



## Karma yetişkin grupları ile çalışan iş uygulama firması öğretmenleri için araç setleri

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



*Avrupa Komisyonu'nun bu yayının üretimine verdiği destek, yazarların görüşlerini yansıtan içeriklerin onaylandığı anlamına gelmez ve burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanılmasından Komisyon sorumlu tutulamaz.*

## Yazarlar

Marius Ignatonis  
Rima Baciulyte  
Ilona Kojelytė-Čepurnienė  
Marijus Vaisėta  
Ramune Vadeikytė  
Ahmet Okan Yavuz  
Ercan KÜÇÜKARSLAN  
Céu Branco  
Carlo Smaldone Villani  
Francesca Pastorino Smaldone Villani  
Pierre Troton  
Jean-Marc Hetsch

## İçindekiler

Yazarlar	2
İçindekiler	3
I. Giriş	4
II. Girişimcilik ile İlgili Anketler	7
III. Girişimcilik Yetkinliklerini Geliştirmeye Yönelik Görevler	9
III.1. İş fikri: araştırma, fırsatların ve kendi olanaklarının değerlendirilmesi	9
III.2. Bir iş planının geliştirilmesi	17
III.3. İşletmenin kurulması	24
III.4. Bir işletmeyi çalıştırın: pazarlama yönetimi	31
III.5. Bir işletmeyi çalıştırın: satış ve satın alma yönetimi	41
III.6. Bir işletmeyi çalıştırın: insan kaynakları yönetimi	47
III.7. Bir işletmeyi çalıştırın: finans ve muhasebe yönetimi	54
III.8. İşletmenin sonuçlarının gözden geçirilmesi	63
Ekler	69
Anket No. 1. Girişimcilik becerileri	69
Anket No. 2. Girişimcilik Niyeti	75
Anket No. 3. Girişimcilik Değerlendirmesi	77
Anket No. 4. Girişimcilik Tutumu	80
Yararlı Kaynaklar	82
Sonuç	91

## I. Giriş

Bu kılavuz, aşağıdaki ortaklık konsorsiyumu tarafından uygulanan Erasmus+ projesinin bir sonucudur:



***Karma yetişkin grupları ile çalışan iş uygulama firmaları öğreticileri için araç setleri*** bir hedef gruba - İş uygulama firması (İUF) eğitimcileri, uygulama organizatörleri, VET veya HEI öğretmenleri (işletme, pazarlama, yönetim, ekonomi alanları, genel eğitim), iş uygulama firması metodunu ve kendi uygulama işletmelerinde modelleme ve öğretim görevlerini tanıtmayı amaçlamaktadır. Bu materyal, eğitimcilerin öğrenciler tarafından kazanılan girişimcilik becerilerini planlamalarına, organize etmelerine ve değerlendirmelerine yardımcı olacaktır. Oluşturulan materyal, görevleri (Ne yapmalı), yolları (nasıl yapılmalı) ve sonuçları (girişimcilik becerilerinin nasıl kazanılacağını) açıklamaktadır.

***Karma yetişkin grupları ile çalışan iş uygulama firmaları*** şunları sağlamaktadır;

- Stajyerin İş uygulama firmasındaki eğitiminden önce hangi aşamada olduğunu ve eğitimin sonunda nerede olacağını keşfetmek için kullanılacak anket örnekleri (kişisel gelişim).
- görev örnekleri seti (ENTRECOMP'un seçilen becerilerine göre) ve nasıl yapılacağına ilişkin açıklamalar. Tüm görevler, öğrenenlerin bu becerilere ulaşmayı amaçlamasına yönelik olacaktır. Görevler, ilk olarak, optimal bir öğrenme ortamı yaratmak, ikincisi, öğrenme fırsatlarından yararlanmak için doğrudan öğrenmeyi motive etmek; üçüncüsü girişimcilik becerilerinin önemi hakkında öğrenme bilincini artırmak ve öğrenciler arasında girişimcilik

becerilerini artırmak için optimal bir bilgi sistemi oluşturmak amacıyla formüle edilecektir. Öğrenciler, İş uygulama firmasını üç farklı perspektiften görmeye teşvik edilecektir:

- öğrenciler olarak, İş uygulama firmasını bir öğrenme yeri olarak gösterilmesi;
  - Teorik bilgilerini bir iş ortamında uygulayan bir işletmenin çalışanları ve geleceğin iş yaratıcıları olarak, ve
  - geleceğin iş yaratıcıları olarak, böyle bir iş simülasyonunun yaratılması ve sürdürülmesini incelemek.
- metinde faydalı kaynaklar sağlanmıştır.

***Karma yetişkin grupları ile çalışan iş uygulama firmaları öğreticileri için araç setleri***

ortakların web sitelerinde İngilizce, Fransızca, İtalyanca, Litvanca, Portekizce ve Türkçe dillerinde mevcuttur. 6 dilde online olarak sunulacağı için proje konsorsiyumunun dışındaki kuruluşlara kolayca aktarılacaktır; diğer Mesleki Eğitim okullarına diğer iş derslerine (görevler, bağlantılar vb.) kolayca uyarlanabilir; metodoloji, Ekonomi, Yönetim, Pazarlama, İş geliştirme, İnsan kaynakları yönetimi, Muhasebe gibi diğer alanlarda da yetişkinlerin beceri teşhisi için pratik bir araç olarak kullanılabilir ve daha da geliştirilebilir:

## Girişimcilik ile İlgili Anketler



## II. Girişimcilik ile İlgili Anketler

Girişimcilik becerileri, işletmelerin başarısı için çok önemlidir. İstisnai becerilere sahip insan kaynaklarına sahip firmalar, uzun vadeli bir odaklanmaya sahiptir ve becerilerini ortaya çıkan fırsatlardan yararlanmak için kullanma olasılıkları daha yüksektir. Girişimcilik, başarılı işletmeleri geliştirmek ve iyileştirmek için yeni yollar aramayı ve denemeyi içerir. Girişimcilik, yeniliğe odaklanmayı, yeni bir girişimin risklerini ve ödülleri değerlendirmeyi, fırsatları araştırmayı ve yeni bilgi aramayı içerir.

Çeşitli bilim adamlarına göre girişimcilik yeterliliği bilgi, motivasyon, yetenekler ve özelliklerden (kişisel nitelikler) oluşur. Girişimci yeterlilikler, kişisel nitelikler, bilgi ve beceriler veya kişisel özellikler ve beceriler veya kişisel yeterlilikler ve işlevsel yeterliliklerden oluşur. Girişimci yeterlilikler, kişisel özelliklerin altında saklandığı bilgi, beceri ve tutumları kapsar. Her sınıflandırma, kişisel niteliklerin girişimci yetkinliklerin bir parçası olduğunu belirtir. Kişisel girişimcilik yeterliliği, girişimcilerin tutum ve davranışlarının ana hatlarını çizmeye yardımcı olan bir dizi niteliktir. Başka bir deyişle, kişisel özellikler, insanları az ya da çok girişimciliğe yatkın kılan özelliklerdir.

Bu kılavuz, hangi girişimcilik yeterliklerine sahip olduklarını ve gelecekte ne elde etmek istediklerini belirlemelerine yardımcı olmak için işyeri uygulama firması (İUF) öğrencilerine eğitimleri tarafından uygulanabilecek dört anket örneği sunmaktadır. Kullanıcı en çok tercih ettiği anketi seçip yazdırabilir veya Google formlarına veya diğer çevrimiçi anket araçlarına aktarabilir. Tüm anketler eklerde bulunabilir (Sayfa 68).





### III. Girişimcilik Yetkinliklerini Geliştirmeye Yönelik Görevler

Bu bölüm, planlı yetkinlikleri geliştirmek için görev örnekleri sunar. Görevlerin konuları, iş uygulama firmasının tüm uygulama alanlarını kapsar ve gerçek şirket alanlarını/departmanlarını yansıtır. Bu, proje ortağı ülkelerdeki öğretmenler tarafından kullanılan bir dizi başarılı deneyimdir. Bu görevler kullanılarak geliştirilecek yetkinlikler, öğrencileri iş insanı olmaları için güçlendirmek için EnreComp ile ilgili olarak seçilir. Dersin süresi toplam 200 saattir. 8 konudan oluşur:

1. İş fikri: araştırma, fırsatların ve kendi olanaklarının değerlendirilmesi.
2. Bir iş planının geliştirilmesi.
3. İşletmenin kurulması.
4. Bir işletmenin çalıştırılması: pazarlama yönetimi.
5. Bir işletmenin çalıştırılması: satış ve satın alma yönetimi.
6. Bir işletmenin çalıştırılması: insan kaynakları yönetimi.
7. Bir işletmenin çalıştırılması: finans ve muhasebe yönetimi.
8. İşletmenin sonuçlarının gözden geçirilmesi.

#### III.1. İş fikri: araştırma, fırsatların ve kendi olanaklarının değerlendirilmesi

---

##### İş fikri: araştırma, fırsatların ve kendi olanaklarının değerlendirilmesi

---

Giriş ve gerekçe

**Göreve genel bakış:** Birçoğumuz düzenli olarak iş fırsatlarıyla karşı karşıyayız. Bununla birlikte, neyin kucaklanmaya değer olduğuna karar vermek zor olabilir. İster yeni bir iş kuruyor olun, ister mevcut işinizi yeni bir fırsatla genişletmeye çalışıyor olun, bunu nasıl uygun şekilde değerlendireceğinizi bilmek hayati önem taşır. İleriye dönük olarak, bir iş fırsatının değerlendirilmeye değer olup olmadığına karar verirken göz önünde bulundurmanız gereken bazı noktalar şunlardır.

**Temel amaç:** Pazar araştırması yapmak, bir iş fikri yaratmak ve geliştirmek için fırsatları değerlendirmek.

**İçerik:** Öğrenciler bir pazar araştırması yapacak; mevcut ağı değerlendirecek; piyasayı kontrol etme ve nakit akışını yönetme konusundaki kişisel yeteneği anlayacak; bir iş yaratmak için hangi yönetim becerilerinin gerekli olduğunu anlayacak.

İş organizasyonu ve süresi

Toplam 20 saat:

Ana içerik araştırması ve tanıklar / referanslar (6 saat) Eğitimci desteğiyle bağımsız öğrenci çalışması(11 saat) Değerlendirme(3 saat)

---

---

Ekipman ve kaynaklar	Bilgisayar veya dizüstü bilgisayar, yazıcı, internet bağlantısı, fare, ofis donanımı: masa, sandalyeler, kağıtlar, toplantı odası, çalışma odası veya çalışma açısı.
----------------------	--

---

---

Öğrenme yöntemleri	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Sunulan iş için olası kayıp risklerinin tümünü veya mümkün olduğunca çoğunu tanımlayın. Örneğin, projenin birinci aşamasının tamamlanması planlanandan bir ay daha uzun sürebilir ve bu da işletmeye mali cezalar ve ek işçilik maliyetleri ile sonuçlanabilir. (Bireysel araştırma)</li><li>2. Kaybın meydana gelme olasılığını tahmin edin. Olasılık yüzdeleriyle üç sütunu bir kağıda veya elektronik sayfaya etiketleyin. Bunları "%25" (düşük), "%50" (orta) ve "%75" (yüksek) olarak etiketleyin, ardından her potansiyel riski tahmini gerçekleşme olasılığına göre üç kategoriden birine yerleştirin. Örneğin, projenin bir ay içinde son teslim tarihini aşma olasılığı düşükse, bunu "%25" sütununa yerleştirin. (Eğitcinin mentorluğunda çalışma grubu)</li><li>3. İşletmenin zarara dayanıp dayanamayacağına ve riskin alınmaya değer olup olmadığına karar verin. Potansiyel kaybı, bir bütün olarak proje tarafından üretilen gelirden çıkarın. Örneğin, proje mali yıl sonunda işletmeye 50.000 Avro kazanç sağlarken, birinci aşama zamanında tamamlanmazsa mali yıl sonunda işletmeye 6.000 Avro zarar düşer. (Fikrin değerlendirilmesi)</li><li>4. Riski en aza indirmek veya ortadan kaldırmak için bir yol bulun. Örnekte, son teslim tarihine uyulmasını sağlamak için baştan daha fazla işçilik ekleyerek veya son teslim tarihini taşımak ve birinci aşamayı vermek için müzakere ederek, kaçırılan bir son teslim tarihinden kaynaklanan 6.000 €'luk ceza kaybı ve artan işçilik maliyetleri riskini en aza indirin veya ortadan kaldırın. tamamlanması için ek ay. (Karar verme süreci)</li></ol>
--------------------	---

---

---

Öğrenme amacı/hedefleri	<p>AMAÇ 1: Pazar büyüklüğünün ne olduğunu ve içine girmeye değer olup olmadığını anlamak.</p> <p>AMAÇ 2: Yeni bir iş yürütmeye değer bazı yararlı ilişkilerin olup olmadığını bilmek ve anlamak.</p> <p>AMAÇ 3: Piyasayı kontrol etme ve nakit akışını yönetme konusundaki kişisel yeteneği anlamak.</p> <p>AMAÇ 4: Bir iş yaratmak için hangi yönetim becerilerinin gerekli olduğunu anlamak.</p>
-------------------------	--

---

---

Sonuçlar ve kazanılan yetkinlikler.	Kaynaklar: Finansal okuryazarlık; Harekete geçme: <ul style="list-style-type: none"><li>• Deneyim yoluyla öğrenme;</li><li>• Başkalarıyla çalışmak;</li><li>• Planlama ve yönetim;</li></ul>
AMAÇ 1 için eğitimlere kılavuz Pazar Büyüklüğü	Bir iş fırsatını değerlendirirken en önemli faktörlerden biri pazar büyüklüğüdür. Biraz pazar araştırması yapın. Fırsat için bir pazar olup olmadığını ve bu pazarın ne kadar büyük olduğunu öğrenin. İlerlemeden önce, talebin orada olduğundan emin olmak istersiniz. Büyük bir pazara hitap etmenize gerek yok, ancak pazarı anlarsanız yardımcı olur. Ek olarak, pazarın ne kadar meşgul olduğunu ve satılanlar için ne kadar ödeme yapacaklarını bilmek yardımcı olabilir. Öğrencilerden küçük bir pazar araştırması yapmalarını ve bölgede yeni bir iş talebi olup olmadığını bulmalarını isteyin.  <a href="https://www.b2binternational.com/what-we-do/markets/market-sizing-research/">https://www.b2binternational.com/what-we-do/markets/market-sizing-research/</a>
AMAÇ 2 için eğitimlere kılavuz İlişkiler	İş fırsatı bazı ilişkilerle mi geliyor? Örneğin, fırsattan yararlanmanıza yardımcı olabilecek bir "giriş"iniz var mı? Teknik olarak düşünen birini tanıyorsanız, bu size fırsatın belirli yönlerinde yardımcı olabilir. Potansiyel yatırımcılar veya müşterilerle ilişkileriniz nelerdir? Daha fazla ilişkiniz olduğunda, fırsatın daha sorunsuz çalışması muhtemeldir.  <a href="https://www.superoffice.com/blog/business-relationships/">https://www.superoffice.com/blog/business-relationships/</a>
AMAÇ 3 için eğitimlere kılavuz Nakit Akışını Yönetebilme	Ardından, nakit akışını yönetme yeteneğine bakmanız gerekir. İşletme için başlangıç finansmanı var mı? Her ay işletmeyi finanse etmenin yolları ne olacak? Nakit akışının nasıl yönetileceğini anlayın ve iş planına bir göz atın. İşletmenin bir süre sonra kendini sürdürebileceğinden emin olmak istersiniz.  <a href="https://www.inc.com/encyclopedia/cashflow.html">https://www.inc.com/encyclopedia/cashflow.html</a>
AMAÇ 4 için eğitimlere kılavuz Yönetim Becerileri	İlgili kişilerin becerileri nelerdir? Kendi iş fırsatınızı değerlendiriyorsanız, masaya ne getirdiğiniz ve neyi telafi etmeniz gerektiği konusunda dürüst olmanız gerekir. Yatırım yapmak veya genişlemek için bir iş fırsatı ararken yönetime bakın. Hangi becerilere sahipler? Uygun ve çeşitlendirilmiş mi? Bu fırsatı başarılı kılmak için müdürlerin yetkinliğine güveniyor musunuz?  <a href="https://www.smallbusiness.wa.gov.au/business-advice/starting-your-business/business-skills">https://www.smallbusiness.wa.gov.au/business-advice/starting-your-business/business-skills</a>

---

Yetkinlik tanımının  
değerlendirilmesi

İş fikrinizi nasıl değerlendirirsiniz?

Öz-analiz

Fikrinizin ve girmeyi planladığınız pazarın fizibilitesini araştırmaya başlamadan önce, kendi yeteneklerinizi, arzularınızı ve hedeflerinizi değerlendirin. İş başarılı kılmak için ihtiyaç duyacağınız zaman ve enerjinin yanı sıra risk alma istekliliğinizi de göz önünde bulundurun. Yeni girişiminizin başarılı olması için gerekli altyapıya sahip olduğunuzdan emin olmak için finansal, personel ve pazarlama becerilerinizi de gözden geçirin.

Finansal Bileşenler

Mevcut işletmeyi veya franchise'ı satın almak için gereken yatırımı veya başlangıçta ihtiyaç duyacağınız başlangıç maliyetlerini öğrendikten sonra, kendi kaynaklarınızı değerlendirin. Mali değerlendirmenin bir kısmı, ilk yatırıma eklemek için kişisel tasarruflarınızda bulunan tutarı içerir. Bankalar, tipik olarak, girişimcilerin, borç verenle birlikte iyi niyet ve risk almaya istekli olduklarını göstermek için yatırımın bir kısmını bulmalarını ister. Başarılı olma şansınızı değerlendirirken satıcı, yatırımcılar ve borç verenler aracılığıyla sağlanan finansmanı değerlendirin.

Pazar araştırması

Neye bulaştığınızı tam olarak anlamak için, işinizin fizibilitesini belirlemek için kapsamlı bir pazar araştırması projesi gerçekleştirin. Trendlerin ve mevcut müşteri satın alma modellerinin toplu istatistiklerine ek olarak, müşterilerinizin kim olduğunu, nerede bulduklarını ve bölgenizde ne tür rekabet olduğunu bilmeniz gerekir. Ürün veya hizmetleri belirli bir pazara tam olarak nasıl satacağınızı tam olarak anlamanıza yardımcı olacak fırsat analizindeki ilk adımlarınızı pazar araştırmasını düşünün.

Risk değerlendirmesi

Bir iş fırsatının eksiksiz bir değerlendirmesi, bir risk değerlendirmesini içerir. Yeni işinizin doğasında var olan potansiyel risklerin dürüst bir değerlendirmesi, olası sorunlara hazırlanmanıza ve risklerin yatırıma değip değmeyeceğine karar vermenize yardımcı olabilir. Risk değerlendirme sürecinde dikkate almanız gereken ayrıntılar, ekonominin genel durumu, hava olayları ve rekabetinizin rekabet gücü gibi işinizi olumsuz etkileyebilecek faktörleri içerir. Dahili hususlar, kendi sağlığınızı, kullanabileceğiniz kredi düzeyini ve işi verimli bir şekilde yürütmek için işe almanız gereken çalışan sayısını ve türünü içermelidir.

Destek

Son olarak, ailenizden ve toplumdan almayı beklediğiniz desteğin miktarını değerlendirin. Büyük olasılıkla, yeni işinizi açmanın ilk aşamalarında aile ilişkilerinizi etkileyebilecek aşırı miktarda zaman harcayacaksınız. Fırsat değerlendirmesi, profesyonel ve kişisel değerlendirmeleri gerektirir. Dışarıdaki hobilerin ve taahhütlerin bir süre kısıtlanması gerekebilir. Topluluğunuzdaki tutumlar ve kültürel tercihler, işinizi büyütme ve sürdürme

---

yeteneğinizi etkileyebilir. Başarılı olmak için gerekli desteği aldığınızdan emin olmak için tüm bu cephelerdeki konumunuzu değerlendirin.

---

#### Değerlendirme araçları örnekleri

Değerlendirme için faydalı olan bazı önerilen noktalar

##### İndirgenmiş nakit akımı

İndirgenmiş nakit akışı, gayrimenkul geliştirme gibi yatırım projelerine daha uygun bir iş fırsatı değerlendirme yöntemidir. Yöntem, bir dizi gelecekteki nakit akışının bugünkü değerini hesaplamak için genellikle devlet tahvillerinin cari getirisine ayarlanan paranın zaman değerini kullanır. Spesifik olarak, indirgenmiş bugünkü değeri bulmak için, birinci yıldaki nakit akışını, paranın zaman değeri artı 1'e bölerek ilk yıldaki nakit akışını iskonto edin. ikinci dönemin nakit akışı, paranın zaman değeri artı 1'in karesi ile bulunur. Üçüncü periyottaki nakit akışını, paranın zaman değeri artı 1, küp vb. ile bölün. Her bir dönemdeki tüm iskonto edilmiş nakit akışlarının toplanması, iş projesinin iskonto edilmiş bugünkü değerini verir. Ardından, tüm potansiyel iş fırsatlarınızın tüm indirgenmiş nakit akışlarını karşılaştırın. En büyük indirgenmiş nakit akışa sahip fırsat, en karlı yatırımı temsil eder.

##### Örnek: Gayrimenkul Projesi

İnşası 100.000€'ya mal olan bir gayrimenkul yatırım projesini düşünün. ABD devlet tahvillerinin mevcut getirisi yüzde 3'tür. Yüzde 4'lük bir zaman değeri elde etmek için 1 eklersiniz. İlk dört yılda, geliştirmenin 20.000 €, 30.000 €, 30.000 € ve 40.000 € rant getireceğini tahmin ediyorsunuz. Yüzde 4'ü ondalık basamağa dönüştürmek ve 1 eklemek 1,04 verir. Eksi 100.000 €'yu 1,04'e bölmek, ilk yılda negatif 96,153,85 €'luk bir DCF verir. 20.000 €'yu 1,04<sup>2</sup>'ye bölmek, ikinci yılda 18,491,12 €'luk bir DCF verir. 30.000 €'yu 1,04<sup>3</sup>'e bölmek, üçüncü yılda 26.669,89 € DCF verir. 30.000 €'yu 1,04<sup>4</sup>'e bölmek, 25.644,13 €'luk bir DCF verir ve 40.000 €'yu 1,04<sup>5</sup>'e bölmek, 32.877,08 €'luk bir DCF verir. Her dönemde tüm DCF'lerin toplanması, ilk beş yıl için 7.528,37 €'luk indirimli bugünkü değer verir. Başka bir projenin indirgenmiş bugünkü değeriyle karşılaştırdıktan sonra, gayrimenkul yatırım projesinin en uygun iş seçeneğiniz olduğunu görürsünüz.

##### Girişimcilik Değerlendirmesi

Bir girişimciyseniz ve yatırım projeleri içermeyen yeni bir iş düşünüyorsanız, iş fırsatı değerlendirmeniz biraz daha karmaşıktır ve tamamen yeni şirketinizin doğasına bağlıdır. Göz önünde bulundurulması gereken ayrıntılar arasında rekabet, konum, başlangıç maliyetleri, işletmeyi yürütme maliyetleri, ürünleriniz için mevcut pazar ve finansman kaynakları yer alır. Küçük, aileye ait bir market, bölgeye yeni rakiplerin taşınması konusunda endişelenmeliyken, internet tabanlı bir şirket, pazarlama ve bir arama motoru varlığı oluşturma konusunda daha fazla endişelenmeli. Bir işe alım danışmanlığının başlangıç maliyetleri çok az olsa da, yalnızca yöneticinin iyi bir iş bağlantıları ağına sahip olması durumunda başarılı olacaktır. Alternatif olarak, başarılı bir otomobil şirketi, yüksek başlangıç maliyetlerine sahip olacak ve hammadde tedarik zincirinde iyi bir konuma sahip olacaktır.

---

Örnek: Yönetim Danışmanlığı

Örneğin bir yönetim danışmanlığı şirketini ele alalım. Yönetim danışmanlığı esas olarak ofise bağlı bir endüstri olduğundan, küçük bir firma malzeme ve makineler için yalnızca sınırlı miktarda finansal sermayeye ihtiyaç duyacaktır. Bununla birlikte, üst düzey yeteneklere sahip bir dizi çalışana ihtiyacınız olacak. Bu insanlar maaş şeklinde yüksek bir maliyet taşıyacaklar. En önemlisi, yönetim danışmanlığı uzmanlığınızı kullanabilecek büyük bir profesyonel işletme sahipleri ağına da sahip olmalısınız. Kâr etme potansiyeliniz, müşteri çekme yeteneğinize bağlıdır. Bu nedenle, bir yönetim danışmanlığı ajansı için ana engel, işi kurmaya başlamadan önce potansiyel müşterileri güvence altına almaktır.

