasıyla yapılabilmesi/ Word, Excel, PowerPoint, Winner, V3, Halojen, Probis Programlarının Öğretilmesi.

MEDENİYET VE TOPLUM

Kültür ve medeniyet kavramlarının önemi, Medeniyetlerin niteliği, Medeniyet anlayışlarının değerlendirilmesi, Medeniyetler arası çatışma teorileri, Medeniyet değişimi ve evrensellik, Roma, Bizans, Pers, İslam medeniyetleri, İslamiyet, Yahudilik, Hristiyanlık tarihi ve medeniyet ilişkisi, Avrupa, Amerika, Hint ve Uzakdoğu Asya'daki Japon ve Çin medeniyetleri, Kültür ve Sosyal çevre, Şehir ve Şehirleşme, Medeniyet ve sosyal değişim, Medeniyet ve şehir kavramı.

Prof. Dr. Abdül Halim ZAIM
Müdür-T

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
MESLEK YÜKSEKOKULU
MÜDÜRLÜĞÜ



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

MESLEK YÜKSEKOKULU
PERAKENDE SATIŞ VE MAĞAZA YÖNETİMİ PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ

MESLEKİ İNGİLİZCE I

Dönem boyunca öğrenciler işyeri ilkeleri, marka, lojistik, sevkiyat, planlama, temel pazarlama, temel finans, temel bankacılık konularına giriş oluşturacak konularda bilgilenir, kendilerini İngilizce olarak tanıtmaya, İngilizce olarak bir başka meslektaş ile konuşma gibi becerileri konuşarak ve yazarak geliştirirler.

MESLEKİ İNGİLİZCE-II

Dönem boyunca öğrenciler ithalat ihracat ile ilgili temel kavramlar, pazarlama ilkeleri, piyasa araştırma yöntemleri üzerinde bilgilendirilir, bu konularda B1-B2 düzeyinde metinler okur ve kısa paragraflar yazarlar.

PERAKENDE MAĞAZA YÖNETİMİ I

Mağazaların iç ve dış paydaşları ile ilişkilerini, fonksiyonel birimler bazında geliştirilecek yöntemler, ilkeler ve uygulamalar ile mağazaları etkin bir şekilde yönetebilme becerisi kazanmak/ Perakendecilik ile ilgili genel bilgiler, organizasyon yapıları ve mağazaların insan kaynakları fonksiyonunun yönetimi.

PERAKENDE MAĞAZA YÖNETİMİ II

Mağazaların iç ve dış paydaşları ile ilişkilerini, fonksiyonel birimler bazında geliştirilecek yöntemler, ilkeler ve uygulamalar ile mağazaları etkin bir şekilde yönetebilme becerisi kazanmak/ Perakende mağazalarda, finansal yönetim,, ürün yönetimi, ürün fiyatlandırma stratejileri, lojistik yönetimi operasyonel yönetim ve güvenlik konularını içermektedir.

PERAKENDE SATIŞ TEKNİKLERİ

Müşteri hizmeti odaklı perakende satış felsefesine ve stratejilerine genel bir bakış sunarak, müşterilerin satın alımlarını teşvik edebilme, kaliteli hizmet ve destek sağlayacak temel iletişim becerilerine sahip olmak amaçlanmaktadır./ Perakende satışın temel kavramları, teknikleri, uygulamaları, müşteri özelliklerine göre satış stratejisi belirleme, kategori yönetimi, özel marka satış yönetimi, zincir mağazalar için satış yönetimi konularını içermektedir.

PERAKENDE MARKA YÖNETİMİ

Marka ve Marka Yönetimi Kavramları, Perakendecilik sektöründe Marka ve Marka Yönetimi Kavramları, Pazarlama Biriminin İş, Görev Tanımlamaları ve Pazarlama Planı, Pazarlama Biriminin İş Görev Tanımlamaları ve Pazarlama Planı, Bölümleme (Segmentasyon), Konumlandırma, Marka Kimlik ve Kişiliği, Marka Mimarisi, Marka Yönetiminin Uygulanabileceği Farklı Alanlar, Güncel marka stratejilerini geliştirir ve uygulama, Perakendecilik sektöründe marka stratejileri geliştirme ve uygulama, Genel Değerlendirme.

