

## GİRİŞİMCİLİK VE YENİLİK YÖNETİMİ YÜKSEK LİSANS DERSLERİ

1. YARIYIL BAHAR							
			Haftalık Ders Saati				
Ders Kodu	Ders Adı	Z/S	Teori	Uyg.	Toplam	Toplam Kredi	ECTS Kredi
GY501	Girişimcilik Teorisi ve KOBİ'ler	S	3	0	3	3	6
GY503	Yaratıcılık ve Yenilik	S	3	0	3	3	6
GY527	Girişimciliğin Sosyal Psikolojisi	S	3	0	3	3	6
GY547	Girişimciler için Yaratıcı Pazarlama Stratejileri	S	3	0	3	3	6
GY583	Marka Yönetimi ve İnovasyon	S	3	0	3	3	6
<b>Toplam</b>			<b>15</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>

2. YARIYIL GÜZ							
			Haftalık Ders Saati				
Ders Kodu	Ders Adı	Z/S	Teori	Uyg.	Toplam	Toplam Kredi	ECTS Kredi
GY502	Bilgi Kuramı ve Bilgi Yönetimi	S	3	0	3	3	6
GY504	Teknoloji ve Yenilik Yönetimi	S	3	0	3	3	6
GY544	Kültürel Boyutlarıyla Girişimcilik ve Türk Yönetim Kültürü	S	3	0	3	3	6
GY576	Uluslararası Pazarlama ve Küresel Doğan Şirketler	S	3	0	3	3	6
GY586	Yenilikçi Ürünler ve Tüketici Davranışları	S	3	0	3	3	6
<b>GY560</b>	<b>PROJE</b>	<b>Z</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>30</b>
<b>Toplam</b>			<b>15</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>60</b>

# GİRİŞİMCİLİK VE YENİLİK YÖNETİMİ YÜKSEK LİSANS DERS İÇERİKLERİ

## 1.YARIYIL-BAHAR

### **GY 501 Girişimcilik Teorisi ve KOBİ' ler**

Bu ders, girişimcilik teorisi ve küçük ve orta boy işletmelere yönelik işletme fonksiyonlarının değerlendirilmesini içermektedir. Temel konular; girişimcilik süreci, girişimci özellikleri, fırsatların belirlenme süreci ve işletme modelinden oluşmaktadır. Ders, katılımcıyı bir taraftan girişimcilikte kullanılan temel kavramlar ile tanıştırırken, diğer taraftan da alan ile ilgili örnek olaylardan hareketle pratik bilgiler sunmaktadır. Böylece öğrencinin girişimcilikte yaşanan gelişmeler hakkında bilgi sahibi kılınması istenmektedir.

### **GY 503 Yaratıcılık ve Yenilik**

Yaratıcılık tanımı ve önemi; Yaratıcılık ile ilgili kavramlar; Yaratıcılık ve yenilik; Yaratıcılık alanında kuramsal yaklaşımlar; Yaratıcılık alanları; Bireysel yaratıcılık; Örgütsel yaratıcılık; Toplumsal yaratıcılık; yaratıcı düşünme sürecindeki aşamalar; Yaratıcılık boyutları; Yaratıcı birey, örgüt ve çevre özellikleri; Yaratıcılık ve yönetim; Yaratıcılığın önündeki engeller; Yaratıcılığı geliştirme yöntemleri.

### **GY 527 Girişimciliğin Sosyal Psikolojisi**

Sosyal psikolojiye ilişkin temel kavramlar üzerinde temellenen ders toplumsal algılamalar, özbenlik algılamaları, tutumlar ve tutum değişiklikleri, grup süreçleri, önyargı gibi konuları girişimcinin algısı ve girişimci davranış bağlamında ele almaktadır.

### **GY 547 Girişimciler için Yaratıcı Pazarlama Stratejileri**

Bu dersin temel amacı; pazarlama ve pazarlama iletişimi ilişkilerini, pazarlamada yaratıcılık konusunu açıklamak, yaratıcı fikir ve yaratıcı firmaların nasıl kalıcı markalar ortaya çıkarabildiklerini örneklerle irdelemektir. Yaratıcı beyin, yaratıcı düşünce, teknikler, kurallar üstünde durmak, dijital devrimi vurgularken, yeni pazarlama iletişim tekniklerini anlatmak, kitle iletişiminin yeni boyutlarını ortaya koymak ve pazarlamanın 21. yüzyılda varabileceği noktaları tartışmak da dersin amaçları arasında sayılabilir. Bu ders öğrencilere yaratıcı düşüncelerin, pazarlama için stratejik perspektif içinde nasıl geliştirileceğini ve kullanılacağını gösterir.

### **GY 563 Marka Yönetimi ve İnovasyon**

Bu dersin amacı, öğrencileri marka yönetiminin kavram ve uygulamalarıyla inovasyon yönetimi kavramı çerçevesinde tanıttirmaktır. Temel araştırma alanları, marka yaratma, marka geliştirme, yerel ve küresel markaların yönetimidir.