Örnek: Oyuncak Ayı Fabrikası

Yönetim danışmanlığı ajansının aksine, bir oyuncak ayı fabrikasında sermaye yoğunudur, çünkü size zaman ve kaynakları verimli bir şekilde kullanmak için makinelere ihtiyaç duyarsınız. İş ağırları ve insan yeteneklerine karşı, başarının anahtarı, doğru makine türlerini rekabetçi bir fiyata bulmak ve kendinizi tedarik zinciri ağındaki ideal bir konuma yerleştirmektir. İkincisi size malzemeler için maliyet avantajı sağlar. Uygun maliyetli işçilik, üretim maliyetlerini daha da düşürür. İyi bir satış zekası, ürünlerinizi mağazalara sokmanıza yardımcı olur.

Yol gösterici sorular

- Fikriniz bir ihtiyacı karşılıyor mu?
- Ürün veya hizmet, yaşam hedeflerinizle uyumlu mu?
- Bu işe başlamak hayatınızı nasıl etkileyecek?
- Bu fikirleri uygulayabilecek kapasiteye sahip misiniz?
- İş çözümünüz ne kadar benzersiz?
- Potansiyel işinizde yeni bir faaliyet açmanın riskini kontrol ettiniz mi?
- Şu anda çok rakibiniz var mı yoksa ilk siz misiniz?
- Yerel bir pazara mı yoksa uluslararası bir pazara mı sahip olmayı düşünüyorsunuz?
- İşinizi bir mağaza veya ofis açarak mı yoksa tamamen çevrimiçi olarak mı teslim etmeyi düşünüyorsunuz?
- Güç ve para kaybetmeden iş yeri açmak için ihtiyacınız olan iş gücünü düşünüyor musunuz?
- Rakiplerinizin fikrinizi ne kadar hızlı kopyalayabileceğini düşündünüz mü?
- İşinize girmek için büyük bir sermayeye mi ihtiyacınız var?
- Tek başınıza bir iş kurmaya hazır mısınız yoksa sermayeyi ve riski paylaşmak için ortaklara mı ihtiyacınız var?

Geri bildirim  
toplama

1. Sorunun doğru tanımlanma ve tanımlanma derecesini belirleyin. Sorunun bir dizi farklı olası kök nedenin tanımlanmasını destekleyecek şekilde kavramsallaştırılıp kavramsallaştırılmadığını düşünün. Örneğin, "satışlarda düşüş" problem tanımı, rakiplerin sayısındaki artış, reklamları artırma ihtiyacı ve satış personeli için uygun eğitim eksikliği de dahil olmak üzere bir dizi temel nedenin tanımlanmasını destekler.
2. Kök sorununun doğru bir şekilde tanımlanıp tanımlanmadığını belirleyin. Çözümün, kök sorunun bir belirtisinden ziyade bir kök sorununun ele alınıp alınmadığını düşünün. Örneğin, temel sorun ürün kalitesiyse ve semptom satışlarda bir düşüşse, kök sorunun ele alınmasında ek satış araçlarının çözümü etkisiz olacaktır.
3. Karar sürecinde ilgili gerçeklerin dikkate alınıp alınmadığını belirlemek için proje verilerini gözden geçirin. Veri kaynaklarının güvenilirliğini ve toplanan verilerin eksiksizliğini göz önünde bulundurun.
4. Uygun çözümü belirlemek için kullanılan kaynakları değerlendirin. Kilit personelin, personel pozisyonundan ziyade uzmanlık temelinde seçilip seçilmediğini öğrenin. Uygun bir proje sponsorunun belirlenip belirlenmediğini, uygun paydaşların katılım katılmadığını ve dahili personelin uygun uzmanlığa sahip olmaması durumunda üçüncü taraf uzmanların kullanılıp kullanılmadığını belirleyin.
5. Uygulanabilirliğini değerlendirmek için üzerinde anlaşılacak çözümü gözden geçirin. Diğer olası alternatifler ışığında seçilen çözümün "sınıfının en iyisi" olduğunu belirleyin. Kaliteli bir çözüm geliştirmek için yeterli sayıda çözümün değerlendirilip değerlendirilmediğini düşünün.
6. Potansiyel çözümlerin uygun şekilde önceliklendirilip önceliklendirilmediğini değerlendirin. Örneğin, çözümün yalnızca uygulama zaman çerçevesine veya maliyetine göre seçilip seçilmediğini belirleyin.
7. Seçenekler dizisinin adil bir şekilde değerlendirilip değerlendirilmediğini keşfedin. Karar verme sürecinde uzmanlara danışılıp danışılmadığını ve alternatif çözümlerin avantaj veya dezavantajlarının tamamen ve adil bir şekilde değerlendirilip değerlendirilmediğini belirleyin.
8. Karar verme sürecinin uygun bir çözümün hızlı bir şekilde belirlenmesini destekleyip desteklemediğini belirleyin. Ara karar son tarihlerini değerlendirin ve süreçteki gecikmelerden kaynaklanan operasyonel maliyetleri göz önünde bulundurun.
9. Proje sorumluluklarını göz önünde bulundurun. Çözümün belirli unsurlarını yürütme sorumluluğunun uygun kişilere verilip verilmediğini öğrenin.
10. Çözüm için oluşturulan başarı ölçütlerini değerlendirin. Çözümün belirlenen bir zaman dilimi içinde ve plana göre başarıyla uygulanıp



uygulanmadığını ve istenmeyen yan etkiler olmadan sorunu çözüp çözmediğini keşfedin.

## Bir iş planının geliştirilmesi





### III.2. Bir iş planının geliştirilmesi

Bir iş planının geliştirilmesi	
Giriş ve gerekçe	<p><b>Göreve genel bakış:</b> İş planı, hedeflerinizi ve bu hedeflere ulaşmak için atmanız gereken adımları ve zamanlamayı belirlediğiniz bir belgedir. İş kurmanın en önemli hamlelerinden biri olan iş planı hazırlamak, kısıtlı kaynakları en verimli şekilde kullanarak en iyi sonuçların alınmasında hayati bir rol oynar.</p> <p><b>Temel amaç:</b> İş fikrini pazarlama bakış açısıyla detaylandırmak ve bir iş planı hazırlamak.</p> <p><b>İçerik:</b> Öğrenciler iyi ve faydalı bir iş planı hazırlamanın detaylarını inceleyecek ve kendi iş planlarını hazırlayacaklardır.</p>
İş organizasyonu ve süresi	<p>Toplam 25 saat: İhtiyaç analizi için bilgi toplama(6h) Verilerin iş fikrine uygun olarak düzenlenmesi (6h) İş planının dokümantasyonu (10h)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Değerlendirme süreci (3h)</li></ul>
Ekipman ve kaynaklar	Bilgi ve haberleşme teknolojisi ve web 2.0 araçlarından yararlanmak için gerekli donanım ve yazılımlar.
Öğrenme yöntemleri	Önerilen literatür ve internet kaynaklarının incelenmesi; Konuşma-tartışma-grup tartışması; Gösteri; Proje tabanlı öğrenme; Durum çalışmaları; Beyin fırtınası; Öz değerlendirme; Akran değerlendirme.
Öğrenme amacı/hedefleri	AMAÇ 1: İş fikrinin pazarlama perspektifiyle detaylandırılması AMAÇ 2: SWOT Analizi AMAÇ 3: Zaman, finans ve pazarlama stratejilerini planlamak AMAÇ 4: Etkili dokümantasyon
Sonuçlar ve kazanılan yetkinlikler. Entrecomp ile bağlantı - girişimcilik yetkinlikleri	Fikirler ve olasılıklar: <ul style="list-style-type: none"><li>Fikirlere Değer Vermek;</li><li>Vizyon;</li><li>Finansal ve ekonomik okuryazarlık;</li><li>İnisiyatif alma;</li><li>Planlama ve yönetim.</li></ul>
AMAÇ 1 için eğitmenlere kılavuz (Bir iş fikrinin detaylandırılması)	İş planı için uygulanabilir ve erişilebilir iş fikrini oluşturmanın hayati rolü hakkında bir sunum yapın. Asansör oyununun yardımıyla herkesin iş fikirlerini hızlı ve net bir şekilde açıklamasına izin verin. Öğrencilerden benzer fikirleri araştırmalarını ve fikirleriyle karşılaştırmalarını isteyin. İş fikrinin yapısı, fizibilitesi, yaratıcılığı vb. hakkında bir tartışma yürütün. Öğrencilerden, kendi alanlarında son derece başarılı olan iş fikirlerinin ilk etapta nasıl ortaya çıktığını araştırmalarını isteyin.

	Bilinen girişimcilerin/işadamlarının eski hikayelerini (ilk yıllarından itibaren) izlemelerini sağlayın.
AMAÇ 2 için eğitmenlere kılavuz (SWOT Analizi)	SWOT analizinin önemi hakkında bir sunum yapın. Sunumunuzu SWOT'un faydaları ve olmaması durumunda oluşabilecek olası zararlar ile detaylandırın. Her öge hakkında bir tartışma yürütün. Ana noktaları vurgulamak için onlara iyi yapılandırılmış bir örnek gösterin. Öğrencilerden gerçek hayattan örnekler kullanarak bir örnek analizi yapmalarını isteyin. Daha sonra aynı analizi kendi iş planlarında yapmalarını isteyin. SWOT analizinin iş geleceği açısından etkisini açıkla.
AMAÇ 3 için eğitmenlere kılavuz (Zamanınızı, finansal ve pazarlama stratejilerinizi planlamak)	Her türlü kaynağı verimli kullanmanın önemli noktaları hakkında bir sunum yapın. Planlama yaparken gerçekliğin önemini vurgulayın. Kısa, orta ve uzun vadeli hedefler hakkında bir tartışma yürütün. Öğrencileri gerçek pazarlama dünyasından rakamlar kullanmaya teşvik edin. Öğrencilerden yasal süreçleri ve evrak işlerini araştırmalarını isteyin. Planı detaylandırmak için odalara/girişimcilere/işadamlarına ziyaretler düzenleyin.
AMAÇ 4 için eğitmenlere kılavuz (Etkili dokümantasyon)	İş planının zorunlu kısımlarını ve bu kısımların nasıl doldurulacağını bir örnekten sunun. Yönetici özeti, şirket tanımı, pazarlama araştırması sonuçları, finansal stratejiler, dönem hedefleri planlamanın kilit noktalarını özellikle vurgulayın. Bir iş planını sunmanın ve tanıtmanın en etkili yolu hakkında bir tartışma yürütün.
Yetkinlik tanımının değerlendirilmesi	Piyasanın durumu, hedeflerin tam olarak belirlenmesi, zaman ve finans yönetimi,
Değerlendirme araçları örnekleri	Temel iş planı esasları kontrol listesi; <ul style="list-style-type: none"><li>• İş planının ana amacı açıklanıyor mu?</li><li>• Girişimcinin sunmayı hedeflediği ürün/hizmetler ve iyileştirme potansiyelleri belirtilmiş mi?</li><li>• İş planı özeti, tüm amacı kapsayan ve okuyucuyu iş planının iyi hazırlanmış olduğuna ikna eden kısa ve öz mü?</li><li>• Şirketin kısa ve uzun vadeli hedeflerinden, bu hedeflere ulaşmak için geliştirdiği stratejilerden ve rekabet analizinden bahsediliyor mu?</li><li>• Hedef müşteriler ve pazarlarla ilgili ürün/hizmetlerdeki gelişmeler (sosyal, ekonomik, politik ve teknolojik) ve trendler analiz edildi mi?</li><li>• Doğrusal ölçekleme ile öz değerlendirme araçları</li></ul>
Yol gösterici sorular	Bir iş planı hazırlamanın temel amacı nedir? Planınızın hangi bölümleri çok önemli? Gerçek ve faydalı verileri nasıl bulabilirsiniz? Planınız için öncelikleriniz nelerdir? B planın var mı? Planınız işletmenin ihtiyaçlarına uygun mu? Planınız çalışanların rolünü içeriyor mu? Planınız gerçek dünyada uygulanabilir mi? Hukuki süreçleri nasıl düzenliyorsunuz?

---

	Hedeflerinizin türüne zaman açısından nasıl karar veriyorsunuz? Planınızın en zayıf ve en güçlü noktaları nelerdir? Risk yönetimini nasıl karşılıyorsunuz? Mali kısımlar yeterince açık ve ayrıntılı mı? Planınız kısa mı, ancak gerekli tüm bilgileri kapsayabilir mi? İşletmenizi tanıtmak için hangi yolları düşünüyorsunuz? Planınız iş fikrinize uygun mu? Planınızı yenilikçi mi yoksa geleneksel mi buluyorsunuz?
Geri bildirim toplama	Bilgi ve haberleşme teknolojisi araçları çok dikkat çekicidir ve öğrenmenin kalıcılığını artırmaya yardımcı olur. Her adımda web 2.0 araçlarından yararlanabilirsiniz.

---

**KONU: Bir iş planının geliştirilmesi**

---

Adı	Format	Tanım	Bağlantı:	Dil
İş planınızı yazın	Makale	İş planınız işinizin temelidir. Bir iş planı şablonuyla nasıl hızlı ve verimli bir şekilde iş planı yazılacağını öğrenin.	<a href="https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/write-your-business-plan">https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/write-your-business-plan</a>	EN
Canlı plan	Web Aracı	Bu web aracı, girişimcilerin bir iş planı yazmasına, finansmanı güvence altına almasına ve hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olacak içgörüler almasına yardımcı olur. Araçtan nasıl yararlanılabileceğini deneyimlemek için deneme sürümüne sahiptir.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=i1b0UdeOTI">https://www.youtube.com/watch?v=i1b0UdeOTI</a>	EN

---

---

Bilmeniz gereken örnek iş planının 11 unsuru	Video	Küçük işletme sahipleri için Örnek Bir İş planının 11 Unsuru ile tanışın. Küçük bir işletme planının farklı unsurlarını bilmeden başarıya ulaşamazsınız. Bir iş planı, herhangi bir işte ve herhangi bir sektörde başarı elde etmenin anahtarıdır. Yani, başarılı bir iş planınız olmadan bir iş yürütüyorsanız, o zaman büyük bir başarısızlığa doğru gidiyorsunuz. Siz de zamanınızı boşa harcamış olursunuz. Örnek iş planları ve yapıları, doğru fikirlerle en iyi iş planı öğelerini ve bilgilerini belirlemenize yardımcı olur.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=i1b0UdeOTI">https://www.youtube.com/watch?v=i1b0UdeOTI</a>	ENG
--	-------	---	---	-----

---

Kendi işinizi kurmak için bir iş planı nasıl yazılır	Video	İş Planı Yazmak İçin 9 Adım - Şirketiniz veya hizmetiniz için bir İş Planı Yazmak İçin Gerekli Adımlar. Adım 1 - Vizyonunuzu tanımlayın Adım 2 - Hedeflerinizi belirleyin ve işletme için hedefler 3. Adım - Benzersiz Satış Teklifinizi Tanımlayın Adım 4 - Pazarınızı bilin Adım 5 - Müşterinizi tanıyın Adım 6 - İşletmeniz için talebi araştırın 7. Adım - Pazarlama hedeflerinizi belirleyin 8. Adım - Pazarlama stratejinizi tanımlayın Adım 9 - Harekete Geçin!  Kendi işinizi kurmak için iş planını yazarken tüm bu Adımlar çok önemlidir.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Fqch5OrUPvA">https://www.youtube.com/watch?v=Fqch5OrUPvA</a>	EN
--	-------	--	---	----

---

İş planı geliştirme rehberi	Klavuz	Bu İş Planı Hazırlama Klavuzunun amacı, Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumuna yapılacak başvurular için yapılacak İş Planı hazırlanırken dikkat edilecek hususlar belirtilerek İş Planının doğru ve eksiksiz olarak hazırlanmasını sağlamaktır.	<a href="https://www.tkd.k.gov.tr/Content/File/BasvuruFiles/BasvuruPaketiHazirlamaDokumanlari/IsPlaniHazirlamaRehberi/IsPlaniHazirlamaRehberi.pdf">https://www.tkd.k.gov.tr/Content/File/BasvuruFiles/BasvuruPaketiHazirlamaDokumanlari/IsPlaniHazirlamaRehberi/IsPlaniHazirlamaRehberi.pdf</a>	TR
Başarılı bir iş planı hazırlama rehberi. İş planı nedir?	Klavuz	Bir iş planı neden hayati öneme sahiptir? İçinde ne olmalı/olmamalı? adımlar nelerdir? Bu belge, görsel verilerle desteklenen tüm soruları yanıtlamaktadır.	<a href="https://www.tobb.gov.tr/TOBBGenelGirisimcilerKurulusu/SiteAssets/Sayfalar/EgitimSunu/Ba%C5%9Far%C4%B1%C4%B1%20bir%20i%C5%9F%20plan%C4%B1%20haz%C4%B1rlama%20klavuzu.pdf">https://www.tobb.gov.tr/TOBBGenelGirisimcilerKurulusu/SiteAssets/Sayfalar/EgitimSunu/Ba%C5%9Far%C4%B1%C4%B1%20bir%20i%C5%9F%20plan%C4%B1%20haz%C4%B1rlama%20klavuzu.pdf</a>	TR
KOSGEB İş Planı Örneği 2021	Klavuz + Simülasyon sayfası	KOSGEB iş planı örneği 2021 sayfasında girişimcilik projesinin nasıl hazırlanacağını videolu olarak gösterdik. Ancak projenizi oluşturabilmeniz için size boş bir PDF ile Word formatında indirme imkanı sağladık. Bu sayede iş planı aşamalarını kolayca oluşturabileceksiniz. Kendilerine en güvenilir KOSGEB iş planı projelerini hazırlayan firmaları da dahil ettik.	<a href="https://www.kosgebkrediler.com/kosgeb-is-plani-ornegi/">https://www.kosgebkrediler.com/kosgeb-is-plani-ornegi/</a>	TR

---

Dünyanın en saçma iş planıyla ortadan kaybolan oyun!	Video	Bazen dünyaya farklı pencerelerden bakmak gerekir. İyi bir iş planının nasıl görüldüğüne dair örnekleri gözden geçirmek faydalı olabilir. Ancak bazen kötü bir iş planının da neye benzediğini incelemeniz gerekir. Bu video size kötü bir planın bir şeyi nasıl değiştirdiği konusunda farklı bir bakış açısı sunuyor.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=MSyVTqsZkVA">https://www.youtube.com/watch?v=MSyVTqsZkVA</a>	TR
--	-------	---	---	----

---

## İşletmenin Kurulması



### III.3. İşletmenin kurulması

İşletmenin Kurulması	
Giriş ve gerekçe	<p><b>Göreve genel bakış:</b> Bir şirketin kurulmasıyla ilgili yasal-vergi alanının kavramlarını ve etkilerini anlamak.</p> <p><b>Temel amaç:</b> ana paydaşlarla (devlet, ortaklar, çalışanlar, tedarikçiler, distribütörler, tüketiciler, rakipler, vb.) ile gelecekteki çatışmalardan kaçınmak için bir iş ortamında kritik olan adli-hukuki yönler hakkında bilgi edinmek.</p> <p><b>İçerik:</b> Şirket türleri ve iş yapıları; Ortaklıklar ve sermaye gereksinimleri; Vergi ve muhasebe yükümlülükleri; Ekibin tanımlanması: sözleşme kuralları; Şirket tüzükleri; Devlet hizmetlerine elektronik bağlantı; Şirket Çoğaltması/Franchising.</p>
İş organizasyonu ve süresi	<p>Toplam 25 saat:</p> <p>Öğretmenler/eğitmenlerle doğrudan iletişim (10 saat)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Gerekirse öğretmenlerle/eğitmenlerle danışma oturumlarını içeren bireysel ve/veya grup çalışması (15 saat)</li></ul>
Ekipman ve kaynaklar	Bilgisayar, internet, kullanım kılavuzu vb.
Öğrenme yöntemleri	<ul style="list-style-type: none"><li>- Önerilen literatür ve internet kaynaklarının incelenmesi;</li><li>- Öğretmen/öğretmen ile literatüre ve internet kaynaklarına dayalı konuşmalar ve tartışmalar;</li><li>- Öğretmen/öğretmen ile konuşma ve tartışma sonuçlarına dayalı karar verme;</li><li>- Bireysel ve grup çalışması;</li><li>- Sunum sürecinin değerlendirilmesi.</li></ul>
Öğrenme amacı/hedefleri	<ol style="list-style-type: none"><li>1. İşletme sahipliği yapılarının türlerini ve gerekli faktörleri belirleyin</li><li>2. Belirli bir iş fikri için en iyi yasal yapıyı belirleyin</li><li>3. Farklı yasal yapılar için vergi gereksinimlerini anlayın</li><li>4. Personel işe almak için gerekli yasal belgeleri belirleyin</li><li>5. Bir işletmeyi çevrimiçi kaydettirmek için gereken adımları ve belgeleri belirleyin</li></ol>
Sonuçlar ve kazanılan yetkinlikler. Entrecomp ile bağlantı - girişimcilik yetkinlikleri	<p>Fikirler ve fırsatlar:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Vizyon</li><li>2. Fikirlere Değer Vermek</li><li>3. Etik ve Sürdürülebilir Düşünce</li></ol> <p>Kaynaklar:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Kaynakları Harekete Geçirmek</li><li>2. Finansal ve Ekonomik Okuryazarlık</li><li>3. Başkalarını Harekete Geçirmek</li></ol> <p>Eyleme Geçmek:</p>



	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Girişimi Almak</li><li>2. Planlama ve Yönetim</li><li>3. Belirsizlik, belirsizlik ve riskle başa çıkma</li></ol>
AMAÇ 1-2 için eğitimlere kılavuz	<p>Farklı işletme mülkiyet yapıları ve bir ticari yasal yapı seçerken gerekli olan faktörler hakkında bir sunum yapın. Öğrencilere tanımları, alıştırmaları ve önerilen kaynakçaları/referansları (literatür ve internet kaynakları) içeren bir kılavuz sağlayın.</p> <p>Öğrencilerden, kendileri için en iyi olduğunu düşündükleri işletme yapısını ve önemli olabilecek diğer faktörleri belirlemenin yanı sıra işletmenin gerektireceği oluşum düzenlemelerini belirlemelerini isteyin.</p> <p>Bu görevin sonunda öğrenciler, iş fikirleri için en iyi olduğuna inandıkları işletme sahipliği türünü ve kullanacakları organizasyon biçimini gerekçelendirebilmelidir.</p>
AMAÇ 3-4 için eğitimlere kılavuz	<p>Farklı yasal yapılar için vergi gereklilikleri ve personel işe almak için gerekli yasal belgeler hakkında bir sunum yapın. Ayrıca öğrencilere tanımları, gereksinimleri ve kısıtlamaları açıklayan ve önerilen kaynakça ve referansları (literatür ve internet kaynakları) içeren bir kılavuz sağlayın.</p> <p>Öğrencilerden, iş yapılarının vergi avantajlarını ve dezavantajlarını, dosyalamaları gereken vergi formlarının türlerini ve personel işe almaya karar vermeleri durumunda gerekli yasal belgelere ek olarak belirlemelerini isteyin.</p> <p>Bu görevin sonunda öğrenciler, iş yapıları, gerekli vergi formları ve personel işe almaları gerekiyorsa gerekli yasal belgeleri belirleyebilmeleri için vergi etkilerini anlayabilmelidir.</p>
AMAÇ 5 için eğitimlere kılavuz	<p>İşletme kaydı için resmi siteleri, gerekli yasal belgeleri ve kayıt maliyetini gösteren bir sunum yapın.</p> <p>Sonunda öğrenciler, işlerini çevrimiçi olarak kaydettirmek için gereken adımları ve belgeleri belirleyebilmelidir.</p>
Yetkinlik tanımının değerlendirilmesi	<p>Öğrencilerin iş yasal yapısı (mülkiyet ve sorumluluk) seçimini belirlemek için çapraz portföyün gözlemlenmesi ve değerlendirilmesi yoluyla sürekli değerlendirme; vergi etkileri ve resmi formlar, personel alımı için yasal belgeler (gerekirse) ve kayıt ücretinin maliyetini içeren çevrimiçi şirket kaydı için adım adım kılavuz</p>
Değerlendirme araçları örnekleri	<p>Gözlem tabloları ve çapraz portföy değerlendirme tabloları.</p>
Yol gösterici sorular	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Yasal şirket yapılarının farklı türleri nelerdir?</li><li>2. Bir iş kurmak için gereken asgari sermaye nedir? Yeni kurulan şirketle ilişkili banka hesabından sermaye taşımak için hangi kısıtlamaları aşmam gerekiyor (örneğin, ertesi gün alabilir miyim)? Sermaye ve Özsermaye arasındaki fark nedir? Hizmetlerim karşılığında maaş almanın alternatifleri nelerdir (ör. maaş vs temettü)?</li></ol>

- 
3. Firma/marka adını nasıl ve ne zaman tescil ettirebilirim? Firma (= şirket adı) ve marka arasındaki fark nedir? Şirket/marka adını tescil ettirmenin maliyeti nedir? Oluşturduktan sonra şirketin adını değiştirebilir miyim? Bir şirket ne tür bilgileri ifşa etmelidir? Bir şirketin ne tür vergi yükümlülükleri vardır?
  4. Çalışanları işe almak için ne tür sözleşmeler var? Kurallar ve ana kısıtlamalar nelerdir? Örnekleri nerede bulabilirim? Bir girişimci olarak hangi eğitim yükümlülüklerine tabiyim? Şirket, bir çalışanın iş sözleşmesini hangi koşullarda feshedebilir? Çalışanları işe almanın herhangi bir faydası var mı?
  5. Şirketin tüzüğü nedir, ne tür bilgilere sahiptir ve ne işe yarar? Şirketimin iç tüzük örneklerini nerede görebilirim?
  6. Şirketlerle ilgili devlet hizmetleri nelerdir ve bunları internette nasıl kullanabilirim? Devletin şirketlerle resmi iletişim araçları nelerdir (örneğin taahhütlü mektup, e-posta, ...)? En yaygın olanı hangisidir?
  7. Şirketimi yasal olarak nereye kaydettirebilirim? Online kayıt yapabilir miyim? Şirketler için hangi çevrimiçi hizmetler mevcut? Şirketin yasal statüsünü tanımlayan yasal bir belge var mı?