SEKTÖREL PERAKENDE UYGULAMALARI

Perakendeciliğe giriş ve perakende türleri ve sınıfları/ Perakendecilik ve Pazarlama Kavramlarındaki Gelecek Trendlerin İrdelenmesi/ Alışveriş merkezi yönetimi ve perakende uygulamaları/ Hazır giyim ve Aksesuar Perakendecilerinin Stratejileri ve Uygulamaları/ Giyim ve Aksesuar Perakendecilerinin Stratejileri ve Uygulamaları/ Ev Tekstili Perakendecilerinin Stratejileri ve Uygulamaları/ Gıda Perakendeciliği İle İlgili Stratejiler ve Uygulamalar- restaurant uygulamaları/ Gıda Perakendeciliği İle İlgili Stratejiler ve Uygulamalar- süper market zinciri uygulamaları/ Kitap/DVD vs. Perakendeciliği İle İlgili Stratejiler ve Uygulamalar/ Elektronik ve Beyaz Eşya Sektörü İle İlgili Perakendecilik Stratejileri ve Uygulamaları./ E-perakendecilik uygulamaları/ Vaka çalışmaları- sunumlar/ Vaka Çalışmaları – Sunumlar

Prof. Dr. Abdül Halim ZAIM
Müdür T

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
MESLEK YÜKSEKOKULU
MÜDÜRLÜĞÜ



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

MESLEK YÜKSEKOKULU
PERAKENDE SATIŞ VE MAĞAZA YÖNETİMİ PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ

YÖNETİM BECERİLERİ VE LİDERLİK

Yönetim biçimleri ve nitelikleri, liderlik, iletişim, hedef belirleme, motivasyon, zaman ve toplantı yönetimi, iş hayatında profesyonellik konularını içermektedir. Yönetim ve Yöneticilik İle İlgili Kavramsal Çerçeve; Yönetim Kavramı ve Gelişimi, Yönetim Faaliyetlerinin Özellikleri, Globalleşme Sürecinde İşletme Organizasyonları, Yöneticinin Tanımı ve Görevleri, Başarılı Bir Yöneticinin Sahip Olması Gereken Bilgi ve Beceriler, İş Yönetme Becerileri ve Problem Çözme Teknikleri, Örgütlenme, takım yönetimi ve denetleme, Kriz yönetimi, toplantı yönetimi, zaman yönetimi, Şirket İçi İletişim Yönetimi, Kurum Kültürü ve Motivasyon, İş hayatında profesyonellik ve liderlik ile ilgili kavramları içermektedir.

SATIN ALMA VE TEDARİK YÖNETİMİ

Perakende mağazalarda satın alma ve tedarik süreçlerinin rolünün tanımlanması ve firma stratejisine uygun olarak stratejiler geliştirilmesi amaçlamaktadır./ Firma stratejisinin, mağaza satın alma ve tedarik stratejisine entegrasyonu, performans ölçüm, finansal kontrol konularını içermektedir.

PERAKENDECİLİKTE VERİ ANALİZİ

Perakende verilerini okuma, analiz etme ve yorum yapma yeterliliklerini kazandırmak./ İstatistiki kavramlar, perakendecilikte kullanılan verileri, analiz yöntemleri, bilgisayar programları aracılığıyla analiz yöntemlerinin çözümü ve yorumlanması.

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

Tüketici davranışları ve pazarlama stratejileri, kültürel farklılıkların ve değişen değerlerin tüketici davranışlarına yansımaları, tüketici davranışlarını etkileyen unsurlar; grup iletişimi ve grup etkisi, algılama ve pazarlama stratejisi, motivasyon teorileri ve pazarlama stratejileri, davranışları etkileyen rasyonel ve duygusal öğeler dersin başlıca konularını oluşturmaktadır. Satın alma ve satın alma karar süreçleri ve bu sürecin aşamaları içinde kullanılan tüketici davranışları araştırma yöntemleri, konumlandırma, marka tercihi, marka bağlılığı, algı yönetimi ve imaj ile ilgili görüşmelere ilişkin kuramsal bilgiler ile bunların reklam ve pazarlama stratejilerinde kullanımına ilişkin görüşler ve örnekler bu derste incelenecektir.