# GİRİŞİMCİLİK VE YENİLİK YÖNETİMİ YÜKSEK LİSANS DERS İÇERİKLERİ

## 2..YARIYIL-GÜZ

### **GY 502 Bilgi Kuramı ve Bilgi Yönetimi**

Bu dersin amacı bilgi kuramını, bilgi bilimi bağlamında tanımlamaktır. Ders kapsamında bilgi hiyerarşisinin (veri-enformasyon-bilgi-akıl) tanımı ve düzeyleri, bilgi kuramının (epistemoloji) bireysel, örgüt ve toplum düzeyinde yayılımı ve bilginin, bilim alanındaki sınır ve güvenilirliğini ortaya koyan filozoflar ve görüşleri tarihi gelişimleri açısından ele alınacaktır. "Bilgi Yönetimi" kavramının tanımı yapıldıktan sonra örtük bilgi, açık bilgi, iç ve dış bilgi kurumsal bağlamda ele alınmakta; kurumların bilgi altyapısı ve öğeleri sistem yaklaşımı ile incelenmektedir. Ayrıca, bilgi yönetimi metodolojisi ve tekniklerine giriş olan bilgiler verilmektedir.

### **GY 504 Teknoloji ve Yenilik Yönetimi**

Teknolojinin Tanımı, Önemi ve Sınıflandırılması / Sistem Yaklaşımı Çerçevesinde Organizasyonlarda Teknoloji / Alt Sistemler ve Teknolojinin Görünümü / Teknoloji Seçimi / Otomasyon ve Bilgisayar Temelli Uygulamalar / Çevre ve Teknoloji / Çevresel Teknoloji ve Belirsizlik / Teknolojik Değişim / Ürün Yeniliği / Bütünsel Teknoloji ve Bölüm Teknolojisi / Teknoloji -Yapı İlişkisi-I / Teknoloji Yapı İlişkisi-II / Bilgi Temelli Organizasyonlar

### **GY 544 Kültürel Boyutlarıyla Girişimcilik ve Türk Yönetim Kültürü**

Kültürün girişimciliğe etkileri. Türk yönetim kültürü kavramı, ulusal kültür ve organizasyon kültürü, Türk kültürünün soysal ve tarihsel yapısı, TKY üstünde İslam ve sufizm etkisi, TYK'de ahilik etkisi, TYK'de işletme etiği, TYK'de batılılaşma ve etkileri, kültürel farklılıklar (bireyselleşme, maskülinite, feminite, güven, riskten kaçınma, paternalizm) Türk Yönetim Kültürüyle Girişimcilik arasındaki benzerlikle ve farklılıklar

### **GY 576 Uluslararası Pazarlama ve Küresel Doğan Şirketler**

Küresel pazarlama çevrelerinin doğası, küresel pazar analizi, potansiyel pazarlar için stratejiler, küresel pazarlarda fiyatlandırma, küresel pazarlardaki zorluklar. Küresel doğan şirketlerin pazarlama stratejilerinin incelenmesi.

### **GY 586 Yenilikçi Ürünler ve Tüketici Davranışları**

Ekonominin İşleyişi ve Piyasa Ekonomisinde Tüketicinin Yeri; Pazarlamada Tüketici Davranışının Yeri ve Önemi; Tüketici Davranışı Genel Modeli; Psikolojik Faktörler: Öğrenme ve bellek; Güdüleme ve İlgilenim, Algılama, Tutum, Kişilik, Benlik ve yaşam biçimi; Sosyo Kültürel Faktörler: Grup, Aile, Kişisel etkiler ve yeniliklerin yayılması, Sosyal sınıf, kültür; Tüketici Satın Alma Süreci; Toplum ve Tüketici Davranışı; Tüketicinin Korunması ve Tüketici Bilinci; Tüketici Haklarını Korumaya Yönelik Yasa ve Kuruluşlar; Çevre Koruma ve Tüketici Bilinci; Tüketici Eğitimi. Ders kapsamında özellikle yeni ürün ve yüksek teknoloji ürünlerine karşı tüketici davranışları tartışılacak, ilgili makaleler incelenecektir.

<b>1. YARIYIL BAHAR</b>							
			<b>Haftalık Ders Saati</b>				
<b>Ders Kodu</b>	<b>Ders Adı</b>	<b>Z/S</b>	<b>Teori</b>	<b>Uyg.</b>	<b>Toplam</b>	<b>Toplam Kredi</b>	<b>ECTS Kredi</b>
GY501	Entrepreneurship Theory and SME's	S	3	0	3	3	6
GY503	Creativity and Innovation	S	3	0	3	3	6
GY527	Social Psychology of Entrepreneurship	S	3	0	3	3	6
GY547	Creative Marketing Strategies for Entrepreneurs	S	3	0	3	3	6
GY583	Brand Management and Innovation	S	3	0	3	3	6
<b>Toplam</b>			<b>15</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>