---

Geri bildirim toplama Ticari yasal yapı türlerini gözden geçirin ve kendi işini kuran eski öğrencilerden örnekler verin. Öğrencilere pratik bilgiler sağlamak için yerel inkübatörlerle birlikte çalışın.

---

---

**KONU: İşletmenin kurulması**

---

Adı	Format	Tanım	Bağlantı:	Dil
Şirket türleri ve iş yapısı	Çevrimiçi platform	Bu çevrimiçi platform, Avrupa Birliği Erasmus+ Programı tarafından ortaklaşa finanse edilen Ifempower projesi tarafından oluşturulmuştur ve kadınları girişimcilik ve girişimcilik yeteneğinde yenilikçiliği teşvik etmeyi, pratik ve yenilikçi bir yaklaşımla çalışmayı ve girişimcilik yeteneğinin geliştirilmesine farklı işletme senaryolarında meydana gelen gerçek durumlarla modellenmiş proje simülatörü ile yardımcı olmayı amaçlamaktadır.	<a href="https://toolkit.ifempower.eu/">https://toolkit.ifempower.eu/</a>	EN
Ortaklıklar ve sermaye gereksinimleri	Makale	Kar amacı gütmeyen işletmeler genellikle tüzel kişiliği olmayan, anonim şirketler ve limited şirketler dahil olmak üzere üç ana yasal biçimdedir. Kar amacı gütmeyen kuruluşlar, franchise'lar, devlete ait şirketler, kooperatifler, limited şirket ("L3C") vb. gibi başka iş biçimleri de vardır.	<a href="https://managementhelp.org/organizations/structures.htm#anchor1631135">https://managementhelp.org/organizations/structures.htm#anchor1631135</a>	EN
Vergi ve muhasebe yükümlülükleri	Makale	Bireyler ve işletme sahipleri genellikle vergiye tabi bir işlemi tamamlamak için birden fazla yola sahiptir. Vergi planlaması, vergi borcunuzu azaltmak veya ortadan kaldırmak için ticari ve kişisel işlemleri nasıl yapacağınızı belirlemek için çeşitli vergi seçeneklerini değerlendirir.	<a href="https://www.wolterskluwer.com/en/expert-insights/tax-avoidance-is-legal-tax-evasion-is-criminal">https://www.wolterskluwer.com/en/expert-insights/tax-avoidance-is-legal-tax-evasion-is-criminal</a>	EN

---

Ekibin tanımlanması: sözleşme kuralları	İnternet sayfası	İşletmeniz için en zeki ve en çok yönlü çalışanları nasıl belirleyeceğinizi biliyor musunuz? Çalışanları planlamak, işe almak, mülakat yapmak, seçmek ve işe almak için en iyi uygulamaları öğrenmek için bu işe alma ve personel kaynaklarını kullanın.	<a href="#">Recruiting, Hiring and Termination Best Practices (thebalancecareers.com)</a>	EN
Şirket tüzükleri	Makale İnternet sayfası	Şirketimin Tüzüğünü Kim Tasarlayabilir? Bir Avrupa Şirketi Tüzüğüne ilişkin düzenleme, Latince adıyla Societas Europaea - dolayısıyla kısaltmaları SE olarak bilinen, AB sınırları içinde kurulacak halka açık sınırlı sorumlu şirketler için bir Avrupa yasal biçimi getirmektedir. Farklı AB ülkelerinden şirketlerin AB çapında ve Avrupa Ekonomik Alanı'na (AEA) ait ülkelerde işlerini yeniden düzenlemeyi planlayabildiği ve yürütebildiği tek bir yasal çerçeve oluşturur.	<a href="https://nikolse.com/en/Makale/who-can-draft-statutes-my-company">https://nikolse.com/en/Makale/who-can-draft-statutes-my-company</a> <a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TX/T/?uri=LEGISSUM%3A126016">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TX/T/?uri=LEGISSUM%3A126016</a> <a href="https://eportugal.gov.pt/en/inicio/espaco-empresa/escolher-a-forma-legal-da-sua-empresa">https://eportugal.gov.pt/en/inicio/espaco-empresa/escolher-a-forma-legal-da-sua-empresa</a>	EN
Devlet hizmetlerine elektronik bağlantı		Devlet hizmetleriyle bağlantı kurmak için her ülkenin kendine özgü bir alanı vardır. Bu nedenle, her ülkeden site, her bir kaynağı ve ülke tarafından sağlanan hizmetleri gösterecek şekilde sağlanmalıdır.	Portugal: <a href="https://eportugal.gov.pt/en/inicio/espaco-empresa">https://eportugal.gov.pt/en/inicio/espaco-empresa</a> Turkey:	

---

			<a href="https://en.kosgeb.gov.tr/">https://en.kosgeb.gov.tr/</a>
			<a href="https://www.tade.gov.tr/">https://www.tade.gov.tr/</a>
			<a href="https://www.udemy.com/share/105s4u3@SRwLETi5olaXLifA0ilO17-b6cq8f85ytFTkSKWXiZg81srGRG2pTVzBhQagKQ0b/">https://www.udemy.com/share/105s4u3@SRwLETi5olaXLifA0ilO17-b6cq8f85ytFTkSKWXiZg81srGRG2pTVzBhQagKQ0b/</a>
Şirket	Kurs	Franchising, bir franchise veren ile bir perakende franchise sahibi arasındaki sözleşmeye dayalı bir düzenlemeyi içerir. Franchisor üretici, toptancı veya hizmet sponsoru olabilir. Bir franchise veya sözleşmeye dayalı anlaşma, franchise alanın yerleşik bir ad altında ve belirli bir iş modeline göre iş yapmasına izin verir. Bir franchise almak için, bir franchise alanın, franchise verene bir başlangıç ücreti ödemesi gerekir. Bundan sonra, franchise alan, franchise verenin belirli bir alan ve yerde mal ve hizmetlerini satma hakları karşılığında brüt satışların aylık bir yüzdesini öder.	EN
Çoğaltması/ Franchising			

---

## Bir işletmeyi çalıştırın: pazarlama yönetimi



### III.4. Bir işletmeyi çalıştırın: pazarlama yönetimi

#### Bir işletmeyi çalıştırın: pazarlama yönetimi.

Giriş ve gerekçe	<p><b>Göreve genel bakış:</b> Pazarlama yönetimi, bir organizasyonun bir bölümü olarak, bir şirketin tüm pazarlama işlevlerini yerine getirir. Pazarlama planı, doğru segmenti veya niş pazarı başarıyla işgal etmek için atmanız gereken adımları özetleyen bir dizi iş adımıdır. Hizmeti veya ürünü konumlandırma yollarını, reklam fırsatlarını, uygulamaya dayalı fikirleri, fiyatlandırmayı ve diğer önemli, önceden kararlaştırılmış noktaları tanımlayan pazarlama planıdır.</p> <p><b>Temel amaç:</b> Pazarlama yetkinliklerini pekiştirmek ve geliştirmek, pazarlama araştırması yapma yeteneğini geliştirmek, bir ürün yelpazesi oluşturmak, fiyatları belirlemek ve mal satışını organize etmek.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>İçerik:</b> Pazarlama Yönetimi Departmanı, pazarlama araştırması (arama, toplama, bilgilerin işlenmesi ve pazarlama yönetimi sorunlarının çözümü için gerekli olan çevre ve şirket analizi) yürütür. Pazarlama yönetimi, bu çalışmalardan elde edilen aşağıdaki bilgileri gerektirir:<ul style="list-style-type: none"><li>• Pazar durumunu değerlendirmek ve beklenen değişiklikleri tahmin etmek,</li><li>• Pazarlama eylemleriyle ulaşılabilecek hedefleri tanımlamak,</li><li>• Pazarlama stratejileri geliştirmek,</li><li>• Pazarlama araçlarını geliştirmek,</li><li>• Pazarlama eylemlerini kontrol etmek.</li></ul></li></ul>
İş organizasyonu ve süresi	<p>Toplam 25 saat:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• İletişim saatleri (10 saat)</li><li>• Bağımsız öğrenciler eğitmen danışmanlığında çalışır (12 saat)</li><li>• Değerlendirme (3 saat)</li></ul>
Ekipman ve kaynaklar	<p>Pazarlama programları. Standart/belge şablonları. İUF pazarlama departmanı iş tanımının metodik literatürü.</p>
Öğrenme yöntemleri	<p>Önerilen literatür ve internet kaynaklarının incelenmesi, belge örnekleri; Konuşma-tartışma; Bir görevin bireysel veya grup performansı; Fikir aracının değerlendirilmesi; Karar verme.</p>
Öğrenme amacı/hedefleri	<p>AMAÇ 1 Farklı modeller ve araçlar kullanılarak farklı pazarların nasıl araştırıldığını keşfedin. AMAÇ 2 Ulusal ve uluslararası ürün pazarlama yaklaşımlarını keşfetmek. Yeni bir ürün için bir pazarlama kampanyası planı geliştirin</p>
Sonuçlar ve kazanılan yetkinlikler.	<p>Fikirler ve olasılıklar:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• etik ve sürdürülebilir düşünce,</li><li>• yaratıcılık,</li><li>• vizyon;</li></ul> <p>Kaynaklar:</p>



- motivasyon ve azim;
- öz farkındalık ve öz yeterlilik,
- kaynakları harekete geçirmek;

Eylem:

- planlama ve yönetim;
- başkalarıyla çalışmak;
- deneyim yoluyla öğrenme,
- inisiyatif almak.

---

AMAÇ 1 için eğitmenlere kılavuz (Farklı modeller ve araçlar kullanılarak farklı pazarların nasıl araştırıldığını keşfedin)	<p>Pazarlamanın rolü</p> <p>Pazar araştırması yöntemleri</p> <p>Pazarlamada kullanılan iş modelleri</p> <p>Bir sunum yapın: Ünitenin öğrenme amaçlarını, nasıl değerlendirileceğini ve içeriği sunmak için kullanılan metodolojiyi ana hatlarıyla belirtin. Sunum, özellikle bireysel/bağımsız araştırma faaliyetlerine ilişkin olarak öğrencilerden beklenen beklentileri de içermelidir.</p> <p>Bir tartışmaya öncülük edin: Yakın gelecekte değişmesi muhtemel olsa bile, ürün ve hizmetleri pazarlamak için kullanılan farklı yöntemleri ele alın. Öğrencilerin mobil pazarlamaya yönelik eğilimleri ve sosyal medyanın pazarlama üzerindeki etkisini belirlemelerine yardımcı olun.</p> <p>Bir sunum yapın: Pazar araştırması, tüketici davranışı ve pazarlama ve promosyon karmasına bağlantılar da dahil olmak üzere "Pazarlama nedir?" konusuna genel bakış.</p> <p>Öğrenciler, yaygın olarak tanınan bazı işletmeleri belirler ve bu işletmelerin ürünlerini nasıl pazarladığını araştırmak için internet araştırması yapar.</p> <p>Ziyaret: öğrenciler, işletmelerin ve ürünlerin pazarlandığı farklı yollar hakkında temel bir anlayış kazanmak için yerel bir perakende parkını veya alışveriş merkezini ziyaret eder. Öğrenciler, uluslararası varlığa sahip ürün ve işletmeleri aramaya odaklanmalıdır.</p> <p>Bir tartışmaya öncülük edin: Kitlesele ve niş pazarlar arasındaki farkı tartışın ve pazar bölümlendirme kavramını tanıttın. Pazarların nasıl bölümlere ayrılabilirliğini tartışın.</p> <p>Bir sunum yapın: Marka kişiliği ve marka imajı nedir ve nasıl oluşturulur? Öğrencilere markalı bakkal veya içecek ürünleri gibi çeşitli örnekler verin.</p> <p>Bireysel bir araştırma etkinliği yapın: Öğrenciler, farklı küresel pazarlardan bir dizi tanınmış küresel markayı araştırırlar. Her marka için marka imajını, hedeflenen müşteri segmentini ve marka tarafından tatmin edilen müşterinin ihtiyaç ve isteklerini belirlemelidirler. Alternatif olarak, bu, bireylerin iki markayı araştırdığı ve daha sonra grubun araştırmalarını paylaştığı bir grup veya eşli aktiviteye dönüştürülebilir, böylece ileride kullanmak üzere geniş bir veri yelpazesine sahip olurlar.</p> <p>Bir sunum yapın: Pazar Araştırma Yöntemleri. Bir araştırma planının özellikleri hakkında. Zaman çizelgelerini, konunun tanımlanmasını, kanıtların seçilmesini ve kaydedilmesini ve araştırma kanıtlarına dayalı sonuçlar çıkarılmasını içerir. Demografi, coğrafya, psikografik ve davranışsal faktörler tarafından farklılaştırılan pazar bölümlendirmesinin araştırma özelliklerini ele alın.</p> <p>Paylaşımli aktivite: Öğrenciler, seçtikleri yeni bir ürün/hizmet için kısa bir pazar araştırması planı oluştururlar. Öğrenciler, verilerinin geçerliliğini ve nasıl</p>
---	---

---



geliştirilebileceğini düşünürler. Güvenilirlik, geçerlilik ve yeterlilik açısından test etmelidirler.

Bir sunum yapın: Bir pazarlama kampanyasını etkileyen iç ve dış faktörleri tanıttın. Aşağıdakiler gibi dahili faktörleri göz önünde bulundurun:

- pazarlama bütçesinin büyüklüğü ve finansmanın mevcudiyeti
- iş organizasyonunun büyüklüğü, kültürü, etiği ve değerleri
- farklı pazarlama tekniklerinin göreceli maliyeti
- uzman personelin mevcudiyeti.

Ardından STEEPLE analizini (Sosyal, Teknolojik, Ekonomik, Çevresel, Politik, Hukuki ve Etik) kullanarak dış faktörleri göz önünde bulundurun.

Pazarlama karmasının bir pazarlama kampanyasında uygulanması (4P: ürün, fiyat, yer, promosyon)

Genişletilmiş pazarlama karması (7P: insanlar, süreç ve fiziksel çevre)

Bir tartışmaya öncülük edin: Pazarlama karmasına nelerin dahil olduğunu tartışın (4P: ürün, fiyat, yer, promosyon). Genişletilmiş pazarlama karmasını oluşturan ek unsurları tartışın (7P: insanlar, süreç ve fiziksel çevre). Pazarlama planlarını oluşturan bir işletmede pazarlama karmasının kullanımını açıklayın.

Küçük grup etkinliği: Öğrenciler bir dizi ürünü inceler ve her birine genişletilmiş pazarlama karmasının 7 ögesini uygular. Daha sonra kendilerine yeni bir iş seçerler ve bu iş için genişletilmiş bir pazarlama karması hazırlarlar ve seçimleri için ayrıntılı gerekçeler sunarlar.

Ziyaret: Genişletilmiş pazarlama karmasının pratik bir ortamda uygulamasını görmek için yerel bir alışveriş merkezini ziyaret edin.

Bir sunum yapın: Rakip analizinin rolünü ve özelliklerini ve işletmeler üzerindeki etkilerini açıklayın. Rakip analizinin rolü ve özellikleri ve sonuçları.

Porter'ın Beş Kuvvet Analizi modeli.

Küçük grup etkinliği: Öğrencilere çeşitli işletmeler için birkaç mini vaka çalışması verin. Öğrencilerden Porter'ın Beş Kuvvetini uygulayarak mantıklı pazarlama kararları almaları beklenmelidir.

Bir sunum yapın: İşletmelerin faaliyet gösterdiği dış çevre kavramını açıklayın. Politik, ekonomik, sosyal, teknolojik, çevresel ve yasal çevreyi göz önünde bulundurun.

Küçük grup etkinliği/grup tartışması: Öğrenciler, bir işletmenin dış çevresine nasıl yanıt vermesi gerektiğini düşünür. Öğrenciler olası bazı dış etkileri listelemek için iki tablo oluştururlar – biri büyük bir işletme için diğeri küçük bir işletme için. Bunlar aşağıdaki başlıkları içermelidir:

- siyasi
- ekonomik, mali, parasal ve diğer politikalar
- sosyal
- teknolojik
- çevresel
- yasal.

Bir sunum yapın: Promosyon karışımının bileşenlerini (reklam, halkla ilişkiler, tanıtım satış promosyonu, doğrudan pazarlama ve kişisel satış) ve bunların bir pazarlama kampanyasındaki uygulamalarını tanıttın.

Bir tartışmaya öncülük edin: Ürün konumlandırma örneklerini tartışın: amacını ve belirli hedef grupları hedefleyen bir pazarlama kampanyasının geliştirilmesine katkısını tartışın.

Küçük grup etkinliği: Öğrenciler bir işletme seçer, ürün konumlandırmasını araştırır ve bulgularını grupla paylaşır.

Bireysel aktivite: Yerel işletmelerden tanıtım materyalleri hakkında broşürler toplayarak, ortak özelliklerini belirleyerek ve satış cirosu, müşteri sadakati vb. üzerindeki etkilerini değerlendirerek bazı yerel araştırmalar yapın.

Bir sunum yapın: Dış iş ortamını küresel bir bağlamda açıklayın. Bir işletmenin uluslararası iş yaptığı ortamı anlayabilmesinin neden önemli olduğu hakkında konuşun ve PEST ve PESTLE faktörlerini ele alın.

Eşli aktivite: Öğrenciler, ulusal bir işletmenin çevresel analizini uluslararası bir işletmeyle karşılaştırırken ortaya çıkabilecek farklı faktörlerin bazılarını tanımlar.

Bir tartışmaya öncülük edin: PEST/PESTLE/STEEPLE analizi üzerine.

Eşli aktivite: Çevre analizi yapacakları uluslararası bir işletmeyi seçmelerinde öğrencilere rehberlik edin. Çevre analizine (PEST/PESTLE/STEEPLE) farklı yaklaşımlar üstlenmesi gereken farklı çiftlere görevler tahsis edin.

Öğrencilerin sunumları: Öğrenciler çevresel analizlerinin sonuçlarını sınıfa sunarlar.

Bir sunum yapın: SWOT analizi.

Eşli aktivite: Öğrencilerden aşına oldukları bir işletme seçmelerini ve işletme üzerinde bir SWOT analizi yapmalarını isteyin. Bir iş analizi bankası oluşturmak için bulgularını tüm gruba sunmalıdırlar.

Beden eğitimi öğretmeni sunumları ve sınıf tartışması: durum analizini desteklemek için araştırma veri teknikleri hakkında (SWOT STEEPLE ve Porter'ın Beş Kuvvet Analizinin nasıl uygulanacağı).

Bireysel aktivite: Öğrencilere bir hedef pazar belirlemek, bir rakip analizi yapmak ve Porter'ın Beş Kuvvet Analizini her birine uygulamak için birkaç mini vaka çalışması verin, böylece farklı bağlamlarda Porter'ın Beş Kuvvetinin uygulamasını görmelerini sağlayın.

Bir sunum yapın: Farklı pazarlama hedeflerine uygun farklı fiyatlandırma stratejilerinin kullanımını açıklayın. Öğrencilere farklı fiyat noktalarına sahip farklı ürünlere örnekler verin ve neden belirli bir fiyat noktasının seçildiğini düşünmelerini isteyin.

Sınıf tartışması: Cevapların gerekçelendirilmesi gereken bir dizi ürün veya hizmet için uygun bir fiyatlandırma stratejisinin nasıl seçileceğini tartışın.

Bir tartışma yürütün: Öğrencilere birkaç başarılı kampanyadan bazı önemli içerik örnekleri verin. Her kampanyanın neyi başarmayı hedeflediğini tartışın (ör. marka bilinirliği, olası satış yaratma veya dönüşüm, sadakat veya satış). Öğrencilerden mesajın açık mı yoksa karmaşık mı olduğunu ve kampanyanın yaratıcı ve/veya akılda kalıcı olup olmadığını düşünmelerini isteyin.

Bir tartışmaya öncülük edin: Genişletilmiş pazarlama karmasını özetleyin.

Eşli aktivite: Öğrenciler, entegre bir pazarlama karmasını etkileyen temel faktörleri araştırır, genişletilmiş pazarlama karmasını araştırır ve kavramları iki zıt ürün ve bir hizmete uygular.

Bir tartışma yürütün: Ticari kuruluşların pazarlama kampanyaları için en uygun medyayı nasıl seçtikleri hakkında.