MAĞAZA ATMOSFERİ VE MAĞAZA TASARIMI

Kimlik ve imajın ışığında mağaza atmosferi ve etkileri, Mağazanın dış tasarımı ve vitrin düzenlemesi, Mağaza içi düzenlemeler ve ürünlerin sergilenmesi, Mağazalarda dekorasyon malzemeleri, ışık, işaret ve satın alma noktası malzemelerinin kullanımı, Mağaza atmosferindeki koku, tat, dokunma ve hissetme ile ilgili faktörler, Mağazalarda renk ve müzik kullanımı ve insan faktörü, Mağaza içi yerleşim düzeni, Sanal mağazalarda atmosfer. Genel değerlendirme.

BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ

Pazarlamanın temel kavramları, talep yönetimi, bilgi çağının pazarlamaya etkisi, stratejik planlama ve pazarlama süreci, pazarlamanın makro ve mikro çevresi, pazarlama bilgi sistemi, pazar ve pazarlama araştırması, tüketiciler pazarı ve tüketici satınalma davranışı, pazar bölümlendirme, pazarlama karmaşasının oluşturulması, yeni ürün geliştirme, fiyat kararları, dağıtım kanalları ve lojistik yönetimi, perakende ve toptancılık, bütünleşik pazarlama iletişimi, kişisel satış ve satış yönetimi, doğrudan pazarlama, İnternet üzerinden pazarlama, uluslararası pazarlama yönetimi, pazarlama yönetiminde organizasyon ve denetim.

Prof. Dr. Abdül Halim ZAIM
Müdür T.

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
MESLEK YÜKSEKOKULU
MÜDÜRLÜĞÜ



T.C. İSTANBUL T CARET
ÜNİVERSİTESİ

MESLEK YÜKSEKOKULU
PERAKENDE SATIŞ VE MAĞAZA YÖNETİMİ PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ

MAĞAZACILIKTA DENETİM

Denetim nedir? Tarihçesi. Denetimin  nemi ve İőlevi/ Denetim Türleri I:İç Denetim, Dış Denetim, Bağımsız Denetim/ Denetim Türleri II Kamu Denetimi, Yüksek Denetim, Sertifikasyon Denetimleri/Denetçi, Müfettiő, Kontrolör kavramları/Denetçi Nitelikleri ve denetimin İőletmelere Katkıları/ Mağazacılıkta Denetim ve  nemi/ Mağazacılıkta Yönetim Denetimi/ Mağazacılıkta İnsan Kaynakları denetimi/ Mağazacılıkta Tasarım, Tezg h, Vitrin ve Reyon Denetimi/  r n, hizmet ve çalışma ortamının sağığına uygunluk ve hijyen denetimi/ İş Sağığı ve Güvenliğı Denetimi/ Bir Dış Denetim Uygulaması olarak Gizli Müşteri Denetimi

