

Balıkesir Üniversitesi Balıkesir MYO Pazarlama Programı
2025-2026 Bahar Dönemi Öğrenci İş Yüğü (AKTS) Anketi Sonuç Değerlendirmesi

I. SINIF

Ders Adı: PAZ1220 Pazarlama İlkeleri-II - Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Can TOKMAK

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 14

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	14	1,71
Ara Sınav	14	2,21
Final Sınavı	14	4,48
Sunum/Seminer	-	-
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	14	3,08

2. Genel Değerlendirme

Anket sonuçlarına göre, öğrencilerin bu ders için harcadıkları toplam iş yüğü ortalama olarak 81,33 saat olarak belirlenmiştir. Dersin haftalık 3 saat teorik ders olacak şekilde dönem boyunca toplam 42 saat ders süresi bulunmaktadır. Elde edilen bu iş yüğü, dersin 3 AKTS kredisi ile genel olarak uyumludur. Öğrenciler, özellikle haftalık bireysel çalışma ve ödev hazırlama etkinliklerine daha fazla zaman ayırdıklarını ifade etmişlerdir. Bu durum, öğrencilerin dersi yalnızca ders saatleriyle sınırlı tutmadıklarını ve öğrenme sürecine bireysel katkı sağladıklarını göstermektedir.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Final sınavına ayrılan hazırlık süresinin (4,48 saat) diğer tüm etkinliklerden belirgin şekilde yüksek olması nedeniyle, dönem sonundaki yoğunluğu azaltmak adına ders konuları ara sınav öncesi ve sonrasına daha dengeli dağıtılmalıdır.
- Mevcut dönemde gerçekleştirilmeyen sunum ve seminer gibi interaktif etkinliklerin, öğrencilerin haftalık yüksek olan bireysel çalışma eğilimlerinden (3,08 saat) yararlanılarak önümüzdeki dönemde ders planına dahil edilmesi değerlendirilmelidir.
- Öğrencilerin öğrenme sürecine sunduğu bireysel katkıyı ve ödev hazırlama motivasyonunu desteklemek amacıyla, dönem içi ödevlerin ve haftalık okumaların başarı notu üzerindeki ağırlığı gözden geçirilmelidir.

I. SINIF

Ders Adı: PAZ1222 Medya Okuryazarlığı - Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Can TOKMAK

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 17

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	17	2,47
Ara Sınav	17	2,13
Final Sınavı	17	2,61
Sunum/Seminer	17	1,51
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	17	1,93

2. Genel Değerlendirme

Anket sonuçlarına göre, öğrencilerin ilgili ders kapsamında gerçekleştirdikleri haftalık bireysel çalışma, ödev hazırlama, sunum/seminer etkinlikleri ve sınav hazırlık süreçleri dikkate alınarak toplam iş yükü ortalama 55,64 saat olarak hesaplanmıştır. Dersin dönemlik toplam 28 saatlik teorik ders süresi ile öğrencilerin dönem boyunca sergiledikleri bireysel ve grup bazlı tüm akademik katkılar bir arada değerlendirildiğinde, ortaya çıkan bu iş yükünün dersin 2 AKTS kredisiyle tam bir uyum ve denge gösterdiği görülmektedir.

Ankete katılan 17 öğrenciden elde edilen veriler incelendiğinde; özellikle ödev hazırlama süreçlerine ve haftalık düzenli bireysel çalışmaya ayrılan zamanın yüksek olması, öğrencilerin ders süreçlerini istikrarlı bir şekilde takip ettiklerini ve ders kazanımlarını pekiştirmeye yönelik anlamlı bir akademik emek sarf ettiklerini ortaya koymaktadır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Öğrencilerin aktif katılımını destekleyen ödev hazırlama ve sunum etkinliklerinin iş yükü payı göz önünde bulundurularak, sonraki dönemlerde de uygulamalı çalışmaların teorik ders içerikleriyle desteklenmesine devam edilmelidir.
- Final sınavına ayrılan ortalama çalışma süresinin (2,61 saat) diğer etkinliklere göre daha yüksek olması nedeniyle, sınav öncesi haftalarda öğrencilere yönelik rehberlik ve kaynak paylaşım faaliyetleri artırılmalıdır.
- İş yükünün 3 AKTS kredisiyle gösterdiği tam uyumun sürdürülebilirliği için haftalık bireysel çalışma süreleri ile uygulama derslerinin verimliliği düzenli olarak takip edilmelidir.