---

	<p>Öğrenciler, örneğin televizyon, radyo, basılı medya, internet, tabela, ürün yerleştirme, mobil cihazlar, sponsorluk ve makbuzlar gibi diğer fırsatlar gibi çok çeşitli medyaları araştırır.</p> <p>Sunum: Öğrenciler araştırma bulgularını tüm gruba sunarlar ve araştırdıkları şeyle ilgili soruları yanıtlarlar.</p> <p>Bir sunum yapın: Yaratıcı maliyetler, baskı/pozlama maliyetleri ve web sitesi kodlama ve yönetim süresi gibi teknik maliyetler gibi dikkate alınması gereken maliyetleri tanıtır.</p> <p>Eşli aktivite: Öğrenciler, interneti ve diğer bilgi kaynaklarını kullanarak bir pazarlama kampanyasının bireysel maliyetlerini araştırırlar.</p> <p>Bir sunum yapın: Bir pazarlama kampanyasının başarısının veya başarısızlığının nasıl ölçüleceği ve pazarlama yatırım getirisinin nasıl değerlendirileceği.</p> <p>Sınıf tartışması: Telefon numaraları ve sosyal medya gibi kampanya değerlendirme verilerinin nasıl elde edileceğini tartışın.</p> <p>Bir pazarlama kampanyasının uygunluğunun nasıl değerlendirileceği konusunda bir sınıf tartışması yönetin.</p> <p>Paylaşımli etkinlik: Uygun olup olmadığını değerlendirmek için öğrencilere bir pazarlama kampanyasının örnek olayını verin.</p>
AMAÇ 2 için eğitimlere kılavuz	<p>Bir pazarın özelliklerini araştırın</p> <p>Pazarlama kampanyalarını araştırın</p> <p>Promosyon karışımının uygulamasını araştırın</p> <p>Pazarlama amaçları ve hedefleri</p> <p>Gerekçe geliştirmek</p> <p>Pazarlama karmasının uygulanması</p> <p>pazarlama kampanyaları</p> <p>Bir tartışma yürütün: Hedef pazar kavramını ve bölümlerini tanımlayın. Bazı tanınmış ticari kuruluşlar için hedef pazarlara örnekler verin.</p> <p>Yeni bir ürün için bir pazarlama kampanyası planı geliştirin.)</p> <p>Grup tartışması: Farklı hedef pazarlar için hangi pazarlama yöntemlerinin en iyi olduğunu ve nedenini düşünün.</p> <p>Bir sunum yapın: Pazarlama kampanyalarını araştırın.</p> <p>Bir tartışmaya öncülük edin: Pazarlama karmasını ve genişletilmiş pazarlama karmasını özetleyin.</p> <p>Küçük grup etkinliği: Öğrencilere tanınmış bir işletme için bir pazarlama kampanyasının örnek olayını verin. Bu kampanyanın etkinliğini değerlendirmelerini isteyin. Hedeflere, nicel ve nitel ölçümlere ve internet ölçümlerine göre haritalanmış kampanyanın sonuçlarını dikkate almalıdırlar.</p> <p>Bir sunum yapın: Promosyon karışımına genel bir bakış sağlayın.</p> <p>Bir tartışma yürütün: İnternetin ürün ve hizmetlerin tanıtımındaki rolünün zaman içinde nasıl geliştiğini tartışın.</p> <p>Bir sunum yapın: Bir işletmenin ürünlerini veya hizmetlerini reklam, halkla ilişkiler veya tanıtım, satış promosyonu, doğrudan pazarlama, kişisel satış ile ilgili olarak hedef pazarına tanıttığı farklı araştırma yöntem ve tekniklerinin kullanımını açıklayın.</p> <p>Sınıf tartışması: Gerekçelerle birlikte uygun bir araştırma yönteminin nasıl seçileceğini tartışın.</p> <p>Bir sunum yapın: Ücretli reklamlar, satış promosyon teklifleri, halkla ilişkiler etkinliği, kişisel satış, sponsorluk, ünlü destekleri, TV ve sinemada ürün yerleştirme, yeni medya kullanımı, dijital pazarlama ve gerilla pazarlama</p>

---

	Bireysel aktivite: Öğrenciler, her bir promosyon faaliyeti türünün örneklerini araştırır ve her bir türün avantaj ve dezavantajlarını gösteren bir tablo derler.
Yetkinlik tanımının değerlendirilmesi	İUF öğretmenin gözlemi (başlangıç, devam, son). Açıkça sunulan pazarlama süreçleri, oluşturulan doğru belgeler, sonuçlar ve iyileştirme için öneriler ile öğrenciler takım yetenek raporu. Öğrencilerin öz değerlendirmesi (başlangıç, devam, son).
Değerlendirme araçları örnekleri	Öz değerlendirme. Bu, İUF öğrencilerini değerlendirme sürecine dahil etmenin ve geliştirdikleri becerilerin yanı sıra kaydettikleri ilerlemeyi gözlemlemenin olumlu ve yapıcı bir yoldur. Bu, iki aşamalı bir süreçte yapılabilir: anketleri doldurmak ve beden eğitimi öğretmeniyle yüz yüze tartışmak. Bu iki yol birleştirilebilir ve bir öğrenci anketi tartışmadan sonra veya tartışma sırasında doldurabilir. Serbest Meslek Profili. Bu, hazırlanmış bir kariyer stratejisidir ve gelecek için bir vizyon belirler. İUF öğrencileri, fikirleri önemli unsurları ortaya çıkaran somut bir vizyon formatına koyabilirler.. Gözlem. İUF öğrencilerinin kısa, orta ve uzun vadede ihtiyaçlarını ve isteklerini, bireysel ve grup olarak güçlü ve zayıf yönlerini ve kullanacakları iç/dış kaynakları belirleme, tanımlama ve listeleme görevinin performansının gözlemlenmesi Gösterme. Öğrencilerin kullanacakları, zaten sahip oldukları ve aramaları gereken farklı türdeki kaynakları listelemek için becerilerin/yeteneklerin gösterilmesi. Ayrıca, değer yaratmak için fırsatlardan en iyi şekilde yararlanmak için güçlü yönlerini ve yeteneklerini kullanma arzusunu gösterirlerse, öğrencilerin bireysel ve grup kaynaklarını fırsatlar ve beklentilerle ilişkilendirebildikleri gözlemlenmiştir. Bu şekilde, İUF öğretmenleri, öğrenciler tarafından yapılan çalışmalarını ve görevlere nasıl yaklaşıldığını gözlemleyebilir ve olumlu ve yapıcı geri bildirim verebilir, değerlendirebilir ve farklı roller için potansiyeli görebilir. Farklı zaman aralıklarında yapılabilir: Başlangıç Gözlem Değerlendirmesi. İUF faaliyetlerinin başlangıcında.  Sürekli İzleme Değerlendirmesi. Bu, öğrencinin İUF ortamında çalışmasının sürekli gözlemlenmesi yoluyla yapılır.. Son gözlem. İUF faaliyetlerinin sonunda. Bu, İUF öğrencisinin konulara ilişkin bütünsel bilgisini tanımlar ve eğitim boyunca gelişimi ve bilgiyi takip edebilir. Anahtar yeterliliklerin temel testi olarak hizmet edebilir. Takım yetenek raporu. Bu, İUF öğrencilerinin bireysel çalışma tercihlerini ve genel iş tatminini kapsar. Ayrıca ekip içindeki farklı fikirlerin nasıl değer yaratabileceğine ve ekibin bunu nasıl etkili bir şekilde kullanabileceğine bakabilir.
Yol gösterici sorular	Pazarlama araştırması nedir? Pazarlama araştırmasının amacı nedir? Pazarlama araştırmasının hangi alanlarını biliyorsunuz? Pazarlama araştırmasının nesnesinin ne olabileceğini belirleyin? Pazarlama kompleksinde başarı için hangi formül yatıyor? Pazarlama faktörlerinin tüketici davranışları üzerindeki etkisi nedir?

---

	<p>Kampanya marka değerlerini pekiştiriyor mu, destekliyorsa nasıl? Pazarlama faaliyetleri gerekçeli olarak zaman içinde sürdürülebilir mi? İç veya dış etkiler değişirse kampanya değişebilir mi? Kampanya belirtilen hedeflere ulaşıyor mu? Yanıtları doğrulamak için örnekler kullanın. Kampanya doğru hedef kitleye ulaşıyor mu? Ele alınması gereken etik veya yasal hususlar var mı?</p>
Geri bildirim toplama	<p>Modülün amaçları açıkça tanımlanmıştır, teori pratik örneklere dayanmaktadır. Değerlendirme görevleri, modül çalışmaları sırasında edinilen bilgi ve becerileri gösterme fırsatı sağlar. Yapılan iş hakkında geri bildirim sağlanır (değerlendirme sonuçları, bağımsız çalışma vb. tartışılır). Zamanlı öğretmen istişareleri.</p>

---

**KONU: Bir işletmeyi çalıştırın: pazarlama yönetimi**

Adı	Format	Tanım	Bağlantı:	Dil
Pazarlamanın rolü	Makale Video	Pazarlama nedir? Günümüz dünyasında, organizasyonlarda pazarlamanın rolü göz ardı edilemeyecek kadar önemlidir. Bugün büyük ve küçük kuruluşlar aynı pazar için rekabet ediyor ve en yenilikçi ve proaktif olanlar galip geldi.	<a href="https://courses.lumenlearning.com/wmpen-introbusiness/chapter/the-role-of-customers-in-marketing/">https://courses.lumenlearning.com/wmpen-introbusiness/chapter/the-role-of-customers-in-marketing/</a>	EN
Pazar araştırması yöntemleri	Makale Video	Pazar araştırmasını neden, nasıl ve ne zaman uygulayacağınızı bilmek ister misiniz? Tüketicilerinizin ürünlerinizi neden satın almadığını keşfetmek ister misiniz? Yeni bir ürün, hizmet ve hatta yeni bir pazarlama kampanyası başlatmakla ilgileniyor musunuz, ancak tüketicilerinizin ne istediğinden emin değil misiniz?	<a href="https://www.questionpro.com/blog/what-is-market-research/">https://www.questionpro.com/blog/what-is-market-research/</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=VTPnXfycaXI">https://www.youtube.com/watch?v=VTPnXfycaXI</a>	EN
Pazarlamada kullanılan iş modelleri	Makale Video	Tam olarak, bir iş modeli, sektördeki tüm işinizi tanımlamak, anlamak ve tasarlamak için bütünsel bir çerçevedir. Acemi girişimciler genellikle iş modellerinin önemini anlamazlar.	<a href="https://bstrategyhub.com/50-types-of-business-models-the-best-examples-of-companies-using-it/">https://bstrategyhub.com/50-types-of-business-models-the-best-examples-of-companies-using-it/</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=4xRyg5Ftlul">https://www.youtube.com/watch?v=4xRyg5Ftlul</a>	EN
Bir pazarın özelliklerini araştırın	Makale Video	Pazarlama araştırması, pazarlama yönetiminin önemli işlevlerinden biridir. Aynı zamanda yönetim bilgi sisteminin bileşenlerinden biridir. Bilginin karar vermede temel girdi olduğunu biliyoruz. Her yönetici, pazarlamanın herhangi bir alanıyla ilgili karar almak için ilgili, güvenilir, yeterli ve zamanında bilgiye ihtiyaç duyar.	<a href="https://us.corwin.com/sites/default/files/upm-binaries/5410_McQuarrie_I_Proof_Chapter_1.pdf">https://us.corwin.com/sites/default/files/upm-binaries/5410_McQuarrie_I_Proof_Chapter_1.pdf</a>  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=cxSOhz5x9ws">https://www.youtube.com/watch?v=cxSOhz5x9ws</a>	EN
Pazarlama kampanyalarını araştırın	Makale Video	Pazarlama kampanyası nedir? Pazarlama kampanyaları, yeni bir ürün hakkında farkındalık yaratmak veya müşteri geri bildirimini almak gibi belirli bir şirket hedefini teşvik	<a href="https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-campaigns">https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-campaigns</a>  <a href="https://www.ted.com/talks/teresa_heat">https://www.ted.com/talks/teresa_heat</a>	EN

		etmek için organize edilmiş, stratejik çabalardır.	<a href="#">h wareing how social media is changing the face of marketing</a>	
Promosyon karışımının uygulamasını araştırın	Makale	Pazarlama karmasının ürününüze veya hizmetinize nasıl uygulandığını analiz etmek için doğru türde araştırma yapmak, şirketiniz için doğru stratejileri izlemenize yardımcı olacaktır.	<a href="https://edwardlowe.org/how-to-establish-a-promotional-mix/">https://edwardlowe.org/how-to-establish-a-promotional-mix/</a> <a href="https://blog.alexacom/promotional-mix-elements/">https://blog.alexacom/promotional-mix-elements/</a>	EN
Pazarlama amaçları ve hedefleri	Makale	Pazarlamanın temel amacı nedir? Pazarlamanın amacı, bir marka, şirket veya kuruluş için gelir elde etmektir.	<a href="https://www.impactplus.com/blog/what-is-the-purpose-of-marketing">https://www.impactplus.com/blog/what-is-the-purpose-of-marketing</a>	EN
Strateji geliştirmek	Makale	Farklı pazarlama stratejileri kullanmanın mantığı, pazar ihtiyaçlarını daha iyi anlamak ve onları daha eksiksiz tatmin etmektir. Etkili pazarlama stratejileri geliştiren firmalar, istenilen kar marjlarında yüksek satış hacimleri elde ederler.	<a href="https://www.business.qld.gov.au/running-business/marketing-sales/marketing-promotion/strategy">https://www.business.qld.gov.au/running-business/marketing-sales/marketing-promotion/strategy</a>	EN
Pazarlama karmasının uygulanması	Makale Video	Pazarlama karması nedir? Her hedef pazar, hedef müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak ve firmanın hedeflerini karşılamak için benzersiz bir pazarlama karmasına ihtiyaç duyar. Pazarlama karmasının (4P-product, price, place, promotion) her biri için bir strateji oluşturulmalı ve tüm stratejiler diğer unsurların stratejileriyle harmanlanmalıdır.	<a href="https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/how-to-use-the-7ps-marketing-mix/">https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/how-to-use-the-7ps-marketing-mix/</a> <a href="https://www.mindtools.com/pages/Makale/newSTR_94.htm">https://www.mindtools.com/pages/Makale/newSTR_94.htm</a>	EN
Pazarlama kampanyaları	Video	Bir pazarlama planı oluşturmak yaratıcılık gerektirir, ancak içgüdülerinize ve içgüdülerinize güvenmek, kapılarınızı açtığınızda gerçekleşmeyen varsayımlara yol açabilir. Pazarlama karması, kapsamlı araştırmaya dayanması gereken birbiriyle ilişkili ürün geliştirme, fiyatlandırma, promosyonlar ve dağıtım stratejilerinden oluşur.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=4tiuK60nLk">https://www.youtube.com/watch?v=4tiuK60nLk</a> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=RX0Y2JbS9K4">https://www.youtube.com/watch?v=RX0Y2JbS9K4</a>	EN



## Bir işletmeyi çalıştırın: satış ve satın alma yönetimi





### III.5. Bir işletmeyi çalıştırın: satış ve satın alma yönetimi

II.4. Bir işletmeyi çalıştırın: satış ve satın alma yönetimi	
Giriş ve gerekçe	<p><b>Göreve genel bakış:</b> Satış departmanı aktif satış fonksiyonlarını içerir ve aynı zamanda mal tedarikini yönetir: yöneticiler sürekli yeni müşteriler ararlar, onlarla olan tüm iletişim sürecinden, ürün kalitesinden, teslimat zamanından, sözleşmenin yürütülmesinden ve atamalardan sorumludurlar.</p> <p><b>Temel amaç:</b> Satışın temel amacı, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak ve mümkün olan en yüksek karı elde etmek için maksimum satış sağlamaktır.</p> <p><b>İçerik:</b> Belirli bir müşterinin satışlarını sistematik olarak yönetmek için satış süreci belirli aşamalardan oluşur: müşteri seçimi, müşterilerle sürekli bir ilişki sürdürmek, düzenli ürün veya mal satın alırken veya tamamlayıcı ürünler sunarken karar vermelerine yardımcı olmak. Tüketicilere bir ürün veya hizmet için bir değer önerisi (bir dizi farklı fayda teklifi) sağlamak. Alıcı/müşteriye ürün/hizmet hakkında detaylı bilgi vermek, itirazları ortadan kaldırmak, alıcıyı satış ve satın alma işleminin kendisi için faydalı olduğuna ikna etmek..</p>
İş organizasyonu ve süresi	Toplam 25 saat: İletişim saatleri (10 saat) Bağımsız öğrenciler eğitmen danışmanlığında çalışır (12 saat) Değerlendirme (3 saat)
Ekipman ve kaynaklar	Satış Teknikleri ve Süreçleri programları. Standart/belge şablonları. İUF Satış departmanı görev tanımının metodik literatürü.
Öğrenme yöntemleri	Önerilen literatür ve internet kaynaklarının incelenmesi, belge örnekleri; Konuşma-tartışma; Bir görevin bireysel veya grup performansı; Fikir aracının değerlendirilmesi; Karar verme.
Öğrenme amacı/hedefleri	AMAÇ 1. Satış sürecinde gerekli olan hazırlık ve profesyonel uygulamaları anlamak. Başarılı satışın tamamlanmasıyla ilgili ilke ve prosedürleri keşfedin. AMAÇ 2. Satış faaliyetlerini yürütmek için kullanılan tekniklerin etkinliğini gözden geçirmek
Sonuçlar ve kazanılan yetkinlikler.	Fikirler ve olasılıklar: • etik ve sürdürülebilir düşünce, • yaratıcılık, • vizyon. Kaynaklar: • motivasyon ve azim; • öz farkındalık ve öz yeterlilik, • kaynakları harekete geçirmek. Eylem: • planlama ve yönetim;

---

	<ul style="list-style-type: none"><li>• başkalarıyla çalışmak;</li><li>• deneyim yoluyla öğrenme,</li><li>• inisiyatif almak.</li></ul>
AMAÇ 1 için eğitimlere kılavuz (Satış sürecinde gerekli olan hazırlık ve profesyonel uygulamaları anlayın. Başarılı satışın tamamlanmasıyla ilgili ilke ve prosedürleri keşfedin)	<p>Satış sürecine hazırlık.</p> <p>Müşterilerle profesyonel iletişim.</p> <p>Etik satış uygulamaları.</p> <p>Satış Yönetimi.</p> <p>Satın alma sonrası toplantı süreçleri.</p> <p>Satış sonrası izleme ve sorunlar.</p> <p>Bir sunum yapın: İletişim kurma. Satıcı, müşterinin sorunlarını çözmek için orada olduğunu anlamalıdır.</p> <p>Bir tartışmaya öncülük edin: Müşteri ihtiyaçlarının netleştirilmesi. Anahtar sormak değil, müşterinin gerçek beklentiler hakkında söylediklerini dinlemektir. Öğrenciler "Seçim - alıcı bizim için doğru mu?" tartışmasına katılır. Seçim, satış elemanının kendisini iyi hissetmesi ve ardından satış sürecinden keyif alması için önemlidir.</p> <p>Ziyaret: öğrenciler, işletmelerin ve ürünlerin pazarlandığı farklı yollar hakkında temel bir anlayış kazanmak için yerel bir perakende parkını veya alışveriş merkezini ziyaret eder.</p> <p>Bir sunum yapın: Çelişki yönetimi. İtirazların üstesinden gelinmesi gerekmez; yönetilmeleri gerekir.</p> <p>Bir tartışmaya öncülük edin: Kötü satıcı tepkileri: çelişki nedir? Bu genellikle danışanın şüphesi veya korkusu ile ilişkilidir, ancak itiraz, danışanın bunu öğrenmesine yardım etme arzusudur.</p> <p>Eşli etkinlik: Öğrenciler, bir satış görevlisinin hangi inançlarla karşılaştığını analiz eder. Ürünün değeri nedir? Satıcının ödülü nedir?</p> <p>Bir sunum yapın: Danışanla etkili iletişim ilkeleri: kendini sunma ve başkalarını anlama. Olumlu tutum ve müşteriye saygı.</p> <p>Bir tartışma yürütün: Olumlu düşünce iletişime ne getirir, ilişkileri nasıl etkiler?</p> <p>Eşli aktivite: Öğrenciler, müşteri türlerini ve onların beklenti ve isteklerini analiz eder.</p> <p>Öğrencilerin sunumları: Müşteriyle Buluşma. İhtiyacın netleştirilmesi.</p> <p>Bir sunum yapın: Çelişen ve karmaşık müşteri hizmetleri durumlarının yönetimi. Memnun olmayan bir müşteriyle ilgilenmek, bir iddiaya yanıt vermek. Zor müşteri. Yoğun dönemlerde müşterilerle çalışmak.</p> <p>Bir tartışma yürütün: Telefon iletişiminin özellikleri ve hataları.</p> <p>Telefon konuşmalarını gösteren videolar.</p> <p>Bir sunum yapın: İş hayatında etik bir konu.</p> <p>Bir tartışmaya öncülük edin: Satış yöneticilerinin rolü.</p> <p>Konuk konuşmacı: "İş ve etik? Burada etik yok." Ve henüz?</p> <p>Bir sunum yapın: Satış sonrası müşteri hizmetleri. Alıcılar bir ürün veya hizmetin kalitesinden memnun kaldıklarında, daha fazla yeni mal veya hizmet satın almak için önceki satıcıya dönerler. Bu tür müşteriler sadık müşteriler haline gelir ve şirket için çok faydalıdır. Bir şirket ne kadar sadık müşteriye sahipse, yeni müşteriler bulmak ve reklamcılık için o kadar az para harcaması gerekir.</p> <p>Bireysel araştırma faaliyeti: birkaç şirketin yöneticileriyle görüşün, alıcıya yalnızca satın alma sürecinde değil, işlemden belirli bir süre sonra da hizmet vermek neden önemlidir?</p>

---

Küçük grup faaliyeti: Satıcı böyle bir durumda ne yapmalı ve alıcının itirazlarını ortadan kaldırmak için ne gibi önlemler almalı ve alım satım işlemi yapmak ister mi?

Bir sunum yapın: Neden sadık müşteriler tutmalısınız?

Bir tartışmaya öncülük edin: Sadık müşterilerin kaybı şirketin operasyonları ve karlılığı için nasıl zararlı olabilir? Her şirket, yeni müşteriler çekmeye çok dikkat eder, ancak şirketler, düzenli müşterilere ve onların ihtiyaçlarına uygun şekilde bakmanın gerekli olduğunu unutur.

Eşli etkinlik: Öğrenciler, sadık müşterilerin bir şirket için neden bu kadar önemli olduğunu ve şirketler bu tür müşterileri kaybettiğinde neden önemli kayıplarla karşılaştıklarını tartışır.

AMAÇ 2 için  
eğitmenlere  
kılavuz (Satış  
faaliyetlerini  
yürütmek için  
kullanılan  
tekniklerin  
etkinliğini gözden  
geçirin)

Satış teknikleri ve yönetimi.

Başarı ölçütleri.

Kişisel satış performansının gözden geçirilmesi.

Bir sunum yapın: Satışın önemi. Satışlar ve içerdiği mal ve hizmetler. Onlar hakkında konuşurken vurgulanması gereken önemli olan nedir?

Küçük grup etkinliği: Bir ürünü alıcıya teslim etmeye gelince, satıcılar tarafından yapılan yaygın bir hata fiyatı düşürmektir. Açıklamaya katılıyor musunuz?

Bir sunum yapın: Satış sürecinin görevleri. Siparişlerin alınması ve kabulü. Emirlerin yürütülmesi. Satış desteği.

Bir tartışmaya öncülük edin: Potansiyel alıcıları arayın. Bu tür müşterileri bulmak için kuruluşlar, sağladıkları mal veya hizmetlerin faydaları hakkında halkı bilgilendirmeye yardımcı olacak belirli sistem ve araçları kullanır.

Bir sunum yapın: Satış yönetimi. Satış yönetimi, bir organizasyondaki satış faaliyetlerinin yönetimi ve kontrolüdür.

Bir tartışmaya öncülük edin: Etkili satış elde etmeye yardımcı olacak stratejiler ve taktikler planlama, seçme.

Küçük grup etkinliği: Bir satış hedefi oluşturmak ve satış faaliyetleriyle ilgili görevleri mükemmel bir şekilde yerine getirebilecek doğru çalışanları seçmek.

Bir tartışma yürütün: Satışların ilerlemesini izlemek, çalışanların niteliklerini yükseltmek ve organizasyonun hedeflerine ulaşmak için çalışanları daha iyi çalışmaya teşvik etmek.

Eşli aktivite: Sonuçların izlenmesi, değerlendirilmesi ve kontrolü. Bu, PE'nin satış açısından hangi hedeflere ulaştığını analiz etmek anlamına gelir.

Küçük grup etkinliği: Öğrenciler başka bir beden eğitimi seçer ve satışta faydalı fırsatlar ararlar.

Bir sunum yapın: Başarı öyküleri (ör. Bill Gates, Ingvar Kamprad ve diğerleri)

Eşli aktivite: İlginç başarı hikayeleri bulun ve bunları gruba sunun.

Bir sunum yapın: Satış başarısını ne belirler?

Küçük grup etkinliği:

Konular: "Satıcının tutumu - aktif satış odaklı mı?" "Şirketin satış süreci nasıl organize edilir?", "Satış elemanı satılan ürün veya hizmeti iyi biliyor mu?", "Çeşitli satış teknikleri ve yöntemleri", "Satış departmanının kalite yönetimi".

Bir tartışmaya öncülük edin: Satış başarısının neye bağlı olduğuna dair içgörülerini özetlemek.

En İyi Uygulamaları Bir İş Temsilcisiyle Paylaşmak: Hangi satışların etkili olduğu kabul edilir?