ALIşVERİş MERKEZİ YÖNETİMİ

Alışveriş Merkezinin Belirli Bir Fonksiyonu Yerine Getirebilmesi İçin  ok Yönlü ve En Etkin Yönetim Modellerinin İncelenmesi, Alışveriş Merkezlerinde Var Olan  alıőma Alanları İle İlgili Kapsamlı Bilgi Edinme ve Yönetme, Alışveriş Merkezinin Sosyal ve Ekonomik Anlamda Fiziksel Yapı Farklılıkları, Faaliyet ile İlgili Süreç Akıőları ve Maliyet Düőürücü Unsurları Belirleyebilme, Oluőabilecek Zararları ve Risk  nleyici Faktörleri Belirleyebilme, Risk Yönetimini ve Kriz Anlarını Yönetebilme, Alışveriş Merkezilerindeki farklılıklar ve detayların belirlenmesi,  evre Yönetimi, İőaretlemeler – Y n Levhaları, Bahçe & Ağı  ve Bitki Bakımı, Altyapı Yönetimi, Geri Dönüőüm, Katı Atık Yönetimi, Kemirgen ve Zararlı Denetimi, Kar ve Buz Temizliğı, Bakım – Onarım Hizmetleri, Yol ve Kaldırım Bakımları, Zemin Bakım, Enerji Yönetimi, Elektrik Dağıtım, Enerji Gözetim ve Yönetimi, Enerji Tasarrufu, Eriőim Yönetimi, İç Mimari – Dekorasyon, Mekansal Planlama, Mimari Tasarım, Peyzaj Mimarisi, Su Arıtma, Taőınma Hizmetleri, Yağımursuyu Yönetimi, Yangın Güvenliğı, Temizlik ve Güvenlik Hizmetleri Alanlarında Bilgi Sahibi Olabilme, Planlama; Alışveriş Merkezi Yönetimi ile İlgili Kısa, Orta ve Uzun Vadeli Planlama, Alışveriş Merkezinde Reklam ve Halkla İlişkiler Yönetimi, Müşteri Portföyü Oluşturma ve Yönetme, Genel değerlendirme.

ULUSLARARASI PERAKENDECİLİK YÖNETİMİ

Perakendeciliğe giriş, Farklı perakende türleri, Perakende tekliflerine ilişkin tüketicici değerlendirmeleri, Derinlemesine perakende analizi, Perakende pazarlama stratejileri geliőtirebilme, Uluslararası perakende sektörüne giriş, Yeni stratejiler geliőtirebilme becerisini kazanma, Tüketicici davranışları, marka analizi, hedef pazar analizi, stratejilerin belirlenmesi, pazarlama araőtırmaları, halkla ilişkiler ve reklam, e-pazarlama, uluslararası pazarlama, perakende yönetimi ve satış yönetimi, Genel değerlendirme.

ÖRGÜTSEL DAVRANIő

Örgütsel davranıőa giriş ve temel kavramlar, Bireysel farklılıklar, değerler ve  eőitlilik, Duygular, tutumlar ve tatmin, Algılama, davranıő ve  ğrenme, Motivasyon teorileri, Motivasyon ve performans, örgütlerde takımlar, takım çalışması ve takım performansı, Karar verme ve yaratıcılık, çatışma ve müzakere, İletişim ve paylaőım, G   ve politikalar, Liderlikte temel kavramlar, Liderlik yapısı ve örgütsel değişim, örgütsel kültür ve İnovasyon,  rg tsel hedefler ve yapılar.



Prof. Dr. Abdül Halim ZAİM
Müdür T.

T.C.
İSTANBUL T CARET ÜNİVERSİTESİ
MESLEK YÜKSEKOKULU
MüDüRLüğü



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

MESLEK YÜKSEKOKULU
PERAKENDE SATIŞ VE MAĞAZA YÖNETİMİ PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ

PAZARLAMA İLKELERİ

Pazarlama Kavramı, Pazar ortamında tüketici ihtiyaçları, Pazarlama Çevresi Mikro ve Makro Bakış, Pazarlama Stratejisi- Bölümle, Hedefleme, Konumlandırma, Pazarlama Araştırması, Tüketici Davranışı - Tüketici Satış Öncesi, Satış ve Satış sonrası Değerlendirme, Pazarlama Planı ve Müşteri ilişkisi, Rekabet yönetimi, Stratejik planlama ve Pazarlama rolü, Pazarlama Bilgi Yönetimi, Stratejik Planlama ve Pazarlama Rolü, Pazarlama Karması Yönetimi -4P, Ürün, Ürün Yaşam Eğrisi Politikaları, Hizmet ve Markalaşma Stratejisi, Fiyatlama Stratejisi ve Türleri, Dağıtım Kanalı Politikaları, Bütünleşik Pazarlama İletişimi: Reklam, Doğrudan Satış, Pazarlama Halkla İlişkileri, Satış Geliştirme, Kişisel Satış, İnteraktif Mecraların Kullanımı, Dijital ortamda ve küresel ortamda Pazarlama konularını içermektedir.

TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

Dersin amacının ifade edilmesi, Tedarik Planlamaya Giriş, Süreç Yönetimi, Sistem Kavramı, Tedarik, Tedarikçi, Tedarik Zinciri Kavramları, Tedarik Zinciri Safhaları, Tedarik Planlama Kapsamındaki Lojistik Süreçler, Tedarik Zinciri Örnekleri, Tedarik Zincirinde Belirsizlikler ve Çözüm Yöntemleri, Esneklik ve Verimlilik, Tedarikçi Yönetiminde Envanter, Milkrun- Döngüsel Sefer, Crossdocking - Çapraz Sevkiyat vd., Bilgi Paylaşımı-Kırbaç Etkisi, Talep Tahminlerine Giriş, Talep Tahminleri Teknikleri, Talep Tahminleri Teknikleri ile ilgili örnekler, Tedarik Zinciri Planlaması, SCOR Modeli, Dış Kaynak Kullanımı-Outsourcing, 3PL, 4PL ve ötesi., Vaka analizleri, Üretim Lojistiğinde Tedarik, MRP-ERP sistemleri, Satın Alma Yönetimi, Sözleşme Yönetimi, Tersine Lojistik ve Yeşil Lojistik, Tedarikçi Değerlendirme ve Tedarikçi Seçimi, Tedarikçi Seçimi Örnekleri, Performans Değerlendirmesi, Tedarikçi Geliştirme, Tedarik Zinciri Stratejileri, Sektörel Tedarik Zinciri Çözümlerine İlişkin Örnek olaylar.

ARAŞTIRMA PLANLAMASI

Araştırma Planlamasında temel kavramlar ve giriş, Araştırmanın özellikleri, sınıflandırmalar, Sosyal bilimlerde ve Fen bilimlerinde araştırma; ortak ve farklı özellikler, grup çalışmaları, Araştırma aşamaları, veri toplama uygulama örnekleri, veri analizi, uygulamalar, Araştırmalarda saha çalışması, ekip kurma ve görevlendirmeler, Ekonomik araştırmalar ve örnek vakalar, Finansal araştırmalar ve örnek vakalar, Teknik araştırmalar ve örnek vakalar; Maliyetleme ve kapasite analizlerine yönelik araştırmalar; Sektör analizleri, verimlilik ve kalite ölçümlmeleri; Raporlama ve özellikleri; Araştırmada performans değerlendirme; Sunumlar

YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ

Küresel iş dünyasında bilgi sistemleri, Küresel e-ticaret: işletmelerde bilgi sistemlerinin nasıl kullanıldığı, Bilgi sistemleri organizasyonları ve stratejileri, Bilgi sistemlerinde etik ve sosyal konular, BT altyapısı ve gelişmekte olan teknolojiler, Telekomünikasyon, internet ve kablosuz teknoloji, Bilişim Sistemleri Güvenliği, Kurumsal uygulamalar: operasyonel mükemmellik ve müşteri samimiyetinin sağlanması, E-ticaret: Dijital piyasalarda, dijital mal, Bilgiyi yönetme ve işbirliği, Öğrenci ödev sunumları ve tartışma

İŞ HAYATINDA ESTETİĞİN ÖNEMİ

Sanat nedir? sanat ve estetiğin ticari yaşamdaki yeri nedir? Teknik bilgi ile yaratıcı bilgi arasındaki farklar nelerdir? , estetik durum hafıza ve hayal gücü, soyut ve somut düşünme nedir? estetik duyarlılık, ticari hayatta sezgi ve mantığın ötesini bilmek, ticari yaşamda benlik ve bunun estetik etkileri, estetik yaşamda iç güdülerle verilen kararlar, estetik ve ortak akıl, sezgi ve yaratıcı düşünme, estetik duyarlılık yolu ile kendine ait bir hayat görüşü belirlemek, estetik ve yaşamsal stratejiler hedefsizlik, en üst düzeyde yaratıcılık.

Prof. Dr. Abdül Halim ZAİM

Müdür T.