I. SINIF

Ders Adı: KRY1201 - Kariyer Planlama – Dr. Öğr. Üyesi Fulya GÜNGÖR,

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 13

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	-	-
Proje Çalışması	-	-
Laboratuvar/Atölye	-	-
Ara Sınav	13	1,81
Final Sınavı	13	2,02
Sunum/Seminer	-	-
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	13	1,15

2. Genel Değerlendirme

Anket sonuçlarına göre öğrencilerin Kariyer Planlama dersine ayırdıkları haftalık bireysel çalışma süresi ve sınav hazırlık süreçleri dikkate alınarak toplam iş yükü ortalama 20,13 saat olarak hesaplanmıştır. Dersin dönemlik toplam 14 saatlik teorik ders süresi ile öğrencilerin sınavlara hazırlık ve haftalık bireysel çalışma süreçlerindeki katkıları bir arada değerlendirildiğinde, ortaya çıkan bu iş yükünün dersin 2 AKTS kredisiyle uyumlu olduğu görülmektedir.

Ankete katılan 13 öğrencinin verileri incelendiğinde; özellikle haftalık düzenli bireysel çalışma alışkanlığının ve sınav dönemlerindeki hazırlık sürelerinin, öğrencilerin ders süreçlerini istikrarlı bir şekilde takip ettiklerini ve öğrenme çıktılarını destekleyecek düzeyde bir akademik emek sarf ettiklerini ortaya koymaktadır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Öğrencilerin ders dışı hazırlık süreçlerini zenginleştirmek amacıyla, dijital öğrenme platformları üzerinden haftalık kısa okuma metinleri, sektörel vaka analizleri ve güncel video içerikleri paylaşılacaktır.
- Öğrencilerin sınav dönemindeki teorik yükünü dengelemek ve kalıcı öğrenmeyi teşvik etmek için dönem içinde kısa değerlendirme testleri ve interaktif soru-cevap oturumları düzenlenecektir.
- Mevcut anket sonuçlarıyla sağlanan AKTS-iş yükü uyumunun gelecekte de korunması amacıyla, öğrencilerin dijital medya içeriklerini çözümleme süreçlerindeki zaman yönetimi dönem ortası geri bildirim seanslarıyla yakından takip edilecektir.

I. SINIF

Ders Adı: PAZ1214 - İstatistik – Dr. Öğr. Üyesi Fulya GÜNGÖR

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 5

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	5	2,92
Proje Çalışması	-	-
Laboratuvar/Atölye	-	-
Ara Sınav	5	2,43
Final Sınavı	5	2,68
Sunum/Seminer	-	-
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	5	1,39

2. Genel Değerlendirme

Anket sonuçlarına göre, öğrencilerin İstatistik dersine ayırdıkları haftalık bireysel çalışma süresi, ödev hazırlama ve sınav hazırlık süreçleri dikkate alınarak toplam iş yükü ortalama 68,18 saat olarak hesaplanmıştır. Dersin dönemlik toplam 42 saatlik teorik ders süresi ile öğrencilerin ödev hazırlama, sınavlara hazırlık ve haftalık bireysel çalışma süreçlerindeki katkıları bir arada değerlendirildiğinde, ortaya çıkan bu iş yükünün dersin 3 AKTS kredisiyle uyumlu olduğu görülmektedir.

Ankete katılan 5 öğrencinin verileri incelendiğinde; özellikle ödev hazırlama süreçlerine ayrılan zamanın ve haftalık düzenli çalışma sürelerinin, öğrencilerin sayısal/analitik ders süreçlerini istikrarlı bir şekilde takip ettiklerini ve dersin uygulamalı çıktılarını destekleyecek düzeyde bir akademik emek sarf ettiklerini ortaya koymaktadır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Öğrencilerin ödev hazırlamaya ayırdıkları ortalama 2,92 saatlik süreyi daha verimli kılmak amacıyla, dijital platformlar üzerinden problem çözme aşamalarını içeren kısa ve pratik uygulama videoları paylaşılacaktır.
- Öğrencilerin ara sınav ve final sınavı öncesindeki hazırlık süreçlerini desteklemek adına, dönem içinde formül kartları/özet dökümanlar paylaşılacak ve interaktif problem çözme etütleri düzenlenecektir.
- Anket verileriyle yakalanan optimal iş yükü dengesinin korunması amacıyla, öğrencilerin formül uygulamaları ve veri analizi konularında zorlandıkları aşamalar dönem ortasında mini anketlerle gözlemlenerek süreç yakından takip edilecektir.