---

	<p>Bir sunum yapın: Kişisel satış: amaçlar ve işlevler.</p> <p>Küçük grup etkinliği: Kişisel satış, çok özel bir reklam biçimidir. Neden? Niye?</p> <p>Bir sunum yapın: Satış planları nasıl oluşturulur? Başarılı bir pazarlama stratejisi geliştirmek, ürün ve hizmet satmak için fırsatlar bulmak ve mevcut ve potansiyel müşterilerle daha iyi iletişim kurmak göz korkutucu bir iştir.</p> <p>Küçük grup etkinliği: Ürünlerinizi veya hizmetlerinizi konumlandırın: Kime satıyorsunuz? Bu müşterilerin neye ihtiyacı var? Ürününüz veya hizmetiniz bir rakipten nasıl farklı? Pazarlama araçlarını ne zaman ve ne sıklıkla uygulamalısınız?</p>
Yetkinlik tanımının değerlendirilmesi	<p>İUF öğretmenin gözlemi (başlangıç, devam, son).</p> <p>Açıkça sunulan pazarlama süreçleri, oluşturulan doğru belgeler, sonuçlar ve iyileştirme önerileri ile öğrenciler takım yetenek raporu.</p> <p>Öğrencilerin öz değerlendirmesi (başlangıç, devam, son).</p>
Değerlendirme araçları örnekleri	<p>Öz değerlendirme. Bu, İUF öğrencilerini değerlendirme sürecine dahil etmenin ve geliştirdikleri becerilerin yanı sıra kaydettikleri ilerlemeyi gözlemlemenin olumlu ve yapıcı bir yoludur. Bu iki aşamalı bir süreçte yapılabilir: anketlerin doldurulması ve İUF öğretmeni ile yüz yüze tartışılması. Bu iki yol birleştirilebilir ve bir öğrenci anketi tartışmadan sonra veya tartışma sırasında doldurabilir.</p> <p>Serbest Meslek Profili. Bu, hazırlanmış bir kariyer stratejisidir ve gelecek için bir vizyon belirler. İUF öğrencileri fikirlerini, önemli unsurları ortaya çıkaran somut bir vizyon formatına sokabilirler.</p> <p>Gözlem. İUF öğrencilerinin kısa, orta ve uzun vadeli ihtiyaçlarını ve isteklerini, bireysel ve grup güçlü ve zayıf yönlerini ve kullanacakları iç/dış kaynakları belirleme, tanımlama ve listeleme görevinin performansının gözlemlenmesi. Öğrencilerin kullanacakları, zaten sahip oldukları ve aramaları gereken farklı türdeki kaynakları listelemek için becerilerin/yeteneklerin gösterilmesi. Ayrıca, değer yaratmak için fırsatlardan en iyi şekilde yararlanmak için güçlü yönlerini ve yeteneklerini kullanma arzusunu gösterirlerse, öğrencilerin bireysel ve grup kaynaklarını fırsatlar ve beklentilerle ilişkilendirebildikleri gözlemlenmiştir. Bu şekilde, İUF öğretmenleri, öğrenciler tarafından yapılan çalışmalarını ve görevlere nasıl yaklaştığını gözlemleyebilir ve olumlu ve yapıcı geri bildirim verebilir, değerlendirebilir ve farklı roller için potansiyeli görebilir. Farklı zaman aralıklarında yapılabilir:</p> <p>Başlangıç Gözlem Değerlendirmesi. İUF faaliyetlerinin başlangıcında.</p> <p>Sürekli Gözlem Değerlendirmesi. Bu, öğrencinin İUF ortamında çalışmasının sürekli gözlemlenmesi yoluyla yapılır.</p> <p>Son Gözlem. İUF faaliyetlerinin sonunda. Bu, İUF öğrencisinin konulara ilişkin bütünsel bilgisini tanımlar ve eğitim boyunca gelişimi ve bilgiyi takip edebilir. Anahtar yeterliliklerin temel testi olarak hizmet edebilir.</p> <p>Takım yetenek raporu. Bu, bireysel çalışma tercihlerini ve İUF öğrencilerinin genel iş memnuniyetini kapsar. Ayrıca ekip içindeki farklı fikirlerin nasıl değer yaratabileceğine ve ekibin bunu nasıl etkili bir şekilde kullanabileceğine de bakabilir.</p>
Yol gösterici sorular	<p>Etik davranış şirket için neden önemli ve faydalıdır?</p> <p>Satış planlaması, fiyatlandırma, reklamcılık gibi olağan şeylere ek olarak neden etişin öneminden söz ediliyor?</p>

---

---

	Satış profesyonellerinin neden tüm paydaşlara ve kendi inançlarına karşı ahlaki ve sosyal olarak sorumlu hissetmeleri gerekiyor?
Geri bildirim toplama	Modülün amaçları açıkça tanımlanmıştır, teori pratik örneklere dayanmaktadır. Değerlendirme görevleri, modül çalışmaları sırasında edinilen bilgi ve becerileri gösterme fırsatı sağlar. Yapılan iş hakkında geri bildirim sağlanır (değerlendirme sonuçları, bağımsız çalışma vb. tartışılır). Planlı öğretmen istişareleri.

---

## Bir işletmeyi çalıştırın: insan kaynakları yönetimi



### III.6. Bir işletmeyi çalıştırın: insan kaynakları yönetimi

Bir işletmeyi çalıştırın: insan kaynakları yönetimi	
Giriş ve gerekçe	<p><b>Göreve genel bakış:</b> Bir kuruluştaki bir departman olarak insan kaynakları yönetimi, bir kuruluşun çalışanlarını işe alma, işe alma, yerleştirme ve yönetme uygulaması gibi çalışanların tüm yönlerini ele alır.</p> <p><b>Temel amaç:</b> öğrencileri planlama, organize etme, yönlendirme ve kontrol etme gibi insan kaynakları yönetimi işlevleriyle ilgili süreçleri yönetmeye hazırlamak.</p> <p><b>İçerik:</b> İnsan kaynakları yönetimi, insan kaynakları planlaması, İş analizi yapma, işe alım ve iş görüşmeleri yapma, insan kaynaklarının seçimi, Yönlendirme, eğitim, ücretlendirme, Fayda ve teşvik sağlama, değerlendirme, elde tutma, Kariyer planlama, Çalışma Yaşam Kalitesi, disiplin, insan kaynakları denetimi, endüstriyel ilişkilerin sürdürülmesi, çalışanların refahı ve güvenlik konuları, her seviyedeki tüm çalışanlarla iletişim ve iş kanunlarına ilişkin farkındalığın ve uyumun sürdürülmesi gibi çeşitli işlevlere sahiptir..</p>
İş organizasyonu ve süresi	Toplam 25 saat: İletişim saatleri (10 saat) Bireysel öğrenciler eğitmen danışmanlığında çalışır (12 saat) Değerlendirme (3 saat)
Ekipman ve kaynaklar	Personel yönetimi programları. Standart/belge şablonları. İUF insan kaynakları departmanı görev tanımının metodik literatürü. Belge örnekleri.
Öğrenme yöntemleri	Önerilen literatür ve internet kaynaklarının incelenmesi, belge örnekleri; Konuşma-tartışma; Bir görevin bireysel veya grup performansı; Fikir aracının değerlendirilmesi; Karar verme.
Öğrenme amacı/hedefleri	AMAÇ 1 insan kaynaklarını planlamak ve organize etmek AMAÇ 2 insan kaynaklarını yönlendirmek ve kontrol etmek.
Sonuçlar ve kazanılan yetkinlikler.	Fikirler ve olasılıklar: • etik ve sürdürülebilir düşünce; Kaynaklar: • motivasyon ve azim; • öz farkındalık ve öz yeterlilik; Eylem: • planlama ve yönetim; • başkalarıyla çalışmak; • deneyim yoluyla öğrenme.



---

AMAÇ 1 için eğitmenlere kılavuz (insan kaynaklarını planlamak ve organize etmek)	<p>İnsan kaynakları hakkında kısa bir sunum yapın:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Planlama, yönetimin, organizasyonun amaçlarına ulaşmasına yardımcı olan bu görevleri yerine getirebilecek doğru personele sahip olmasını sağladığı süreç olarak. İnsan kaynakları ihtiyaçlarının tahminini ve beklenen boş pozisyonlara sahip bireylerin öngörülen eşleşmesini içerir.</li><li>2. Yönetimin işe alım ve personel alımını sağladığı süreç olarak organizasyon, Ücret ve yan haklar, Eğitim ve öğrenim, İş ve çalışan ilişkileri, şirket gelişimi. Personel gereksinimleri neler olabilir?</li></ol> <p>Öğrencilerden, çalışanların çalışma alanı vb. için sağlık ve güvenlik gereksinimleri hakkında araştırma yapmaları için küçük gruplar halinde çalışmalarını isteyin ve bulgularını sınıfla paylaşın.</p> <p>Tüm önemli süreçleri açıklayın: dahili yönergeler/kurallar; çalışma saatlerinin kaydı; maaşın hesaplanması; sosyal hizmetlerin kesintisi; vergi; istihdam prosedürü; iş ilanları; kişisel görüşmeler; personel toplantıları; toplantı gündeminin hazırlanması ve dağıtılması; toplantı tutanakları tutuyor.</p> <p>Bir konuk konuşmacı davet edin - İK uzmanı.</p> <p>İnsan kaynakları yönetiminin amaç ve görevlerle birlikte hazırlanmış iş tanımları; departmanda/ofiste ne tür işler (işlevler, prosedürler) yürütülecek; hangi belgeler kullanılabilir.</p> <p>Öğrencilere her biri veya bir grup için tamamlamaları için belge ve alıştırmaya örnekleri verin.</p> <p>İnsan kaynakları departmanının çalışmalarını kontrol eden yasaları, Hükümet kararlarını açıklayın: sağlık, çalışma ve istihdam yasaları, emeklilik, yaralanma ve işçinin tazminatı, işsizlik, ücretli izin ve istihdamı etkileyen diğer yasa ve yönetmelikler.</p> <p>Toplantılar ve raporlar hakkında bir sunum yapın. Toplantı yapmanın amacını ve ne sıklıkta yapılması gerektiğini tartışın. Tutanakta tutulan resmi toplantılar ile gayri resmi grup yakalamaları arasındaki farkı açıklayın. Öğrencilerden bu tür toplantıları ne zaman ve hangi amaçlarla yapmaları gerektiğini gösteren bir çalışma günlüğü tutmanın önemini düşünmelerini isteyin.</p>
AMAÇ 2 için eğitmenlere kılavuz (insan kaynaklarını yönlendirmek ve kontrol etmek)	<p>İnsan kaynakları departmanı başkanının rol ve işlevlerini açıklar. Kafa:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• İUF yöneticisine, işletmenin ticari faaliyetinin düzenlenmesi veya yenilenmesinde, departman çalışanlarının eylemlerinin planlanmasında ve koordinasyonunda, işletmenin farklı etkinlik ve toplantılarda temsil edilmesinde ve ayrıca etkinlikler düzenlenmesinde yardımcı olur.</li><li>• Eylemlerini İUF müdürü ile koordine edecek,</li><li>• çalışanlara görevler verecek ve performanslarını kontrol edecek, kararları koordine edecek,</li><li>• Farklı İUF etkinlikleri düzenleyecek,</li><li>• toplantılarda departman tarafından yürütülen çalışmalar hakkında bir rapor sunar;</li><li>• Bölüm faaliyetine ilişkin sözleşmeleri ve diğer belgeleri (Üİ müdürü/öğretmenin verdiği yetkiler doğrultusunda) kontrol eder ve imzalar;</li></ul>

---



---

	<ul style="list-style-type: none"><li>• iş faaliyetini iyileştirmenin yollarını önceden planlayacaktır.</li></ul> <p>İnsan kaynakları departmanı başkanı için oryantasyon görev alanlarını hazırlayın.</p> <p>Baştan, insan kaynaklarını yönlendirmek ve kontrol etmek için belgeler düşünmesini ve hazırlamasını ve amaca nasıl ulaşılacağı konusunda tavsiyede bulunmasını isteyin.</p>
Yetkinlik tanımının değerlendirilmesi	<p>Öğretmenin gözlemi (başlangıç, devam, son).</p> <p>Açıkça sunulan insan kaynakları yönetim süreçleri, oluşturulan doğru belgeler, sonuçlar ve iyileştirme için öneriler ile öğrenciler takım yetenek raporu.</p> <p>Öğrencilerin öz değerlendirmesi (başlangıç, devam, son).</p>
Değerlendirme araçları örnekleri	<p>Öz değerlendirme. Bu, İUF öğrencilerini değerlendirme sürecine dahil etmenin ve geliştirdikleri becerilerin yanı sıra kaydettikleri ilerlemeyi gözlemlemenin olumlu ve yapıcı bir yoludur. Bu iki aşamalı bir süreçte yapılabilir: anketlerin doldurulması ve UI öğretmeniyle yüz yüze tartışılması. Bu iki yol birleştirilebilir ve bir öğrenci anketi tartışmadan sonra veya tartışma sırasında doldurabilir.</p> <p>Serbest meslek profili. Bu, hazırlanmış bir kariyer stratejisidir ve gelecek için bir vizyon belirler. İUF öğrencileri, fikirleri önemli unsurları ortaya çıkaran somut bir vizyon formatına koyabilirler.</p> <p>Gözlem. Öğrencilerin kısa, orta ve uzun vadede ihtiyaç ve isteklerini, bireysel ve grup olarak güçlü ve zayıf yönlerini ve kullanacakları iç/dış kaynakları belirleme, tanımlama ve listeleme görevinin performansının gözlemlenmesi.</p> <p>Gösterim. Öğrencilerin kullanacakları, zaten sahip oldukları ve aramaları gereken farklı türdeki kaynakları listelemek için becerilerin/yeteneklerin gösterilmesi. Ayrıca, değer yaratmak için fırsatlardan en iyi şekilde yararlanmak için güçlü yönlerini ve yeteneklerini kullanma arzusunu gösterirlerse, öğrencilerin bireysel ve grup kaynaklarını fırsatlar ve beklentilerle ilişkilendirebildikleri gözlemlenmiştir.</p> <p>Bu şekilde, İUF öğretmenleri, öğrenciler tarafından yapılan çalışmaları ve görevlere nasıl yaklaşıldığını gözlemleyebilir ve olumlu ve yapıcı geri bildirim verebilir, değerlendirebilir ve farklı roller için potansiyeli görebilir. Farklı zaman aralıklarında yapılabilir:</p> <p>İlk Gözlem Değerlendirmesi. İUF faaliyetlerinin başlangıcında.</p> <p>Sürekli Gözlem Değerlendirmesi. Bu, öğrencinin İUF ortamında çalışmasının sürekli gözlemlenmesi yoluyla yapılır.</p> <p>Son gözlem. İUF faaliyetlerinin sonunda. Bu, İUF öğrencisinin konulara ilişkin bütünsel bilgisini tanımlar ve eğitim boyunca gelişimi ve bilgiyi takip edebilir. Anahtar yeterliliklerin temel testi olarak hizmet edebilir.</p> <p>Takım yetenek raporu. Bu, İUF öğrencilerinin bireysel çalışma tercihlerini ve genel iş tatminini kapsar. Ayrıca ekip içindeki farklı fikirlerin nasıl değer yaratabileceğine ve ekibin bunu nasıl etkili bir şekilde kullanabileceğine bakabilir.</p>

---

---

Yol gösterici sorular	<p>İnsan kaynakları bölümünün temel kuruluş amacı nedir?</p> <p>İnsan kaynakları bölümünün temel işlevleri nelerdir?</p> <p>Çalışanın işe kabulü sırasında oluşturduğu tüm belgeleri numaralandırın mı?</p> <p>İnsan kaynakları departmanı çalışanın kabul sırasında oluşturması gereken başlıca belgeler nelerdir?</p> <p>Hangi yasalar, hükümetin kararları insan kaynakları departmanının çalışmalarını kontrol ediyor?</p> <p>İnsan Kaynakları Departmanında mülakata girecek birine ne gibi ipuçları veya tavsiyelerde bulunursunuz?</p> <p>İnsan kaynakları departmanında hangi kayıt dergileri kullanılır?</p> <p>İnsan kaynakları departmanlarının karşılaştığı en büyük zorluklar nelerdir?</p> <p>Prosedür kılavuzu nasıl oluşturulur?</p> <p>İş analizi nasıl yapılır?</p> <p>Öğrencilerinizi motive eden tanınma nasıl sağlanır?</p> <p>Bir çalışanı nasıl kovabilirsiniz?</p> <p>Çalışan Öz Değerlendirme İncelemesinde neler sorabilirsiniz?</p> <p>İnsan Kaynakları riskleri ve nedenleri neler olabilir?</p> <p>İnsan Kaynakları stratejisi hangi unsurları içerir?</p>
Geri bildirim toplama	<p>Çalışan Geri Bildirimi toplamanın birkaç yolu:</p> <p>Çalışan öneri kutusuDijital inovasyon dünyasında, eski moda bir çalışan öneri kutusu hala önemli bir yere sahiptir. Çalışanlar misilleme korkusuyla dürüst geri bildirimlerini başka yollarla paylaşmaktan çekinebilirler. Öneri kutusu, dijital ayak izi olmadan anonim geri bildirim bırakmalarına olanak tanır.</p> <p>Çalışan bağlılığı anketleri, aynı anda büyük miktarda çalışan geri bildirim toplamanın harika bir yoludur. Bunlar genellikle oldukça kapsamlıdır ve çalışan memnuniyetini, katılımını ve elde tutmayı etkileyebilecek her şeye ve her şeye odaklanır.</p> <p>Nabız anketleri, çalışan bağlılığı anketlerinden çok daha kısa ve daha hızlı tamamlanır ve daha sık yapılabilir. Bazı İUF 1-3 soru ile haftalık Nabız anketleri gerçekleştirirken, diğerleri 4-5 soru ile aylık olarak yapılabilir. Bu, çalışan memnuniyetinin düzenli olarak nabzını tutmak ve zamanında geri bildirim almak için harika bir fırsat olabilir.</p>

---

**KONU: Bir işletmeyi çalıştırın: insan kaynakları yönetimi**

---

Adı	Format	Tanım	Bağlantı:	Dil
İK Aslında Ne Yapar? 11 Temel Sorumluluk	Makale	İşte İK departmanının çalışanların ihtiyaçlarını karşılamak için ne yaptığının (veya ne yapması gerektiğinin) derinlemesine bir açıklaması.	<a href="https://www.lucidchart.com/blog/w-hat-does-hr-do">https://www.lucidchart.com/blog/w-hat-does-hr-do</a>	EN

---

2021'de Küçük İşletmeler için Eksiksiz İnsan Kaynakları Kılavuzu	Makale, video, örnekler	İnsan kaynakları yönetimi nedir? Küçük işletmeler için İK neden gereklidir? İnsan kaynakları temelleri - kaçınılması gereken hatalar. Küçük işletmeler için insan kaynakları kılavuzu.	<a href="https://connecteam.com/guide-human-resources-for-small-businesses/">https://connecteam.com/guide-human-resources-for-small-businesses/</a>	EN
İnsan Kaynakları Yönetimi: İnsan Kaynakları Planlaması	Video	İnsan kaynakları yönetiminin planlama aşaması, bir iş analizi yapmayı, işgücü arz ve talebini tahmin etmeyi ve işgücü arzını tüketici talebiyle eşleştirmeyi içerir. Bu kısa videoda, bu öğelerin her biri açıklanmaktadır.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=LaiqSRL-j8">https://www.youtube.com/watch?v=LaiqSRL-j8</a>	EN
5 İK süreç akış şeması örneği ve neden kullanılmaları gerektiği	Makale, Akış şemaları	Bu süreçler için akış şemaları: Çalışan alımı ve seçimi; Yeni çalışan entegrasyonu; Seyahat isteği; Masrafların karşılanması; Çalışan fesih süreci.	<a href="https://www.heflo.com/blog/process-modeling/hr-process-flowchart-examples/">https://www.heflo.com/blog/process-modeling/hr-process-flowchart-examples/</a>	EN
İK stratejisi (İnsan Kaynakları Stratejisi)	Makale	İK stratejisi nedir ve neleri içerir?	<a href="https://managementmania.com/en/hr-strategy-human-resource-strategy">https://managementmania.com/en/hr-strategy-human-resource-strategy</a>	EN
Çalışan Çalışma Programlarını Ayarlama: Yönetici Kılavuzu	Makale, video, örnekler	Çalışma programı nedir? Çalışanların iş planlaması neden önemlidir? Çalışan çalışma programlarına 10 örnek Çalışan çalışma programları nasıl oluşturulur. Çalışma programlarını ayarlamak için en iyi uygulamalar	<a href="https://www.indeed.com/hire/c/info/types-of-work-schedules">https://www.indeed.com/hire/c/info/types-of-work-schedules</a>	EN
İnsan Kaynakları Müdürü İş Tanımı Örneği	Makale	İK yöneticisi için kesin işin belirli görevlerini ve gereksinimlerini karşılamak için şablon. En iyi İK yöneticisi iş tanımını oluşturmaya ilişkin fikirler.	<a href="https://hiring.monster.com/employer-resources/job-description-templates/human-resources-manager-job-description-sample/">https://hiring.monster.com/employer-resources/job-description-templates/human-resources-manager-job-description-sample/</a>	EN
Çalışan Değerlendirme Kontrol Listesi	Örnek	İşte bir denetçinin çalışanların değerlendirme kontrol listesi.	<a href="https://www.workforce.com/news/employee-">https://www.workforce.com/news/employee-</a>	EN

---

			evaluation- checklist	
Çalışan Öz Değerlendirme Şablonları, Örnekler ve İpuçları	Makale, video, örnekler	İşte örnek bir öz değerlendirme şablonu ve açıklaması Öz değerlendirme Neden Gerekli?	<a href="https://www.profit.co/blog/performance-management-blog/employee-self-evaluation-templates-examples-and-tips/">https://www.profit .co/blog/performa nce-management- blog/employee- self-evaluation- templates- examples-and- tips/</a>	EN
İK risk yönetimi - insan kaynakları riskinin en önemli 8 kaynağı	Makale	İnsan Kaynakları riskleri ve nedenleri, işe alma, elde tutma ve günlük operasyon süreçlerinin her adımında mevcuttur.	<a href="http://blog.treadstonerisk.com/hr-risk-management-top-8-sources-of-human-resource-risk">http://blog.treadst onerisk.com/hr- risk-management- top-8-sources-of- human-resource- risk</a>	EN

---

## Bir işletmeyi çalıştırın: finans ve muhasebe yönetimi



### III.7. Bir işletmeyi çalıştırın: finans ve muhasebe yönetimi

II.6. Bir işletmeyi çalıştırın: finans ve muhasebe yönetimi	
Giriş ve gerekçe	<p><b>Göreve genel bakış:</b> Aday, iş kurma projesinin maliyetini ve bütçesini değerlendirmeli ve finansman ihtiyaçlarını tanımlamalı, ardından bu projenin finansman yolunu belirlemeli ve belirlemelidir.</p> <p><b>Temel amaç:</b> öğrencileri finans ve muhasebe yönetimi ile ilgili süreçleri yönetmeye hazırlamak.</p> <p><b>İçerik:</b> Finans ve muhasebe yönetimi departmanı, bir banka hesabının açılmasını ve banka ile ilişkileri yürütür;</p> <p>Defter Tutma: günlük defter tutma, gelir tablosu, bilanço, envanter; Muhasebe yazılımı seçimi: ERP, yazar kasa, kasa, faturalama, muhasebe dijitalizasyonu; Statü yükümlülükleri: şirket kaydı ve mali sorumluluk limiti; Mali ve sosyal yön: Vergiler, şirketin sosyal katkıları, bireysel girişimci. İşveren şirketin sosyal yönleri; Patrimonial, kişisel, profesyonel ve aile yönleri: yaratıcı özel kişiden şirketten bağımsız tüzel kişiye.</p>
İş organizasyonu ve süresi	<p>Toplam 30 saat: İletişim saatleri (15 saat) Bireysel öğrenciler eğitime danışarak çalışır (12 saat) Değerlendirme (3 saat)</p>
Ekipman ve kaynaklar	<p>Muhasebe programları, Ders materyalleri, Çevrimiçi örnek/bütçe ve kaynak şablonları Excel tabloları, nakit akış tabloları, Paylaşılan Randevular Kurulu, Proje lideri için mentorluğun oluşturulması ve canlandırılması, Operatörler arası ilişki için mesajlaşma kanallarının kurulması, Ortak adres defteri (banka, kamu yardım ve finansman hizmeti, vergi danışmanları, muhasebeciler, sigortacı vb.)</p>
Öğrenme yöntemleri	<p>Literatür incelemesi; Tipik alıştırmalar ve render; Çevrimiçi kaynaklara ortak erişim: Finansman Planı, finansman dosyası, Bireysel dosya, defter tutma örneği, sigorta dosyası, vergi yönleri, sosyal yönler vb.; Finansman ve Kaynaklar Excel Şablonları; Haftalık bireysel veya toplu takip görüşmesi (proje ilerlemesi, toplantı takibi ve bilgilendirme); Standart dosya şablonu: sigorta, kredi, yasal sözleşme şablonu, zorunlu faaliyet beyanları (Genel Satış Koşulları); Yaratıcının, iş yaratma projesinin ticari etkinliğini geliştirmek için bu yönleri taşeronluk yaptığı eğitim senaryosu; Mentorluk komitesi kavramı.</p>
Öğrenme amacı/hedefleri	<p>AMAÇ 1: Bir iş yaratma projesinin maliyetini ve bütçesini değerlendirmek AMAÇ 2: Finansman ihtiyaçlarını tanımlayın AMAÇ 3: bir finansman planı oluşturun</p>



---

Sonuçlar ve kazanılan yetkinlikler.	Fikirler ve olasılıklar: <ul style="list-style-type: none"><li>• öz farkındalık ve öz yeterlilik;</li><li>• motivasyon ve azim;</li><li>• kaynakları harekete geçirmek;</li><li>• finansal ve ekonomik okuryazarlık.</li></ul>
-------------------------------------	--

---

AMAÇ 1 için eğitimlere kılavuz	<p>Şu konularda bir sunum yapın:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Kurs materyalleri</li><li>- İş kurmanın finansmanı</li><li>- Bir iş yaratmada aranan karlılık</li><li>- Nakit akışı izlemenin kritik incelenmesi.</li><li>- Muhasebe dengesi kavramı</li><li>- Bankacılık ilişkisi</li><li>- Mütevelli hesap ilişkisi</li><li>- Projenin maddi, insani, finansal, aile bağlamı ...</li></ul> <p>- Projenin malzeme, insan, finansal vb. maliyet ve kaynaklarının detayları</p> <p>- Yararlı finansal kaynakları veya diğer kaynakları (maddi bağışlar ve katkılar, endüstriyel varlıklar veya teknik bilgi) bulmak, elde etmek ve toplamak için argümanlar</p> <p>Excel'de Finansman Planının tasarımında ustalaşın</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Günlük nakit akışı izleme tablosunu yönetin ve nötr noktanın noktasını ve zamanını bulun ve iletin</li><li>- Nakit akışı izlemenin muhasebe kavramlarını ve uygulamalarını keşfedin (ödeme koşulları: nakit, sipariş, müşteri kredisi, tahsilatların yönetimi ve bankada mevduat, günlük çek havalesi, faktoring, indirim, kampanya kredisi, kredili mevduat hesabı, kredi maliyet analizi dengesi, marj, karlılık, yatırım getirisi, kar, tasarruf, nakit kapitalizasyon, vb...)</li><li>- Bu ortama özgü bilgi ve kaynakların nasıl bulunacağını bilmek</li><li>- Bu ortamın günlük izleme tablosunu yönetin ve pozitif olarak kontrol edin</li><li>- Bu ağırlıklı olarak bankacılık ve güven ortamına özgü kavram ve uygulamaları kavramak</li><li>- sosyal, muhasebe, vergi, kurumsal sosyal belgelere örnekler.</li></ul> <p>Bir tartışma yönetin.</p> <p>Adayla taslak finansman planı ve nakit akışı tablosu üzerinde çalışın ve bunları adım adım analiz edin.</p> <p>Başlangıç bütçesinden başlayın ve 2 veya 3 gün içinde kademeli olarak hassaslaştırın.</p> <p>Günden güne tamamlayın ve Finansman Planı taslağını daha ayrıntılı hale getirerek güncelleyin, başabaş noktası, eşik ve başabaş tarihi kavramlarını entegre ederek bu şekilde planlayın ve ardından doğrulayın (harcama ve kaynaklar zaman projeksiyonu, muhasebe bakiyesi, nakit fazlası).</p>
--------------------------------	---

---

Başlangıçtaki acil finansal ihtiyaçların, orta vadeli ihtiyaçların, uzun vadeli ihtiyaçların, yatırımın geri dönüşünün, ciro ve marjın borçlanma, kredi, yatırım, indirim, analiz veya teyidi için bir banka hesabının açılması ve banka ile ilişki. satış...