<b>2. YARIYIL GÜZ</b>							
			<b>Haftalık Ders Saati</b>				
<b>Ders Kodu</b>	<b>Ders Adı</b>	<b>Z/S</b>	<b>Teori</b>	<b>Uyg.</b>	<b>Toplam</b>	<b>Toplam Kredi</b>	<b>ECTS Kredi</b>
GY502	Information Theory and Knowledge Management	S	3	0	3	3	6
GY504	Technology and Innovation Management	S	3	0	3	3	6
GY544	Entrepreneurship and Turkish Management Culture with Cultural Dimensions	S	3	0	3	3	6
GY576	International Marketing and Global Born Companies	S	3	0	3	3	6
GY586	Innovate Products and consumer Behaviors	S	3	0	3	3	6
<b>GY560</b>	<b>PROJECT</b>	<b>Z</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>30</b>
<b>Toplam</b>			<b>15</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>60</b>

## **ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION MANAGEMENT MASTER'S DEGREE (WITHOUT THESIS) COURSE CONTENTS**

### **1.SEMESTER SPRING**

#### **GYG 501 Entrepreneurship Theory and SME's**

This course includes the theory of entrepreneurship and the evaluation of business functions for small and medium sized enterprises. Basic subjects; Entrepreneurship process, entrepreneurial features, the process of determining the opportunities and the business model. The lesson introduces the basic concepts used in entrepreneurship from the participant side, while the other side provides practical information on the basis of case studies related to the field. So that the learners are required to have knowledge about the developments experienced in entrepreneurship.

#### **GYG 503 Creativity and Innovation**

Definition of creativity and its importance; Concepts related to creativity; Creativity and innovation; Theoretical approaches in the field of creativity; Areas of creativity; Individual creativity; Organizational creativity; Social creativity; Stages in the creative thinking process; Creator dimensions; Creative individual, organizational and environmental characteristics; Creativity and management; The obstacles in front of creativity; Methods of developing creativity.

#### **GYG 527 Social Psychology of Entrepreneurship**

The course, which is based on the basic concepts of social psychology, deals with issues such as social perceptions, self-perceptions, attitudes and attitude changes, group processes, prejudice in the context of entrepreneurial perception and entrepreneurial behavior.

#### **GYG 547 Creative Marketing Strategies for Entrepreneurs**

The main aim of this course is; Marketing and marketing communication relations, explaining creativity in marketing, creative ideas and how creative firms can create permanent brands. Creative mind, creative thinking, techniques, standing on the rules, emphasizing the digital revolution, explaining new marketing communication techniques, revealing new dimensions of mass communication and discussing the points that marketing may have in the 21st century. This course shows how creative ideas can be developed and used in a strategic perspective for marketing to students.

#### **GYG 563 Brand Management and Innovation**

The aim of this course is to introduce students to concepts and practices of brand management within the framework of innovation management concept. Basic research areas, brand creation, brand development, management of local and global brands.

## **ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION MANAGEMENT MASTER'S DEGREE (WITHOUT THESIS) COURSE CONTENTS**

### **2. SEMESTER-FALL**

#### **GY 502 Information Theory and Knowledge Management**

This course is to define the purpose of information theory in the context of information science. The definition and level of information hierarchy (data-information-knowledge-reason) within the course, the spread of information theory (epistemology) at individual, organizational and community levels and the philosophers and their opinions that reveal the limit and reliability of knowledge and science will be examined in terms of historical developments. Since the definition of the concept of "knowledge management" is made, implicit knowledge, open knowledge, internal and external knowledge are considered in the institutional context; Institutions' information infrastructure and items are examined with system approach. In addition, information is provided which is an introduction to knowledge management methodology and techniques.

#### **GY 504 Technology and Innovation Management**

Technology and Technology / Environmental Technology and Uncertainty / Technological Change / Product Innovation / Holistic Technology and Division Technology / Technology / Technology and Technology / Technology Selection / Technology and Technology / Technology Selection / Technology and Technology / Technology Selection / Technology Selection / Technology Selection / - Building Relationship-I / Technology Building Relationship-II / Knowledge Based Organizations

#### **GY 544 Cultural Dimensions of Entrepreneurship and Turkish Management Culture**

Cultural influences on entrepreneurship. Cultural and organizational culture of Turkish culture, influence of Islam and sufism on TQM, influence of Ahi in TQM, management ethics in TQM, westernization and effects in TQM, cultural differences (individualization, masculinity, Femininity, trust, avoidance of risk, paternalism) The similarities and differences between Turkish Management Culture and Entrepreneurship

#### **GY 576 International Marketing and Global Born Companies**

The nature of global marketing environments, global market analysis, strategies for potential markets, pricing in global markets, challenges in global markets. An overview of the marketing strategies of global companies.

#### **GY 586 Innovative Products and Consumer Behaviors**

The Functioning of the Economy and the Place of the Consumer in the Market Economy; Place and importance of consumer behavior in marketing; Consumer Behavior General Model; Psychological Factors: Learning and memory; Motivation and Interest, Perception, Attitude, Personality, Self and Life Style; Socio-Cultural Factors: Group, Family, Spread of personal effects and innovations, Social class, Culture; Consumer Purchasing Process; Society and Consumer Behavior; Conservation of Consumer be Consumer Awareness; Laws and Institutions for the Protection of Consumer Rights; Environmental Protection and Consumer Awareness; Consumer Education. Consumer behavior against new products and high technology products will be discussed and related articles will be examined.