I. SINIF

Ders Adı: PAZ1224 – Pazarlama Yönetimi – Dr. Öğr. Üyesi Fulya GÜNGÖR

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 12

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	12	1,25
Proje Çalışması	-	-
Laboratuvar/Atölye	-	-
Ara Sınav	12	1,88
Final Sınavı	12	2,71
Sunum/Seminer	12	1,57
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	12	1,67

2. Genel Değerlendirme

Anket sonuçlarına göre, öğrencilerin Pazarlama Yönetimi dersine ayırdıkları haftalık bireysel çalışma süresi, ödev hazırlama, sunum/seminer etkinlikleri ve sınav hazırlık süreçleri dikkate alınarak toplam iş yükü ortalama 75,79 saat olarak hesaplanmıştır. Dersin dönemlik toplam 42 saatlik teorik ders süresi ile öğrencilerin dönem boyunca gerçekleştirdikleri bireysel ve grup bazlı tüm akademik katkılar bir arada değerlendirildiğinde, ortaya çıkan bu iş yükünün dersin 3 AKTS kredisiyle tam bir uyum ve denge gösterdiği görülmektedir.

Ankete katılan 12 öğrencinin verileri incelendiğinde; özellikle haftalık düzenli çalışma alışkanlığının, sunum/seminer aktivitelerinin ve sınav hazırlık sürelerinin dengeli dağılımı, öğrencilerin yönetsel pazarlama süreçlerini istikrarlı bir şekilde takip ettiklerini ve dersin kazanımlarına yönelik önemli bir akademik emek sarf ettiklerini ortaya koymaktadır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Öğrencilerin sunum ve seminer hazırlıklarına ayırdıkları sürenin verimliliğini artırmak amacıyla, ders öncesinde etkili sunum teknikleri ve güncel pazarlama trendlerine yönelik dijital rehber dökümanlar paylaşılacaktır.
- Öğrencilerin ödev hazırlama süreçlerini daha pratik ve vizyoner kılmak adına, küresel ve yerel markaların gerçek pazarlama stratejilerini içeren kısa vaka analizleri dönem içine entegre edilecektir.
- Mevcut anket verilerinin gösterdiği optimal AKTS uyumunun sürekliliğini sağlamak adına, öğrencilerin yönetsel karar alma ve strateji geliştirme ödevlerindeki iş yükü dağılımları dönem ortası odak grup görüşmeleriyle izlenecektir.

I. SINIF

Ders Adı: PAZ1221 – İletişim – Öğr. Gör. Nevin POLAT

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 15

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	15	1,34
Proje Çalışması	-	-
Laboratuvar/Atölye	-	-
Ara Sınav	15	2,39
Final Sınavı	15	2,81
Sunum/Seminer	15	2,01
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	15	1,93

2. Genel Değerlendirme

Anket sonuçlarına göre, öğrencilerin İletişim dersine ayırdıkları haftalık bireysel çalışma süresi, ödev hazırlama, sunum/seminer etkinlikleri ve sınav hazırlık süreçleri dikkate alınarak toplam iş yükü ortalama 77,57 saat olarak hesaplanmıştır. Dersin dönemlik toplam 42 saatlik teorik ders süresi ile öğrencilerin dönem boyunca gerçekleştirdikleri bireysel ve grup bazlı tüm akademik katkılar bir arada değerlendirildiğinde, ortaya çıkan bu iş yükünün dersin 3 AKTS kredisiyle (1 AKTS = 25-30 saat normu) tam bir uyum ve denge gösterdiği görülmektedir.

Ankete katılan 15 öğrencinin verileri incelendiğinde; özellikle haftalık bireysel çalışma sürelerinin ve sunum/seminer aktivitelerine ayrılan zamanın yüksek olması, öğrencilerin kişilerarası ve kurumsal iletişim süreçlerini istikrarlı bir şekilde takip ettiklerini, uygulamalı etkileşim becerilerini geliştirmeye yönelik önemli bir akademik emek sarf ettiklerini ortaya koymaktadır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Öğrencilerin sunum hazırlıklarına ayırdıkları sürenin verimliliğini artırmak amacıyla, ders öncesinde etkili beden dili ve topluluk önünde konuşma temalı dijital kılavuzlar paylaşılacak ve sınıf içi simülasyonlar yapılacaktır.
- Öğrencilerin ödev hazırlama süreçlerini daha nitelikli kılmak adına, kriz iletişimi ve marka algısı yönetimine dair güncel sektörel örnek olay analizleri dönem planına dahil edilecektir.
- Öğrencilerin ders içi pratikler ve ders dışı hazırlıklar arasında yakaladığı dengeli iş yükünün gelecekte de sürdürülebilmesi için, grup dinamikleri ve ödev süreçleri dönem ortası geri bildirim oturumlarıyla analiz edilecektir.