- Defter Tutma: günlük defter tutma, gelir tablosu, bilanço, envanter ...
- Bir muhasebe yazılımı seçimi: ERP, yazar kasa, kasa, faturalama, muhasebe dijitalizasyonu
- Vergi ve sosyal yön: şirket için hangi vergiler ve maliyetler, işveren sosyal yönü
- Patrimonial, kişisel, profesyonel ve aile yönleri: iş ve özel hayat nasıl uzlaştırılır

Planı mümkün olan en iyi şekilde kademeli olarak tamamlayın ve detaylandırın  
Toplamları maddi, insani ve finansal ihtiyaçlara ayırın.

Başabaş noktası, karlılık, marj, kâr, yatırım getirisi gibi çeşitli kavramları analiz edin ...

Acil başlangıç ihtiyaçlarını, orta vadeli ihtiyaçları, uzun vadeli ihtiyaçları, yatırım getirisini, ciroyu ve satış marjını detaylandırarak ihtiyaçları zaman içinde ve gecikmeleri, bir yıldan fazla, 2 yıldan fazla planlayın.

Bu çevreyi ve onun dayattığı ya da alıp götürdüğü sosyal ilişkileri nasıl tanımlayacağını ve takdir edeceğini bilmek.

Nakit akışı gereksinimini analiz edin, ihtiyaç duyulan finansmanı tanımlayın ve planlayın (sermayeyi artırın? Amortisman dönemlerinde oynayın? Tanımlanan karlılığa göre sabit ve değişken maaşları (bonus) planlayın.

Doğrusal, dakik, mevsimlik, yıllık karlılık,

Ticari bir teklifin cirosu, eski moda bir ürünün maliyeti (depolama, geri dönüşüm), maliyet kavramı (sabit ve değişken) kontrol ve azaltma...

Kontrollü karlılığın sonuçlarını ve finansman ihtiyacı üzerindeki etkilerini analiz edin (kredilerin geri ödenmesi, yardım, pazarlık oranı, sunulan garantiler vb.)

Öğrencilerden şunları isteyin:

- Projeleri üzerinde çalışmalarını
- Projelerini, bütçe planlarını, kaynak tablosunu ve karlılık hesaplamalarını analiz etmelerini ve derinleştirmelerini
- Projeye harcadıkları zamanı ölçmelerini, kendi çalışmalarının ve yatırım zamanlarının maliyetini ölçmelerini ve değerlendirmelerini ve karlılığını takdir edin

Bütçelerini ve ilgili kaynakları ve giderleri planlayın.

Projenin süresi boyunca planlanan ihtiyaçlara göre kademeli olarak bir nakit akış tablosu oluşturun (başlangıç, birinci ay sonu, ikinci ay sonu, 1. çeyreğin sonu, 1. dönem sonu, bir yıldan fazla ...)

Öğrenciler arasında projelerle yüzleşin, iyi fikirleri ve en iyi uygulamaları paylaşın



Ziyareti organize edin.

Bir banka, bir müteveli heyeti veya bir muhasebeci ile bir ticaret odası, bir iş yaratma birimi, bir kamu iş yaratma ajansı ile görüşme

Açıklayın.

Kursu ve kurs materyalini açıklayın

Kârlılık ve nakit akışı fazlasını birleştiren tipik bütçelere örnekler verin ve bunları yorumlayın

Hesap bakımı, banka hesabı yönetimi, vergi yönetimi, vergi beyannamelerine somut örnekler verin.

Bu ortamın izlenmesini bireysel ve toplu olarak analiz edin

Grup halinde toplu olarak analiz edin ve ardından önerilen bütçeleri bireysel olarak analiz edin

Adaylara verilen örnekler güvenin

Genç iş yaratıcılarını kendi projelerini ve arabalarını sunmaya davet edin

AMAÇ 2 için  
eğitmenlere  
kılavuz

Şu konularda bir sunum yapın:

Ders ve verilen mali tablo örnekleri

Proje liderleriyle toplu ve ardından bireysel sunum

En iyi bütçe sunumları, finansman planı ve standart nakit akışı izleme tabloları hakkında iyi fikir ve yorumlar toplayın

Bu oluşturma örnek belgelerini öğretim kaynakları olarak ezberleyin.

Öğrencilerden finansal ve muhasebe projelerini karşılaştırmalarını isteyin

Profesyonel danışmanlar bulun

Bir banka ile görüşün ve öğrencilerin bütçelerini, hesaplanan başabaş noktalarını isteyin.

Hedefe ulaşmak için ipuçları

Excel'de Pratik Yapın

Bir zaman yönetimi ve yaratma planlaması pedagojisi tanımlayın

Öfori ve öğrencilerin hayal kırıklıklarını nasıl destekleyeceğinizi ve ustalaşacağınızı bilin

Azim ve sürekli ve sürdürülebilir çalışma mantığı oluşturun

Çevik zihin tutmak

Kârlılığın daha az veya gecikmiş olabileceğini kabul edin

Gerekirse projenin insani boyutunu kabul etmek, üçüncü kişilerle paylaşmak

Fikrinizi marjını ve karlılığını koruyun

Hem başarılarından hem de başarısızlıklardan yararlanın

Risk alma, hırs, sağduyu ve sezgi üzerinde ölçün ve oynayın.

AMAÇ 3 için  
eğitmenlere  
kılavuz

Sunum yapın

İlk ders materyali

Verilen ve kullanılan mali tablo ve nakit akış planı örnekleri.

İçerik oluşturucularla toplantılar için takip yöntemleri

Finansman planı ve nakit akışı takibini ve karlılığı etkileyen muhasebe, vergi ve sosyal katkı kuralları...

İçerik oluşturucularla verilen ve değiş tokuş edilen bilgilerin gizliliğini garanti edin.

Tartışmayı yönetin.

Adaylar arasında

Aralarında bir tartışma forumu/kanal açın .

Mentorlara ve/veya öğretmenlere güvenin

Mali bütçe ve yaratma tekliflerinin yapıcı eleştirisi (Bazı projeler uygulanabilir veya gerçekçi değildir, diğerleri belirli koşullar altında olabilir veya öyle olur)

Öğrencilerden

Hedeflerini, oluşturma programlarını, iş çalışma planlarını tanımlayın

Kuralları ve finansal kısıtlamaları (defter tutma, muhasebe dürüstlüğü,

yaratıcının marjı kavramı, gerçeklik ve vergileri ve sosyal katkıları dikkate alma)

kabul edin (Yaratıcıya ödenecek marj genellikle vergi marjından daha düşüktür)

maaş, gelir, amortisman kazanmak , vb.) Sabırlı olurken hızlı karar verme

zorunluluğunun farkında olun.

Artan kârlılık araştırmasının sonuçlarını analiz etmek (kurşun süresi, kişisel

çalışma, risk alma, ek yatırım, daha pahalı sigorta, daha yüksek banka oranı,

üçüncü taraf çalışanların işe alınması).

Günlük muhasebe takibine ek olarak 3, 6, 12 aylık finansal tabloları hazırlamak.

Ayrıca ticari fiyatlandırma politikasının etkinliğini düzenli olarak güncelleyin ve gözden geçirin

Ziyareti organize edin...

Mentorlarla, adaylar arasında ve daha sonra proje başlatıldığında, ortak

bankalar, ortaklar, aile, vergi ve sosyal hizmetler, eşler, çocuklar ile tekrar eden toplantılar.

İş yaratıcıları için iş yaratma alanlarını, kampüsleri ve ortak çalışma alanlarını ziyaret edin.

Ziyaret etmek ve ziyaret etmek için fiziksel modelleri ve analiz etmek ve çoğaltmak için muhasebe şablonlarını ziyaret etmek ve erişilebilir kılmak

Açıklayın.

Öğretmenlerin görüşlerini, önerilerini her zaman açıklayın (Eğitmen girişimcinin yerine yaratma projesini taşımaz, ona koçluk yapar ve projeyi önerilerle zenginleştirir).

Planlamanın başarısızlığını veya zorluklarını veya ertelenmesini veya olası hayal kırıklıklarını dramatize etme

Elde edilen veya imkansız olan hiçbir şey yoktur, diğer yaratım projelerini ve rekabet eden veya tamamlayıcı yapıları kabul edin ve anlayın ve onlardan bir başabaş noktasına ve sürdürülebilir bir kârlılığa ulaşmak için ders çıkarın.

Hedefe ulaşmak için ipuçları

Zamanı yönetin, ileriye doğru hareket edin ve hızlandırın, ancak programları acele etmeden ve iş projesini bulmak ve birleştirmek için gerekli adımları atlamadan.

---

	<p>Başabaş noktası ve karlılık, marj, ücretler, istenen ve elde edilen kazançlar kavramlarını nasıl değerlendireceğinizi bilin.</p> <p>Bütçe kavramlarıyla ilgili olarak bir iş yaratma projesinin devamını veya düzeltilmesini takdir edin Muhasebe ve bütçe gerekliliğini kabul edin Muhasebe ve bütçe karlılığı kavramını kabul edin. Karlılığın yalnızca orta vadede gerçekleştiğini kabul edin</p> <p>Zamanınızın finansal değerini ölçün ve her zaman hesaba katın</p> <p>Bir iş yaratma ve bir çalışan pozisyonunu koruma arasındaki maliyetleri karşılaştırın</p>
Yetkinlik tanımının değerlendirilmesi	<p>Yaklaşımın açıklaması Bir iş planına göre yaklaşım İş planına ve bütçe unsurlarına saygı gösterme yetkinlik Proje üzerinde paylaşma ve tartışma yetkinliği Sabır İrade İş planınızı basitçe özetlemeyi ve açıklamayı öğrenin veya öğretin Öfori ve caydırıcılığın yönetimi Muhasebe, finansal beceriler İşe saygı, taahhütlerin tutulması (bankacılık takibi, nakit takibi) Beklenen takvim, Tedarikçilere, bankaya, üçüncü şahıslara, fon verenlere karşı dürüstlük ve muhasebe dürüstlüğü Özel hayat yönetimi ve iş hayatı</p> <p>Açıkça sunulan fikir, pazar ihtiyacı, potansiyel müşteriler vb.</p> <p>Proje bütçesi oluşturma, Finansman ihtiyaçları ve planı, Kaynak tablosu Proje nakit akışının takibi Nakit akışı planında başabaş noktası Kaynakların amortismanı ve yatırım getirisi Bir iş kurmak için finansal ortam Banka hesabı açma ve banka ile ilişki Defter Tutma: günlük defter tutma, gelir tablosu, bilanço, envanter ... Muhasebe yazılımı seçimi: ERP, yazar kasa, kasa, faturalama, muhasebe dijitalizasyonu yasal yön Vergi ve sosyal yönler: gerçek kişi girişimci, işveren yönü Patrimonial, kişisel, profesyonel ve aile yönleri: yaratıcıdan şirkete bağımsız tüzel kişiye</p>
Değerlendirme araçları örnekleri	<p>Somut araçlar için öneriler: Excel finansal alıştırmaları Karlı bir işletmenin iş planı ve modellemesi</p>

---

Tipik bir projenin gider ve maliyet tablosu ve ardından yaratıcının projesine uyarlanır

Finansman tabloları ve karlılık ölçümünün izlenmesi

Kaynak tablosu

Nakit akışı izleme tablosu ve gösterge tablosu

Başabaş ve karlılık planlaması

Kaynak amortismanı ve ROI tablosu

Finansman planlama projesi

Yasal Durum projesi

Banka kaydı

sosyal dosya

Vergi dosyası

miras dosyası

Banka ekstresi, okuma analizi

Banka bağlantısı

ERP muhasebe yazılımını seçme kriterleri

Muhasebe yazılımının çevrimiçi kullanımı veya kullanımı

Defter tutma alıştırmaları

Raporlama yapın

İnternette çevrimiçi

Paylaşılan kaynaklarda

Yaratıcı adayların her randevu veya ziyaretinin kısa raporlarında (görüşmenin değerlendirilmesi, olumlu, olumsuz, özet, şimdi yapılması gerekenler, doğrulananlar, iş planına ve bütçeye göre bilgi ve ilerlemenin aşamalı olarak istiflenmesi, programları ...)

Projenin karlılık yapısının değerlendirilmesi

Sabit ve değişken maliyetlerde başabaş noktası ve karlılık

Projenin konsolide sürdürülebilirliğinin ve karlılığının değerlendirilmesi

Bu sürdürülebilirlik için verilen sigorta (Sigorta, kapitalizasyon, iş geliştirme, iş döngüsü...)

Kısa, orta ve uzun vadede şirket yaratıcısının patrimoniyal, kişisel, profesyonel ve aile yönlerini ilişkili bağlam olarak göz önünde bulundurarak: yaratılıştan bireysel kişi yaratıcısı ile şirkete, özerk tüzel kişiye geçiş arasındaki köprüleri düşünün.

Yol gösterici sorular

Fikriniz bir ihtiyacı karşılıyor mu?

Ürün veya hizmet, yaşam hedeflerinizle eşleşiyor mu?

Proje bütçesi, içerik oluşturucu tarafından kabul edilebilir mi?

Finansörler kimler?

Proje bütçesi üçüncü taraf kurucu ortaklar için kabul edilebilir mi?

Başabaş noktası anlaşıldı mı ve yaratıcı tarafından kabul edilebilir mi?

Ya kârlılık kabul edilmezse?

Üçüncü taraf kurucu ortaklar için başabaş noktası kabul edilebilir mi?

Hangi finansal ve muhasebe argümanı kurucuları ikna edebilir?

Yaratıcı kendine yatırım yapmadan yaratabilir mi?

Bir banka projeye nasıl yardımcı olabilir?

Banka ile ilişki yaratıcı için anlaşıldı ve kabul edildi mi?

Başka hangi mali yardımlar katılabilir?

Projenin finansal iş planını doğrulamak için kiminle iletişime geçilmelidir?  
Bir muhasebeciyle çalışmanın amacı nedir?  
Onunla ne zaman tanışmaya başlamalı?  
Projenin finansal riskleri, yasal, mali, sosyal ve mülkiyet riskleri nelerdir?  
Yaratıcıyı finansal risklere karşı nasıl korursunuz?  
Proje ortamının yaratıcısı nasıl korunur?  
Noter, avukat, muhasebeci, bankacı olarak hangi iyi ortaklar seçilmeli?  
Bu ortaklar kimler ve ne yapıyorlar?  
Yaratıcı onlarsız yaratabilir mi?  
Projenin özel ortamıyla ilgili olarak hangi yardımlar müdahale edebilir?  
Projenin çevresel yönünü doğrulamak için kiminle iletişime geçilmelidir?  
Bir kamu işletmesi oluşturma yardım hizmetiyle neden ve ne zaman tanışmalısınız?  
Bir sigortacının iş yaratmadaki yeri ve rolü nedir?  
Oluşturma projesinde idari yönler planlanmış mı?  
İş projesinin vergi bağlamı nasıl kontrol edilir?  
Vergi idaresinden hangi destek alınabilir?  
Oluşturma projesinde KDV ve kurumlar vergisi nasıl değerlendirilir?  
Kârlılık KDV ve kurumlar vergisini nasıl değerlendirir?  
Kârlılığın mali bağlamı nasıl kontrol edilir?  
Proje üzerindeki karlılık etkisi nedir?  
Şirkette günlük çalışma sorunu nasıl ortaya çıkıyor?  
İçerik oluşturucu çalışanları işe almalı mı, neden ve ne zaman?  
Maaşların projeye etkisi nedir?  
Projenin varlıkları, kökenleri, amortismanları, yenilenmeleri nelerdir?  
Bu işe başlamak hayatınızı nasıl etkileyecek?  
İş ve özel hayatı dengeleyin. Harcamaların kontrolü ve özel veya aile varlıklarından ayrı ticari faaliyetler  
Ailemi nasıl dahil ederim?  
İş çözümünüz ne kadar benzersiz?  
Orta vadede ticari teklifin geleceği ne olacak?  
Neden bir iş kurmak?

Geri bildirim  
toplama

İpuçları ve öneriler

Projenizde bulunan karlılığı bilin ve kabul edin  
Karsız bir projeden nasıl vazgeçileceğini bilmek  
Yardım ve eşlik edilmeyi bilmek ve kabul etmek  
Herhangi bir yapıcı eleştiriyi nasıl kabul edeceğini ve dikkate alacağını bilmek  
azimli olmak  
Tüm projenin bağlamını ve belirli ortamını bilmek ve kabul etmek  
Bir modelin belirli bir bağlama ve ortama uyum sağlaması gerektiğini anlayın  
Dikkatli olduğu kadar girişimci olmayı da öğrenin

## İşletmenin sonuçlarının gözden geçirilmesi



### III.8. İşletmenin sonuçlarının gözden geçirilmesi

İşletmenin sonuçlarının gözden geçirilmesi	
Giriş ve gerekçe	<p><b>Göreve genel bakış.</b> Öğrencilerin girişimlerinin sonuçlarını akranlarına, eğitim kurumu topluluğuna, mentor şirketlere veya potansiyel müşterilere sunmaya hazır olduklarından emin olmanız gerekir.</p> <p><b>Temel amaç:</b> finansal verileri ve müşteri geri bildirimlerini içeren bir rapor hazırlamak, işletmeyi değerlendirmek, işin ne kadar iyi performans gösterdiğini değerlendirmek, güçlü yönleri ve iyileştirilebilecek alanları vurgulamak ve iyileştirmeleri uygulamak için yapılması gereken eylemleri önermek.</p> <p><b>İçerik.</b> Öğrenciler, bir işletmede 3-7 nolu başlıklarda açıklanan tüm işletme faaliyetleri sırasında ulaşılan sonuçları özetlemeyi ve mali verileri, gümrük geri bildirimlerini kullanmayı ve nihai rapor hazırlamayı öğrenmelidir. Bir iş raporu, bir şirketin operasyonları, üretimi, belirli departmanın içgörülerini ile ilgili geçmiş bilgileri sağlayan ve iş fonksiyonlarını düzenlemek için gereken gelecekteki karar verme süreçleri veya olgusal içgörüler için bir temel oluşturan bir veri kümesidir.</p>
İş organizasyonu ve süresi	<p>Toplam 25 saat: İletişim saatleri (10 saat) Bireysel öğrenciler eğitmen danışmanlığında çalışır (12 saat) Değerlendirme (3 saat)</p>
Ekipman ve kaynaklar	<p>Muhasebe programı Belgelerin standartları/şablonları. İUF'nin metodik literatürü. Doldurulmuş belgelere örnekler.</p>
Öğrenme yöntemleri	<p>Önerilen literatür ve internet kaynaklarının incelenmesi, belge örnekleri; Konuşma-tartışma/ Çevrimiçi Tartışma Panoları; Bir görevin bireysel veya grup performansı; Vaka Analizi; Rapor ve sunumun değerlendirilmesi.</p>
Öğrenme amacı/hedefleri	<p>AMAÇ 1: Müşteri analizi yapmak ve şirketin ana hedeflerine göre performansını değerlendirmek. AMAÇ 2: Şirketin sonuçlarına ilişkin raporu tamamlamak ve sunmak.</p>
Sonuçlar ve kazanılan yetkinlikler.	<p>Fikirler ve olasılıklar: • fikirlere değer vermek; • etik ve sürdürülebilir düşünce; Kaynaklar: • finansal ve ekonomik okuryazarlık; • başkalarını harekete geçirmek; Eylem: • belirsizlik, belirsizlik ve riskle başa çıkma.</p>
AMAÇ 1 için eğitmenlere kılavuz	<p>Şirket mal ve hizmetlerinin müşterilerin ihtiyaçlarını ne kadar etkili bir şekilde karşıladığını öğrencilerle tartışın. Bu ihtiyaçların ne olduğundan tam olarak emin değillerse, öğrenciler daha fazla müşteri analizi yapmalıdır.</p>

---

	<p>Müşterilerden geri bildirim almak için kullanılacak yöntemler (anketler, çevrimiçi anketler, bir sosyal medya sayfasından yorumlar, odak grupları vb.) hakkında bir sunum yapın.</p> <p>Öğrencilerden kendi geri bildirim formlarını oluşturmalarını ve bunları geliştirmek için akran değerlendirmesini kullanmalarını isteyin, toplama sürecini organize edin.</p> <p>Müşterilerden gelen geri bildirimlere göre, öğrencilerden ürünlerinizde veya hizmetlerinizde, personel seviyelerinizde veya iş prosedürlerinizde nerelerde iyileştirmeler yapılabileceğini belirlemelerini isteyin.</p>
AMAÇ 2 için eğitimlere kılavuz	<p>Öğrencilerle şirketin finansal durumunun nasıl gözden geçirilebileceği ve bir işletmenin sonuçları bir hedef kitleye rapor edilirken neden bir mali incelemenin dahil edilmesi gerektiği konusunda tartışın.</p> <p>Şirketin finansal verilerinin nasıl analiz edileceğine dair bir sunum yapın (nakit akışı, varyans analizi, gelir tabloları, finansal durum tabloları, oran analizi vb. dahil).</p> <p>Öğrencilere iyi ve kötü bir resmi rapora ilişkin birkaç örnek verin ve resmi bir rapora neyin dahil edilmesi gerektiğini tartışın.</p> <p>Tartışmalardan sonra öğrencilere göstermek için resmi rapor şablonunu hazırlayın.</p> <p>İyi ve kötü sunum örnekleri bulun ve öğrencilere gösterin. Onlardan iyi bir sunumun ne olduğunu tartışmalarını ve akranları, danışmanları, yerel küçük işletme bankası yöneticisi, küçük işletme sahibi olabilecek ebeveynler veya yerel girişimcilerden oluşan bir izleyici kitesine kendi sunumlarını hazırlamalarını isteyin.</p>
Yetkinlik tanımının değerlendirilmesi	<p>Şirketin finansal verilerini ve müşteri geri bildirimlerini kullanarak sonuçların açıklamasını içeren yazılı bir rapor, sonuçların tespit edilen sorun, durum veya sorun değerlendirmesi ve kilit hedef alanlara etkisi, şirketin sonuçlarını iyileştirmek için bir dizi eylem.</p> <p>Sunum – ana amacı harici bir kitleye sunmaktır.</p>
Değerlendirme araçları örnekleri	<p>Yazılı iş raporu, bir iş raporunun belirli bölümlerine göre değerlendirilir.</p> <p>Raporun sunumu profesyonel olmalı, mantıksal olarak yapılandırılmış olmalı ve doğru finansal terminolojiyi içermeli ve şu kriterlere göre değerlendirilebilir:</p>