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
MESLEK YÜKSEKOKULU
MÜDÜRLÜĞÜ



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

MESLEK YÜKSEKOKULU
PERAKENDE SATIŞ VE MAĞAZA YÖNETİMİ PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ

MESLEK SEMİNERLERİ

Öğrencileri iş yaşamına daha donanımlı şekilde hazırlamak amacı ile sektördeki iş liderlerinin birikim ve deneyimlerini paylaşmalarını sağlamak.

İŞ HAYATINDA ARAPÇA

Bu dersin amacı, iş hayatında Perakende Satış ve Mağaza Yönetimine yönelik Arapça konuşma, yazma ve anlama temel becerilerini kazandırmaktır.

TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ

Kalite ve kalite yönetiminin tarihi gelişim süreci; kalitenin tarihi gelişim süreci ve bu süreçteki aşamaları, kalite yönetiminin gelişim süreci, klasik yönetim anlayışı-toplam kalite yönetimi. Toplam kalite yönetiminin temel kavramları ve yaklaşımları; kalite, kalite kontrol, kalite güvencesi, toplam kalite yönetimi ve aralarındaki ilişki, toplam kalite yönetiminin bir yönetim sistemi olarak özellikleri ve unsurları, önleyici yaklaşım ve sürekli gelişme, toplam kalite yönetiminde insan faktörü ve kalite çemberi, toplam kalite yönetimi konusunda uygun ortamının hazırlanması ve başarı şartları. Toplam kalite yönetiminin araç ve teknikleri; kalite yönetimi ve ön değerlendirme, kıyaslama ve sorun çözme teknikleri, veriler ve istatistik ile ön çalışmanın önemi, tam zamanında üretim, geliştirme süreci ve organizasyonlarda toplam kalite kültürünün oluşturulması, kalite maliyet ilişkileri ve maliyet sistemi, toplam kalite yönetiminin kuruluşlar üzerindeki etkileri. Toplam kalite yönetimini tanımak.

İŞ VE SOSYAL GÜVENLİK HUKUKU

İş Hukukunun temel ilkeleri, İş Hukuku kaynakları, İşçi, işveren, işyeri, iş kazası kavramı, İş sözleşmesinin özellikleri, İş sözleşmesi türleri, Çalışma koşulları ve sözleşme serbestisi, İşçinin borçları, İşverenin borçları, Çalışma süresi, Tatiller, Süreli fesih nedenleri ve fesih sonuçları, Geçerli fesih nedenleri ve fesih sonuçları, Haklı nedenle fesih ve uygulaması konularını içermektedir.

İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

İnsan Kaynakları Yönetimi ve Örgütlenmesi, İK Planlaması, Personel bulma ve seçme, değerlendirme, oryantasyon, personel eğitimi, Performans değerlemesi, Çalışma ilişkileri- Bireysel, Çalışma İlişkileri-Toplu İş İlişkileri konularını içermektedir.

SOSYAL SORUMLULUK VE ETİK YÖNETİMİ

İş etiği, sosyal sorumluluk ve kurumsal yönetim konularında teorik ve uygulama bağlamında detaylı bilgiler vererek bu konularda bilgi sahibi olmalarını sağlamaktır. İş etiği konusunun tanımı, kapsamı ve önemi, avantajları ve dezavantajları ile Dünya’da ve Türkiye’de uygulamaları, sosyal sorumluluk tanımı, kapsamı, alanları, boyutları, avantajları ve dezavantajları, Türkiye’de ve Dünya’da sosyal sorumluluk, kurumsal yönetimin tanımı ve kapsamı, kurumsal yönetim ilkelerinin incelenmesi, kurumsal yönetim ile geleneksel yönetimin karşılaştırması ve modellerini içermektedir.

GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik nedir, Girişim için önemli unsurlar, Girişimciliğin temel özellikleri, Kadın girişimciler, İş büyütmek için nasıl çalışılması gerekir, Girişimcilik sermayesi ve teşvikler, Girişimcilikte karşılaşılan sorunlar, Girişimcinin korkuları, riskleri, Ulusal düzeyde girişimcilik, Girişimcilik kültürü, Kriz döneminde girişimcilik.

Prof. Dr. Abdül Halim ZAIM
Müdür T.

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
MESLEK YÜKSEKOKULU 8
MÜDÜRLÜĞÜ