Sunum değerlendirme Kriterleri Örneği	Maks. puan
Bir konunun içeriğini sunum süresi içerisinde iletebilme.	1
Etkileyici, Serbest Konuşma: Stil, hız, dil, tüm düşünceler ve fikirler tutarlı bir şekilde açıklanır	3
Soruların cevapları: tartışmacı, açık, emin	2
Slaytlar hazırlayın (PowerPoint, vb.): mantıksal olarak yapılandırılmış, gramer veya üslup hataları olmayan metin, doğru finansal terminoloji, doğru bilgiler, kısa ve spesifik cümleler, yazı tiplerinin seçimi ve eşleştirilmesi, arka planlar, efektler (aşırıya kaçmadan); görsellik, renk ve görüntüde bütünlük.	2



Seyirci yönetimi: hoş geldiniz, ilgi çekici giriş, hedef kitlenin odaklanmasını sağlama (çeşitli sorular, alıntılar, hikayeler, gerçekler, kayıtlar, karşılaştırmalar, dinleyicilere bakma vb. ile yardımcı olma) sorunsuz tamamlama (son cümleler, sonuçlar), duruş.	2
Toplam	10

Yol gösterici sorular	<p>Bir iş performansını nasıl değerlendirirsiniz? Müşteri memnuniyetini nasıl ölçüyorsunuz? Öğrencilerinizin belirlediği müşterilerinizin ihtiyaçlarında ne gibi değişiklikler oldu? Hangi ürün ve hizmetleriniz başarılı? Hangisi planlandığı gibi performans göstermiyor? Bir şirketin finansal performansını nasıl değerlendirirsiniz? Şirketler finansal tabloları nasıl inceler? İşletme karlı bir şekilde çalışıyor mu? Satış fiyatının yüzde kaç, ürün veya hizmeti sağlama veya üretme maliyetini karşılar? Satış fiyatının yüzde kaç işletmenin sabit maliyetlerini karşılar? Finansal Raporlamanın faydaları nelerdir? Bir İş Raporunun Temel Unsurları Nelerdir? İş şimdi nerede ve nereye gidiyor? Şirketinizin sonuçlarını değerlendirmek için hangi adımları izliyorsunuz? Bu süreci nasıl iyileştirebilirsiniz? ...bu ürün? Nasıl daha fazla müşteri çekmeyi planlıyoruz?</p>
Geri bildirim toplama	<p>Öğrenmeyi değerlendirmenin ve öğrencilerden geri bildirim almanın etkili bir yolu soru sormaktır. Konu 8 hakkında birkaç cevap toplamak için Kahoot'u kullanın.</p>

**KONU: 8. İşletmenin sonuçlarının gözden geçirilmesi.**

Adı	Format	Tanım	Bağlantı:	Dil
16 Tür Müşteri İhtiyacı (ve Nasıl Çözülür) Allie Bresch tarafından yazıldı.	Makale	Bu makalede şunları öğreneceksiniz: müşteri ihtiyaçlarının tanımı. Müşterilerin ihtiyaç türleri; Müşteri ihtiyaçları nasıl belirlenir. Bir müşterinin ihtiyaç analizi nedir. Müşterilerinizin ihtiyaçlarını nasıl çözersiniz; müşteri hizmetleri türleri.	<a href="https://blog.hubspot.com/service/customer-needs">https://blog.hubspot.com/service/customer-needs</a>	EN
Müşteri Memnuniyeti Anketleri ve Araştırması: CSAT Nasıl Ölçülür? Nick Hague ve Paul Hague tarafından yazıldı	Makale	Müşteri sadakati açısından nerede durduğunuzu ölçmeye başlamanın bir yolu olarak müşteri memnuniyeti anketi yapmakla ilgili her şey.	<a href="https://www.b2binternational.com/publications/customer-satisfaction-survey/">https://www.b2binternational.com/publications/customer-satisfaction-survey/</a>	EN
Kar ve zarar ve bilançolar	Makale	Küçük işletmelerle ilgili iki temel finansal tablo vardır: kar ve zarar, bilanço. Mali göstergelerin ve formüllerin tanımı.	<a href="https://www.smallbusiness.wa.gov.au/business-advice/financial-management/reviewing-your-finances">https://www.smallbusiness.wa.gov.au/business-advice/financial-management/reviewing-your-finances</a>	EN
Etkili Bir Mali Tablo Analizinin 6 Adımı Dubos J. Masson, PhD, CTP, FP&A tarafından yayınlandı: 3/9/2018	Makale	Mali tabloların etkili bir analizini geliştirmek için genellikle altı adım vardır.	<a href="https://www.afponline.org/ideas-inspiration/topics/Makales/Details/6-steps-to-an-effective-financial-statement-analysis">https://www.afponline.org/ideas-inspiration/topics/Makales/Details/6-steps-to-an-effective-financial-statement-analysis</a>	EN
Finansal Raporlama ve Analizin Önemi: Temel Rehberiniz Bernardita Calzon tarafından Gösterge Tabloları, 17 Mart 2021	Makale	Bu soruları yanıtlayan rehber: Finansal raporlama ve analiz nedir? Tüm şirketler bunu aynı şekilde mi yapıyor? Finansal raporlamanın önemi nedir? Finansal raporlamanın amacı nedir? İş kararları vermek söz konusu olduğunda bazı kullanım durumları nelerdir? Bu tür	<a href="https://www.datapine.com/blog/financial-reporting-and-analysis/">https://www.datapine.com/blog/financial-reporting-and-analysis/</a>	EN

		raporlamanın gerçek dünyada rolü nedir?		
Resmi İş Raporu Nasıl Yazılır (Örneklerle)	Makale	Bu yazıda, resmi bir iş raporunun ne olduğu, nasıl yazılacağı (adım adım profesyonel bir iş raporu oluşturma kılavuzu) açıklanmış ve bir örnek verilmiştir.	<a href="https://www.indeed.com/career-advice/career-development/formal-business-report-example">https://www.indeed.com/career-advice/career-development/formal-business-report-example</a>	EN
İŞ RAPORLARI. Yazar: Eggins, M.	Klavuz	Açık ve doğru yapılandırılmış iş raporlarının nasıl üretileceğine dair pratik öneriler	<a href="https://library.unimelb.edu.au/data/assets/pdf_file/0005/1924160/Business_Reports.pdf">https://library.unimelb.edu.au/data/assets/pdf_file/0005/1924160/Business_Reports.pdf</a>	EN
2020 İçin Harika Bir Yıllık Rapor Nasıl Yazılır ve Tasarlanır (+10 Hızlı İpucu) Yazan Brenda Barron 31 Ağ 2020	Klavuz	Harika bir yıllık rapor, şirket hakkında bilgi paylaşmak ve şirketin markasını ve kimliğini tanıtmak için mükemmel bir fırsat olduğundan, bu kılavuzda yazar, yıllık raporunuz için doğru kurulumu nasıl seçeceğinizi, yıllık raporu yazma ve tasarlama adımlarını ve yol boyunca lazım olacak ipuçları ve yararlı bilgileri paylaşıyor.	<a href="https://business.tutsplus.com/tutorials/how-to-write-design-annual-report--cms-35671">https://business.tutsplus.com/tutorials/how-to-write-design-annual-report--cms-35671</a>	EN
Küçük İşletmelerin Başarısını Ölçmenin 6 Yolu.Mike Kappel	Makale	İşte iş performansını ölçmenin birkaç yöntemi.	<a href="https://www.forbes.com/sites/forbes-personal-shopper/2021/04/09/sams-club-membership-deal/?sh=34acc96a5491">https://www.forbes.com/sites/forbes-personal-shopper/2021/04/09/sams-club-membership-deal/?sh=34acc96a5491</a>	EN
Yıllık Raporunuzda Harika Bir Hikaye Nasıl Anlatılır (Artı Örnekler) Katy French tarafından kaleme alınmıştır.	Makale/ video materyalleri	Harika bir yıllık raporun anahtarı, dahil ettiğiniz bilgileri, emrinizde olan her hikaye anlatım aracını kullanarak ilginç bir hikayeye dönüştürmektir. İlgi çekici bir rapor oluşturmanıza yardımcı olacak adım adım kılavuz.	<a href="https://www.colu mnfivemedia.com/7-ways-compelling-annual-report">https://www.colu mnfivemedia.com/7-ways-compelling-annual-report</a>	EN

## Ekler

## Ekler

### Anket No. 1. Girişimcilik becerileri

Amaç: Öğrencinin temel ve ileri düzeyde girişimcilik becerilerini, girişimci tutumunu ve girişimcilik niyetini değerlendirmek.

Sevgili cevaplayıcı,

Bu anketi yanıtlayarak işbirliğinizi rica ediyoruz. Cevaplarınız girişimcilik eğitiminin düzeyinin, girişimcilik tutumunun ve girişimcilik niyetinin ne olduğunu bilmekte yardımcı olacaktır. Yanıtınız yalnızca anket amacıyla kullanılacaktır. Katılımınız için sonsuz teşekkürlerimizi sunarız.

---

Demografik Veri

---

E-posta Adresim: \_\_\_\_\_

---

Ad: \_\_\_\_\_

---

Cinsiyetim:

- Kadın
- Erkek
- Belirtmek istemiyorum

---

Yaşım:

- 14-18
- 18-25
- 25-30
- 30-35
- 35 ve üzeri

---

Yaşadığım yer :

- Köy
- Kasaba
- Şehir
- Başkent

---

Mezuniyetim :

- İlköğretim
- Ortaöğretim
- Lisans
- Yüksek Lisans
- Doktora
- Diğer

---

10 yıl içerisinde kendimi şu noktada görüyorum:

- Yurt dışında yaşamak ve bir şirkette/kuruluştta çalışan olarak çalışmak
  - Yurtdışında yaşamak ve bir şirket/kuruluş yöneticisi olarak çalışmak (departman başkanı vb.)
-

- 
- Yurtdışında yaşamak ve bir şirket/kuruluşun CEO'su/başkanı olarak çalışmak
  - Yurtdışında yaşamak ve bir şirket sahibi olarak çalışmak
  - Yurtdışında yaşamak ve serbest meslek sahibi olarak çalışmak
  - Şu anda yaşadığım yerde kalmayı ve yerel bir şirket/kuruluştta çalışmayı planlıyorum.
  - Şu anda yaşadığım yerde kalmayı ve kendi işimi kurmayı planlıyorum
  - Şu anda yaşadığım yerde kalmayı ve serbest meslek sahibi olarak çalışmayı planlıyorum.
  - Daha büyük bir şehre/başkente taşınmayı ve bir şirkette çalışan olarak çalışmayı planlıyorum
  - Diğer
- 

Lütfen Seçiminizi/Seçimlerinizi Açıklayın:

---

Seni Girişimci Olmaya Ne Motive Eder?

- Alanımdaki olasılıkları görüyorum
  - Kendimi Denemek İstiyorum
  - İyi Fikirlerim Var
  - Ailemin zaten bir işi var
  - Yabancı Yatırımcıları Sevmiyorum
  - Kendi Patronum Olmak İstiyorum
  - Diğer:
- 

Girişimci Olma Motivasyonunu Ne Düşürür? \*

- Bürokrasi ve Fon Yetersizliği
  - Altyapı Eksikliği
  - İşletme Yönetimi Konusunda Bilgi Yetersizliği
  - Yasal Gereklilikler konusunda Bilgi Yetersizliği
  - Devlet Desteği (ödenek) Konusunda Bilgi Yetersizliği
  - İyi Fikirlerin Yetersizliği
  - Öz Güven Eksikliği
  - Başarısız Olma İhtimali
  - Yüksek İşletme Maliyeti (vergiler, vb.) Q
  - Diğer:
- 

Lütfen Seçiminiz/Seçimleriniz Açıklayınız:

---

---

Öz-bilişsel matris				
	Herzaman	Sıklıkla	Bazen	Asla
Olayları tahmin etmeyi severim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yeni veya farklı olan her şeye önem veririm.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kendimi canlı ve enerjik biri olarak görüyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Değişikliklere kolayca uyum sağlarım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yeni zorluklarla karşılaştığımda heveslenirim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Risklerle karşı karşıyayken motive oluyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Başarısızlıkları kabul ediyorum ve onlardan yararlanıyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Çalışırken metodik ve disiplinliyim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diğer insanlarla kolayca iletişim kurarım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gerçekleştirmem gereken tüm faaliyetleri ayrıntılı olarak planlıyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İşimin giderlerini ve karlarını tahmin ediyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kesinlikle sonuç odaklıyım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olası risklerin farkındayım ve bunlarla nasıl başa çıkacağımı biliyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Temel Girişimcilik becerileri *				
	Çok doğru	Kısmen doğru	Doğru ancak eksiklikler var	Hiç doğru değil
Herhangi bir şeyi satabilirim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finansal planlama ve muhasebe konusunda iyi bir anlayışa sahibim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İyi pazarlık kabiliyetim var	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İngilizce seviyem yabancı ortaklarla müzakere yapmak için yeterli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İyi sunum becerilerine sahibim (hem ana dilimde hem de İngilizce olarak)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pazarlama stratejilerini biliyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finansal ve ekonomik kavramlar hakkında iyi bir genel anlayışa sahibim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
AB meseleleri ve politikaları hakkında iyi bir genel anlayışa sahibim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proje Yönetimi prosedürlerine ve araçlarına aşinayım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İnovasyon Yönetiminin ne olduğunu biliyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yaratıcı düşünmenin anlamını biliyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kendimi çok-kültürlü bir insan olarak görüyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
"Doğru ama eksiklikleri var" veya "Hiç doğru değil"i seçtiyseniz lütfen nedenini açıklayın.				



Gelişmiş beceriler ve yetkinlikler *				
	Çok doğru	Kısmen doğru	Doğru ancak eksiklikler var	Hiç doğru değil
Yeterince özgüvenliyim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İşimi teslim tarihinden önce başarabilmek için nasıl öncelik vereceğimi biliyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bir çatışma ortaya çıktığında, durumla nasıl başa çıkacağımı biliyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sorunlar söz konusu olduğunda güçlü bir şekilde çözüm odaklıyım.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Başkalarını kolayca motive edebilirim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Risk almaktan korkmuyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Genel olarak, kendimi olumlu bir insan olarak görüyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İnisiyatif almayı severim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İş söz konusu olduğunda genellikle esneğimdir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Profesyonel olarak gelişmek ve öğrenmeye devam etmek için istekliyim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Çalışırken disiplinliyim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diğer insanlarla kolayca iletişim kurarım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gerçekleştirmem gereken tüm faaliyetleri ayrıntılı olarak planlıyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İşimin giderlerini ve karlarını tahmin ediyorum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kesinlikle sonuç odaklıyım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olası risklerin farkındayım ve bunlarla nasıl başa çıkacağımı biliyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kolayca kararlar alabilirim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bir toplantıyı etkili bir şekilde yönetebilirim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aktiviteleri ertelememeye ve her şeyi zamanında bitirmeye çalışırım.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bir işin yürütülmesinde son tarihlere uyarım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Takımları yönetmeyi severim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Takımlar halinde çalışırım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Anket No. 2. Girişimcilik Niyeti

Amaç: Öğrencilerin girişimcilik eğitimlerini ve girişimcilik niyetlerini değerlendirmek.

Sayın yanıtlayıcı,

Bu anketi yanıtlayarak işbirliğinizi rica ediyoruz. Cevaplarınız girişimcilik eğitiminin düzeyinin, girişimcilik tutumunun ve girişimcilik niyetinin ne olduğunu bilmekte yardımcı olacaktır. Yanıtınız yalnızca anket amacıyla kullanılacaktır. Katılımınız için sonsuz teşekkürlerimizi sunarız.

Proje Fikriniz Var mı? \*

- Evet
- Hayır

Başlamak için ne tür bir yardıma ihtiyacınız var? \*

- Eğitimler
- Finansman
- Altyapı
- Fikirler
- Ortaklar
- Diğer:

İhtiyacınız olan her şeye sahip olsaydınız, ne tür bir işe başlardınız? \*

- Kendi ürün(ler)imi satardım
- Diğer şirketlere/kişilere hizmet verirdim
- Tamamen yeni ve farklı bir şeyim var
- Diğer:

Ülkenizde, şehrinizde veya toplumunuzda herhangi bir iş fırsatı görüyor musunuz? \*

- Evet
- Hayır

Cevabınız evet ise, lütfen ne oldukları hakkında ayrıntılı bilgi verin.

*Cevabınız*

Bir girişimci için aşağıdakiler ne kadar önemlidir: *						
	Bilmiyorum	Önemli Değil	Biraz Önemli	Orta Derecede Önemli	Oldukça Önemli	Çok Önemli
Girişimciliğin doğasını anlamak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bir fikri tanımlayabilmek ve geliştirebilmek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İş ortamını anlamak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bir girişimcinin uğraşması gereken kişisel sorunları anlamak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yeni girişimlerin itici güçlerini anlamak ve belirlemek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bireysel veya bir ekibin parçası olarak iş ve yönetim konularında araştırma yapabilmek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gerektiğinde yaratıcı ve eleştirel düşünebilme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İş risklerini değerlendirebilmek ve yönetebilmek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Halkla ilişkiler/pazarlama becerilerini kullanabilmek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Anket No. 3. Girişimcilik Değerlendirmesi**

Amaç: Öğrencilerin girişimcilik eğitimlerini, girişimci tutumlarını ve girişimcilik niyetlerini değerlendirmek.

Sevgili cevaplayıcı,

Bu anketi yanıtlayarak işbirliğinizi rica ediyoruz. Cevaplarınız girişimcilik eğitiminin düzeyinin, girişimcilik tutumunun ve girişimcilik niyetinin ne olduğunu bilmekte yardımcı olacaktır. Yanıtınız yalnızca anket amacıyla kullanılacaktır. Katılımınız için sonsuz teşekkürlerimizi sunarız.

Yönergeler (lütfen bu ankette verilen kutuların üzerine bir onay işareti (✓) koyarak bu ifadelerin her birine katılma veya katılmama düzeyinizi belirtin. Kesinlikle Katılmıyorum (SD) = 1. Katılmıyorum (D) = 2. Kararsızım (N) = 3. Katılıyorum (A) = 4. Kesinlikle Katılıyorum (SA) = 5

Bölüm I. - Girişimcilik eğitimi					
Madde	(SD) 1	(D) 2	(N) 3	(A) 4	(SA) 5
1 Girişimcilik istihdam yaratır					
2 Girişimcilik satmak-istihdam etmek demektir					
3 Girişimcilik, birini bağımsız hale getirebilir					
4 Girişimci ekonomik kalkınmaya katkıda bulunur					
5 Girişimciler zenginlik yaratmak için kaynakları toplar					
6 Girişimciler, iş ortaklarıyla buluşmak için etkinliklere katılır					
7 Girişimciler, reklam yapmak için yaratıcı yeteneklerini kullanır.					
8 Girişimcilik, başkalarının görmediği fırsatları görmeye yardımcı olur					
9 Girişimciler dünya ekonomisini yönetir					

<b>Bölüm II. Girişimci Tutum Davranış Bileşeni</b>					
Madde	(SD) 1	(D) 2	(N) 3	(A) 4	(SA) 5
1 Girişimcilik derslerinden keyif aldım					
2 Aldığım girişimcilik dersleri, girişimcilik kariyerine devam etme ilgimi artırdı					
3 Girişimciliği ana konular gibi çok önemli bir konu olarak görüyorum.					
4 Aldığım girişimcilik eğitimi beni mezun olduğumda bilinçli kararlar vermeye hazırladı.					
5 Girişimcilik becerilerini öğrendiğim için mutluyum					
6 Girişimciliği bir kariyer seçeneği olarak görüyorum					
7. Aldığım girişimcilik eğitimi liseden sonra girişimciliğe atılmak için ilgimi çekti					
8 Girişimcilik öğretmenlerim, başarılı girişimcilerle tanışmama ve onlarla etkileşim kurmama yardımcı oldular.					
9 Öğretmenler, olası girişimciler olmak için motivasyona öncülük eden başarılı girişimcilerle tanışmama yardımcı oluyor.					

<b>Bölüm III. Girişimcilik Tutumu - Bilişsel Bileşen</b>					
	(SD) 1	(D) 2	(N) 3	(A) 4	(SA) 5
2. Girişimcilik eğitimi bana müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek hizmetler ve/veya ürünler yaratmayı öğretti.					
3. Girişimcilik eğitimi bana başarılı bir şekilde iş planları geliştirmeyi öğretti.					
4. Girişimcilik eğitimi sayesinde artık yeni bir iş kurma becerilerine sahibim					
5. Almış olduğum girişimcilik eğitimi ile artık işletme finansmanının gerekliliklerini başarıyla tanımlayabiliyorum.					
6. Girişimcilik eğitimi bana fizibilite çalışmaları yapmayı öğretti					
7. Girişimci gemi eğitim faaliyetleri girişimciliğe olan ilgimi artırdı					
8. Girişimcilik eğitimi sayesinde girişimciliğe olan becerilerim, bilgilerim ve ilgim gelişti.					
9. Genel olarak, girişimcilik eğitiminin nasıl öğretildiği konusunda çok memnunum					
2. Girişimcilik eğitimi bana müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek hizmetler ve/veya ürünler yaratmayı öğretti.					
3. Girişimcilik eğitimi bana başarılı bir şekilde iş planları geliştirmeyi öğretti.					

Bölüm IV. Girişimci Tutum – Etkin Bileşen					
Maddeler	(SD) 1	(D) 2	(N) 3	(A) 4	(SA) 5
1. Umutsuzca kendim çok çalışmak istiyorum.					
2. Kendi işime sahip olma fikri sevindirici.					
3. Serbest çalışmayı gerçekten çok önemli/arzu edilen bir şey olarak görüyorum.					
4. Girişimcilik eğitimi, serbest meslekten memnun hissetmeme etkili bir şekilde yardımcı oldu					
5. Girişimcilik eğitimini seviyorum					
6. Girişimcilikle ilgili dersler beni endişelendiriyor.					
7. Girişimcilik eğitimi alma fikri beni heyecanlandırıyor.					
8. Girişimciliğin müfredatta sunulan derslerin bir parçası olması beni hayal kırıklığına uğrattıyor.					
9. Ders öğretmeni konuya karşı genel hislerimi değiştirir.					

Bölüm V. Girişimcilik Niyeti					
Maddeler	(SD) 1	(D) 2	(N) 3	(A) 4	(SA) 5
1. Profesyonel hedefim girişimci olmaktır.					
2. Kendi işimi kurmak ve işletmek için her türlü çabayı göstereceğim.					
3. Gelecekte bir iş kurmaya kararlıyım.					
4. Ciddi bir şekilde gelecekte bir işi büyütmeyi düşünüyorum.					
5. Girişimci olmak için her şeyi yapmaya hazırım.					
6. Bir iş kuracağım. Başarılı olma şansım var.					
7. Girişimci olmak beni harika biri yapar.					
8. Gelecekte nasıl iş kuracağıma dair fikirlerim var.					
9. İş fikirleri geliştirmek benim için zor olurdu.					

#### Anket No. 4. Girişimcilik Tutumu

Amaç: Öğrencilerin girişimcilik eğitimlerini ve girişimci tutumlarını değerlendirmek.

Sevgili cevaplayıcı,

Bu anketi yanıtlayarak işbirliğinizi rica ediyoruz. Cevaplarınız girişimcilik eğitiminin düzeyinin, girişimcilik tutumunun ve girişimcilik niyetinin ne olduğunu bilmekte yardımcı olacaktır. Yanıtınız yalnızca anket amacıyla kullanılacaktır. Katılımınız için sonsuz teşekkürlerimizi sunarız. Scale:

1	2	3	4	5
Kesinlikle emin değilim	Emin Değilim	Kararsızım	Eminim	Kesinlikle eminim

Beceri Yetkinlikleri					
1	Gelecekte bir iş kurduğumu ve yönettiğimi görebiliyorum.	2	3	4	5
2	İhtiyaç belirleme tekniklerini kullanarak bir ürün geliştirme konusunda kendime güveniyorum.	2	3	4	5
3	Tüketicilerin zihniyetini ve ürünümü/hizmetimi onlara nasıl pazarlayacağımı anlıyorum.	2	3	4	5
4	İş fikirlerimi mentorlar, potansiyel müşteriler ve potansiyel iş ortakları gibi diğer insanlara iletebiliyorum.	2	3	4	5
5	Kendi başıma bir pazar araştırması yürütme yeteneğine sahibim.	2	3	4	5
6	İnsanlara nasıl fikir ve ürün sunacağımı ve satacağımı biliyorum.	2	3	4	5
7	Pazarlama için uygun fiyatlandırma stratejileri ve kanalları belirleyebilirim	2	3	4	5
8	İşim için bir bütçe ayıracağımdan eminim	2	3	4	5
9	Bir iş kurmak ve işletmek için finansal gereksinimleri ve dikkate alınması gereken hususları anlıyorum.	2	3	4	5
10	İş fikrimin pazardaki mevcut ürün/hizmetlerle karşılaştırmalı olarak güçlü ve zayıf yönlerini değerlendirebiliyorum.	2	3	4	5
11	Gelir tablolarının nasıl geliştirileceğini ve analiz edileceğini anlıyorum	2	3	4	5
Zihinsel Beceriler					
1	Bir işe başlamanın risk almak ve yönetmekle ilgili olduğunu anlıyorum.	2	3	4	5
2	Bir işi yürütmenin amacı para kazanmak olsa da, ahlaki ilkeler tarafından yönlendirilmem gerektiğini anlıyorum.	2	3	4	5



3	Karlı bir iş kurmanın ve yönetmenin çok fazla sıkı çalışma ve fedakarlık gerektirdiğinin farkındayım.	2	3	4	5
4	Bir iş kurmanın ve yürütmenin birçok sorunla yüzleşmeyi ve ortaya çıktıklarında bunlarla başa çıkmayı gerektirdiğini anlıyorum.	2	3	4	5

## Yararlı Kaynaklar

Adı	Format	Tanım	Bağlantı:	Modül referansı
Pazar büyüklüğü araştırmaları	Çevrimiçi platform	Görüşmeler, veri madenciliği, rakip analizi ve danışmanlığı yoluyla pazar boyutlandırma çalışmaları, yeni ve potansiyel pazarların büyüklüğünü ve gerçekçi satış fırsatlarını anlamanıza yardımcı olabilir.	<a href="https://www.b2binternational.com/what-we-do/markets/market-sizing-research/">https://www.b2binternational.com/what-we-do/markets/market-sizing-research/</a>	1, 2
İş ilişkileri	Makale	Makale, iş ilişkilerinin önemini ortaya koyuyor, İlişki metrikleri: ROI ve ROR, İlişki Getirisi nasıl hesaplanır, teknoloji ile iş ilişkileri bağlantısı, müşteri tutma, marka sadakati.	<a href="https://www.superoffice.com/blog/business-relationships/">https://www.superoffice.com/blog/business-relationships/</a>	1
En iyi hikayeler	İnternet sayfası	Inc. internet sayfası, işletmelerin ve girişimcilerin hikayelerini sunan çeşitli makaleler sunar.	<a href="https://www.inc.com/encyclopedia/cashflow.htm">https://www.inc.com/encyclopedia/cashflow.htm</a>	1, 7
Şirket türleri ve iş yapısı	Çevrimiçi platform	Avrupa Birliği Erasmus+ Programı tarafından ortaklaşa finanse edilen Ifempower projesi tarafından oluşturulan bu Çevrimiçi platform, kadınları girişimcilik ve girişimcilik yeteneğinde yenilikçiliği teşvik etmeyi, pratik ve yenilikçi bir yaklaşımla çalışmayı ve girişimcilik yeteneğinin geliştirilmesine farklı işletme senaryolarında meydana gelen gerçek durumlarla modellenmiş proje simülatörü ile yardımcı olmayı amaçlamaktadır.	<a href="https://toolkit.ifempower.eu/">https://toolkit.ifempower.eu/</a>	3
Ortaklıklar ve sermaye gereksinimleri	Makale	Kar amacı gütmeyen işletmeler genellikle tüzel kişiliği olmayan, anonim şirketler ve limited şirketler dahil olmak üzere üç ana yasal biçimdedir. Kar amacı gütmeyen kuruluşlar, bayilikler, devlete ait şirketler, kooperatifler,	<a href="https://managementhelp.org/organizations/structures.htm#anchor1631135">https://managementhelp.org/organizations/structures.htm#anchor1631135</a>	3

---

		limited şirket ("L3C") vb. gibi başka iş biçimleri de vardır.		
Vergi ve muhasebe yükümlülükleri	Makale	Bireyler ve işletme sahipleri genellikle vergiye tabi bir işlemi tamamlamak için birden fazla yola sahiptir. Vergi planlaması, vergi borcunuzu azaltmak veya ortadan kaldırmak için ticari ve kişisel işlemleri nasıl yapacağınızı belirlemek için çeşitli vergi seçeneklerini değerlendirir.	<a href="https://www.wolterskluwer.com/en/expert-insights/tax-avoidance-is-legal-tax-evasion-is-criminal">https://www.wolterskluwer.com/en/expert-insights/tax-avoidance-is-legal-tax-evasion-is-criminal</a>	3, 5, 7
Ekibin tanımlanması: sözleşme kuralları	İnternet sayfası	İşletmeniz için en zeki ve en çok yönlü çalışanları nasıl belirleyeceğinizi biliyor musunuz? Çalışanları planlamak, işe almak, mülakat yapmak, seçmek ve işe almak için en iyi uygulamaları öğrenmek için bu işe alma ve personel kaynaklarını kullanın.	<a href="https://www.thebalancecareers.com/Recruiting, Hiring and Termination Best Practices">Recruiting, Hiring and Termination Best Practices</a> ( <a href="https://www.thebalancecareers.com">thebalancecareers.com</a> )	3, 6
Şirket tüzükleri	Makale İnternet sayfası	Şirketimin Tüzüğünü Kim Tasarlayabilir? Bir Avrupa Şirketi Tüzüğüne ilişkin düzenleme, Latince adıyla Societas Europaea - dolayısıyla kısaltmaları SE olarak bilinen, AB sınırları içinde kurulacak halka açık sınırlı sorumlu şirketler için bir Avrupa yasal biçimi getirmektedir. Farklı AB ülkelerinden şirketlerin AB çapında ve Avrupa Ekonomik Alanı'na (AEA) ait ülkelerde işlerini yeniden düzenlemeyi planlayabildiği ve yürütebildiği tek bir yasal çerçeve oluşturur.	<a href="https://nikolsen.com/en/Makale/who-can-draft-statutes-my-company">https://nikolsen.com/en/Makale/who-can-draft-statutes-my-company</a>  <a href="https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3A126016">https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3A126016</a>  <a href="https://eportugal.gov.pt/en/inicio/espaco-empresa/escolher">https://eportugal.gov.pt/en/inicio/espaco-empresa/escolher</a>	3

---

			<a href="#">-a-forma-legal- da-sua-empresa</a>	
Devlet hizmetlerine elektronik bağlantı		Devlet hizmetlerine elektronik bağlantı	Portugal: <a href="https://eportugal.gov.pt/en/inicio/espaco-empresa">https://eportugal.gov.pt/en/inicio/espaco-empresa</a>	3
Şirket Çoğaltması/ Franchising	Kurs	Franchising, bir franchise veren ile bir perakende franchise sahibi arasındaki sözleşmeye dayalı bir düzenlemeyi içerir. Franchisor üretici, toptancı veya hizmet sponsoru olabilir. Bir franchise veya sözleşmeye dayalı anlaşma, franchise alanın yerleşik bir ad altında ve belirli bir iş modeline göre iş yapmasına izin verir. Bir franchise almak için, bir franchise alanın, franchise verene bir başlangıç ücreti ödemesi gerekir. Bundan sonra, franchise alan, franchise verenin belirli bir alan ve yerde mal ve hizmetlerini satma hakları karşılığında brüt satışların aylık bir yüzdesini öder.	<a href="https://www.udemy.com/share/105s4u3@SRwLETi5olaXLifA0ilO17-b6cq8f85ytFTkSKWXiZg81srGRG2pTVzBhQagKQ0b/">https://www.udemy.com/share/105s4u3@SRwLETi5olaXLifA0ilO17-b6cq8f85ytFTkSKWXiZg81srGRG2pTVzBhQagKQ0b/</a>	3, 7
Pazarlamanın rolü	Makale Video	Pazarlama nedir? Günümüz dünyasında, organizasyonlarda pazarlamanın rolü göz ardı edilemeyecek kadar önemlidir. Bugün büyük ve küçük kuruluşlar aynı pazar için rekabet ediyor ve en yenilikçi ve proaktif olanlar galip geldi.	<a href="https://courses.lumenlearning.com/wmopen-introbusiness/chapter/the-role-of-customers-in-marketing/">https://courses.lumenlearning.com/wmopen-introbusiness/chapter/the-role-of-customers-in-marketing/</a>	4
Pazar araştırması yöntemleri	Makale Video	Pazar araştırmasını neden, nasıl ve ne zaman uygulayacağınızı bilmek ister misiniz? Tüketicilerinizin ürünlerinizi neden satın almadığını keşfetmek ister	<a href="https://www.questionpro.com/blog/what-is-market-research/">https://www.questionpro.com/blog/what-is-market-research/</a>	4

		<p>misiniz? Yeni bir ürün, hizmet ve hatta yeni bir pazarlama kampanyası başlatmakla ilgileniyor musunuz, ancak tüketicilerinizin ne istediğinden emin değ il misiniz?</p>	<p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=VTPnXfYcaXI">https://www.youtube.com/watch?v=VTPnXfYcaXI</a></p>	
Pazarlamada kullanılan iş modelleri	Makale Video	<p>Tam olarak, bir iş modeli, sektördeki tüm işinizi tanımlamak, anlamak ve tasarlamak için bütünsel bir çerçevedir. Acemi girişimciler genellikle iş modellerinin önemini anlamazlar.</p>	<p><a href="https://bstrategyhub.com/50-types-of-business-models-the-best-examples-of-companies-using-it/">https://bstrategyhub.com/50-types-of-business-models-the-best-examples-of-companies-using-it/</a></p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=4xRyg5FltuI">https://www.youtube.com/watch?v=4xRyg5FltuI</a></p>	4
Bir pazarın özelliklerini araştırın	Makale Video	<p>Pazarlama araştırması, pazarlama yönetiminin önemli işlevlerinden biridir. Aynı zamanda yönetim bilgi sisteminin bileşenlerinden biridir. Bilginin karar vermede temel girdi olduğunu biliyoruz. Her yönetici, pazarlamanın herhangi bir alanıyla ilgili karar almak için ilgili, güvenilir, yeterli ve zamanında bilgiye ihtiyaç duyar.</p>	<p><a href="https://us.corwin.com/sites/default/files/upm-binaries/5410_McQuarrie_I_Proof_Chapter_1.pdf">https://us.corwin.com/sites/default/files/upm-binaries/5410_McQuarrie_I_Proof_Chapter_1.pdf</a></p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=cxSOhz5x9ws">https://www.youtube.com/watch?v=cxSOhz5x9ws</a></p>	4
Pazarlama kampanyalarını araştırın	Makale Video	<p>Pazarlama kampanyası nedir? Pazarlama kampanyaları, yeni bir ürün hakkında farkındalık yaratmak veya müşteri geri bildirimini almak gibi belirli bir şirket hedefini teşvik etmek için organize edilmiş, stratejik çabalardır.</p>	<p><a href="https://blog.hubspot.com/marketing/campaigns">https://blog.hubspot.com/marketing/campaigns</a></p> <p><a href="https://www.ted.com/talks/teresa_heath_wareing_how_social_media_is_changing_the_face_of_marketing">https://www.ted.com/talks/teresa_heath_wareing_how_social_media_is_changing_the_face_of_marketing</a></p>	4
Promosyon karışımının	Makale	<p>Pazarlama karmasının ürününüze veya hizmetinize nasıl uygulandığını analiz etmek için doğru türde araştırma</p>	<p><a href="https://edwardloewe.org/how-to-establish-a-promotional-mix/">https://edwardloewe.org/how-to-establish-a-promotional-mix/</a></p>	4

uygulamasını araştırın		yapmak, şirketiniz için doğru stratejileri izlemenize yardımcı olacaktır.	<a href="https://blog.alexacom/promotional-mix-elements/">https://blog.alexacom/promotional-mix-elements/</a>	
Pazarlama amaçları ve hedefleri	Makale	Pazarlamanın temel amacı nedir? Pazarlamanın amacı, bir marka, şirket veya kuruluş için gelir elde etmektir.	<a href="https://www.impactplus.com/blog/what-is-the-purpose-of-marketing">https://www.impactplus.com/blog/what-is-the-purpose-of-marketing</a>	4
Strateji geliştirmek	Makale	Farklı pazarlama stratejileri kullanmanın mantığı, pazar ihtiyaçlarını daha iyi anlamak ve onları daha eksiksiz tatmin etmektir. Etkili pazarlama stratejileri geliştiren firmalar, istenilen kar marjlarında yüksek satış hacimleri elde ederler.	<a href="https://www.business.qld.gov.au/running-business/marketing-sales/marketing-promotion/strategy">https://www.business.qld.gov.au/running-business/marketing-sales/marketing-promotion/strategy</a>	4
Pazarlama karmasının uygulanması	Makale Video	Pazarlama karması nedir? Her hedef pazar, hedef müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak ve firmanın hedeflerini karşılamak için benzersiz bir pazarlama karmasına ihtiyaç duyar. Pazarlama karmasının (4P- product, price, place, promotion) her biri için bir strateji oluşturulmalı ve tüm stratejiler diğer unsurların stratejileriyle harmanlanmalıdır.	<a href="https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/how-to-use-the-7ps-marketing-mix/">https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/how-to-use-the-7ps-marketing-mix/</a> <a href="https://www.mindtools.com/pages/newSTR94.htm">https://www.mindtools.com/pages/newSTR94.htm</a>	4
Pazarlama kampanyaları	Video	Bir pazarlama planı oluşturmak yaratıcılık gerektirir, ancak içgüdülerinize ve içgüdülerinize güvenmek, kapılarınızı açtığınızda gerçekleşmeyen varsayımlara yol açabilir. Pazarlama karması, kapsamlı araştırmaya dayanması gereken birbiriyle ilişkili ürün geliştirme, fiyatlandırma, promosyonlar ve dağıtım stratejilerinden oluşur.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=4ti_uK60nLk">https://www.youtube.com/watch?v=4ti_uK60nLk</a> <a href="https://www.youtube.com/watch?v=RX0Y2JbS9K4">https://www.youtube.com/watch?v=RX0Y2JbS9K4</a>	4

İK Aslında Ne Yapar? 11 Temel Sorumluluk	Makale	İşte İK departmanının çalışanların ihtiyaçlarını karşılamak için ne yaptığının (veya ne yapması gerektiğinin) derinlemesine bir açıklaması.	<a href="https://www.lucidchart.com/blog/what-does-hr-do">https://www.lucidchart.com/blog/what-does-hr-do</a>	6
2021'de Küçük İşletmeler için Eksiksiz İnsan Kaynakları Kılavuzu	Makale, video, örnekler	İnsan kaynakları yönetimi nedir? Küçük işletmeler için İK neden gereklidir? İnsan kaynakları temelleri - kaçınılması gereken hatalar. Küçük işletmeler için insan kaynakları kılavuzu.	<a href="https://connecteam.com/guide-human-resources-for-small-businesses/">https://connecteam.com/guide-human-resources-for-small-businesses/</a>	6
İnsan Kaynakları Yönetimi: İnsan Kaynakları Planlaması	Video	İnsan kaynakları yönetiminin planlama aşaması, bir iş analizi yapmayı, işgücü arz ve talebini tahmin etmeyi ve işgücü arzını tüketici talebiyle eşleştirmeyi içerir. Bu kısa videoda, bu öğelerin her biri açıklanmaktadır.	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=LaiqSRL-j8">https://www.youtube.com/watch?v=LaiqSRL-j8</a>	6
5 İK süreç akış şeması örneği ve neden kullanılmaları gerektiği	Makale, Akış şemaları	Bu süreçler için akış şemaları: Çalışan alımı ve seçimi; Yeni çalışan entegrasyonu; Seyahat isteği; Masrafların karşılanması; Çalışan fesih süreci.	<a href="https://www.heflo.com/blog/process-modeling/hr-process-flowchart-examples/">https://www.heflo.com/blog/process-modeling/hr-process-flowchart-examples/</a>	6
İK stratejisi (İnsan Kaynakları Stratejisi)	Makale	İK stratejisi nedir ve neleri içerir?	<a href="https://managementmania.com/en/hr-strategy-human-resource-strategy">https://managementmania.com/en/hr-strategy-human-resource-strategy</a>	6
Çalışan Çalışma Programlarını Ayarlama: Yönetici Kılavuzu	Makale, video, örnekler	Çalışma programı nedir? Çalışanların iş planlaması neden önemlidir? Çalışan çalışma programlarına 10 örnek Çalışan çalışma programları nasıl oluşturulur. Çalışma programlarını ayarlamak için en iyi uygulamalar	<a href="https://www.independent.com/hire/c/info/types-of-work-schedules">https://www.independent.com/hire/c/info/types-of-work-schedules</a>	6
İnsan Kaynakları Müdürü İş Tanımı Örneği	Makale	İK yöneticisi için kesin işin belirli görevlerini ve gereksinimlerini karşılamak için şablon. En iyi İK	<a href="https://hiringmonster.com/employer-resources/job-description-">https://hiringmonster.com/employer-resources/job-description-</a>	6

		yöneticisi iş tanımını oluşturmaya ilişkin fikirler.	<a href="https://www.templates/human-resources-manager-job-description-sample/">templates/human-resources-manager-job-description-sample/</a>	
Çalışan Değerlendirme Örnek Kontrol Listesi		İşte bir denetçinin çalışanların değerlendirme kontrol listesi.	<a href="https://www.worforce.com/news/employee-evaluation-checklist">https://www.worforce.com/news/employee-evaluation-checklist</a>	6
Çalışan Öz Değerlendirme Şablonları, Örnekler ve İpuçları	Makale, video, örnekler	İşte örnek bir öz değerlendirme şablonu ve açıklaması Öz değerlendirme Neden Gereklisi?	<a href="https://www.prof.it.co/blog/performance-management-blog/employee-self-evaluation-templates-examples-and-tips/">https://www.prof.it.co/blog/performance-management-blog/employee-self-evaluation-templates-examples-and-tips/</a>	6
İK risk yönetimi - insan kaynakları riskinin en önemli 8 kaynağı	makale	İnsan Kaynakları riskleri ve nedenleri, iş alma, elde tutma ve günlük operasyon süreçlerinin her adımında mevcuttur.	<a href="http://blog.treads.com/hr-risk-management-top-8-sources-of-human-resource-risk">http://blog.treads.com/hr-risk-management-top-8-sources-of-human-resource-risk</a>	6
16 Tür Müşteri İhtiyacı (ve Nasıl Çözülür) Allie Bresch tarafından yazıldı.	Makale	Bu makalede şunları öğreneceksiniz: müşteri ihtiyaçlarının tanımı. Müşterilerin ihtiyaç türleri; Müşteri ihtiyaçları nasıl belirlenir. Bir müşterinin ihtiyaç analizi nedir. Müşterilerinizin ihtiyaçlarını nasıl çözersiniz; müşteri hizmetleri türleri.	<a href="https://blog.hubspot.com/service/customer-needs">https://blog.hubspot.com/service/customer-needs</a>	8
Müşteri Memnuniyeti Anketleri ve Araştırması: CSAT Nasıl Ölçülür?	Makale	Müşteri sadakati açısından nerede durduğunuzu ölçmeye başlamanın bir yolu olarak müşteri memnuniyeti anketi yapmakla ilgili her şey.	<a href="https://www.b2binternational.com/publications/customer-omer-">https://www.b2binternational.com/publications/customer-omer-</a>	8



---

Nick Hague ve Paul Hague tarafından yazıldı			<a href="#">satisfaction-survey/</a>	
Kar ve zarar ve bilançolar	Makale	Küçük işletmelerle ilgili iki temel finansal tablo vardır: kar ve zarar, bilanço. Mali göstergelerin ve formüllerin tanımı.	<a href="https://www.smallbusiness.wa.gov.au/business-advice/financial-management/reviewing-your-finances">https://www.smallbusiness.wa.gov.au/business-advice/financial-management/reviewing-your-finances</a>	7, 8
Etkili Bir Mali Tablo Analizinin 6 Adımı Dubos J. Masson, PhD, CTP, FP&A tarafından yayınlandı: 3/9/2018	Makale	Mali tabloların etkili bir analizini geliştirmek için genellikle altı adım vardır.	<a href="https://www.afponline.org/ideas-inspiration/topics/Makales/Details/6-steps-to-an-effective-financial-statement-analysis">https://www.afponline.org/ideas-inspiration/topics/Makales/Details/6-steps-to-an-effective-financial-statement-analysis</a>	7, 8
Finansal Raporlama ve Analizin Önemi: Temel Rehberiniz Bernardita Calzon tarafından Gösterge Tabloları, 17 Mart 2021	Makale	Bu soruları yanıtlayan rehber: Finansal raporlama ve analiz nedir? Tüm şirketler bunu aynı şekilde mi yapıyor? Finansal raporlamanın önemi nedir? Finansal raporlamanın amacı nedir? İş kararları vermek söz konusu olduğunda bazı kullanım durumları nelerdir? Bu tür raporlamanın gerçek dünyada rolü nedir?	<a href="https://www.data-pine.com/blog/financial-reporting-and-analysis/">https://www.data-pine.com/blog/financial-reporting-and-analysis/</a>	7, 8
Resmi İş Raporu Nasıl Yazılır (Örneklerle)	Makale	Bu yazıda, resmi bir iş raporunun ne olduğu, nasıl yazılacağı (adım adım profesyonel bir iş raporu oluşturma kılavuzu) açıklanmış ve bir örnek verilmiştir.	<a href="https://www.indeed.com/career-advice/career-development/formal-business-report-example">https://www.indeed.com/career-advice/career-development/formal-business-report-example</a>	8

---

---

İŞ RAPORLARI. Yazar: Eggins, M. Klavuz	Açık ve doğru yapılandırılmış iş raporlarının nasıl üretileceğine dair pratik öneriler	<a href="https://library.unimelb.edu.au/data/assets/pdf_file/0005/1924160/Business_Reports.pdf">https://library.unimelb.edu.au/data/assets/pdf_file/0005/1924160/Business_Reports.pdf</a>	8
2020 için Harika Bir Yıllık Rapor Nasıl Yazılır ve Tasarlanır (+10 Hızlı İpucu) Yazan Brenda Barron 31 Ağ 2020 Klavuz	Harika bir yıllık rapor, şirket hakkında bilgi paylaşmak ve şirketin markasını ve kimliğini tanıtmak için mükemmel bir fırsat olduğundan, bu kılavuzda yazar, yıllık raporunuz için doğru kurulumu nasıl seçeceğinizi, yıllık raporu yazma ve tasarlama adımlarını ve yol boyunca lazım olacak ipuçları ve yararlı bilgileri paylaşıyor.	<a href="https://business.tutspplus.com/tutorials/how-to-write-design-annual-report--cms-35671">https://business.tutspplus.com/tutorials/how-to-write-design-annual-report--cms-35671</a>	8
Küçük İşletmelerin Başarısını Ölçmenin 6 Yolu.Mike Kappel Makale	İşte iş performansını ölçmenin birkaç yöntemi.	<a href="https://www.forbes.com/sites/forbes-personal-shopper/2021/04/09/sams-club-membership-deal/?sh=34acc96a5491">https://www.forbes.com/sites/forbes-personal-shopper/2021/04/09/sams-club-membership-deal/?sh=34acc96a5491</a>	8
Yıllık Raporunuzda Harika Bir Hikaye Nasıl Anlatılır (Artı Örnekler) Katy French tarafından kaleme alınmıştır. Makale/video materyalleri	Harika bir yıllık raporun anahtarı, dahil ettiğiniz bilgileri, emrinizde olan her hikaye anlatım aracını kullanarak ilginç bir hikayeye dönüştürmektir. İlgi çekici bir rapor oluşturmanıza yardımcı olacak adım adım kılavuz.	<a href="https://www.colu mnfivemedia.com/7-ways-compelling-annual-report">https://www.colu mnfivemedia.com/7-ways-compelling-annual-report</a>	8

---

## Sonuç

*Karma yetişkin grupları ile çalışan iş uygulama firmaları öğreticileri için araç setleri*, 200 saatlik bir hacim için metodoloji ve ders fikirleri sunmaktadır. Enstrüman seti, kendi işinizi kurmak için gerekli bilgi ve becerileri sağlamak üzere oluşturulmuş sekiz modülden oluşur - bir iş fikri geliştirmekten bir iş planına, bir işletmeyi kurmaktan bir işletmeyi yönetmeye kadar ana adımları kapsamaktadır, böylece İUF eğitmenleri ihtiyaçlarına göre modülleri ayrı ayrı veya tüm set halinde kullanabilirler. Ayrıca, stajyerler tarafından Uygulama İşletmesindeki eğitimden önce ve sonra kişisel gelişimlerini planlamak ve değerlendirmek için kullanılabilecekleri anket örnekleri sunulmuştur.

*İUF modelinin esnekliği ve erişilebilirliği, ulusal ve uluslararası İUF ağında iş fikrini pratikte test etme fırsatı, yetişkin öğrencilerin bilgi, pratik beceriler ve kendi işlerini kurma konusunda özgüven kazanmalarını sağlar.*



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



*Avrupa Komisyonu'nun bu yayının üretimine verdiği destek, yazarların görüşlerini yansıtan içeriklerin onaylandığı anlamına gelmez ve burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanılmasından Komisyon sorumlu tutulamaz.*