I. SINIF

Ders Adı: PAZ1223 – Bilgisayar-II – Öğr. Gör. Mert SAHİL

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 10

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	-	-
Proje Çalışması	-	-
Laboratuvar/Atölye	10	2,01
Ara Sınav	10	2,68
Final Sınavı	10	3,05
Sunum/Seminer	10	1,52
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	10	1,22

2. Genel Değerlendirme

Anket sonuçlarına göre, öğrencilerin Bilgisayar-II dersine ayırdıkları haftalık bireysel çalışma süresi, laboratuvar/atölye çalışmaları, sunum/seminer etkinlikleri ve sınav hazırlık süreçleri dikkate alınarak toplam iş yükü ortalama 54,34 saat olarak hesaplanmıştır. Dersin dönemlik toplam 28 saatlik süresi ile öğrencilerin bilgisayar laboratuvarındaki uygulamalı katkıları ve ders dışı bireysel hazırlıkları bir arada değerlendirildiğinde, ortaya çıkan bu iş yükünün dersin 2 AKTS kredisiyle tam bir uyum ve denge gösterdiği görülmektedir.

Ankete katılan 10 öğrencinin verileri incelendiğinde; özellikle laboratuvar/atölye çalışmalarına ve sınav hazırlık süreçlerine ayrılan zamanın yüksek olması, öğrencilerin bilgisayar destekli pazarlama uygulamalarını ve paket program süreçlerini istikrarlı bir şekilde takip ettiklerini, uygulamalı dijital becerilerini geliştirmeye yönelik önemli bir akademik emek sarf ettiklerini ortaya koymaktadır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Öğrencilerin laboratuvar çalışmalarında edindikleri teknik becerileri pekiştirmek ve ders dışı pratiklerini daha verimli kılmak amacıyla, adım adım ekran kayıtları ve görsel uygulama kılavuzları paylaşılacaktır.
- Final sınavı öncesindeki yoğun hazırlık süresi göz önünde bulundurularak, öğrencilerin sınav öncesi yazılım/arayüz pratiklerini kolaylaştıracak dönem içi mini tarama testleri ve bilgisayar başında interaktif uygulama etütleri düzenlenecektir.
- Mevcut anket verileriyle yakalanan optimal 2 AKTS iş yükü uyumunun korunması ve öğrencilerin bilgisayar başındaki bireysel uygulama hızlarının gözlemlenmesi amacıyla dönem ortasında kısa bir dijital geri bildirim anketi gerçekleştirilecektir.

I. SINIF

Ders Adı: PAZ1203 – Pazarlama Mevzuatı – Öğr. Gör. Dilek KARAMAN

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 14

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	14	1,13
Proje Çalışması	-	-
Laboratuvar/Atölye	-	-
Ara Sınav	14	2,17
Final Sınavı	14	2,71
Sunum/Seminer	-	-
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	14	1,91

2. Genel Değerlendirme

Anket verilerinden, öğrencilerin Pazarlama Mevzuatı dersi kapsamında gerçekleştirdikleri haftalık konu tekrarları, ödev hazırlıkları ve sınavlara hazırlık dönemleri neticesinde ortalama 75,75 saatlik bir toplam iş yükü harcadıkları saptanmıştır. Haftalık 3 saatten dönem boyunca yürütülen 42 saatlik teorik ders süreci, öğrencilerin ders dışındaki bireysel okumaları ve mevzuat analizlerine ayırdıkları zamanla birleştğinde, elde edilen bu toplam sürenin dersin 3 AKTS kredisine saat kusursuz bir denge ve uyum sağlamaktadır.

Geri bildirim sunan 14 öğrencinin verileri, özellikle haftalık düzenli çalışma sürelerinin ve sınav hazırlık aşamalarının yoğunluğunu göstermektedir. Bu durum, öğrencilerin hukuki ve mevzuat süreçleri içeren ders konularını dönem boyunca kopmadan, istikrarlı bir şekilde takip ettiklerini ve pazarlama hukukuna yönelik karmaşık kazanımları içselleştirmek adına nitelikli bir akademik emek sarf ettiklerini doğrulamaktadır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Öğrencilerin ödev hazırlama süreçlerini daha verimli kılmak amacıyla, teorik hukuki bilgilerin pratik yansımalarını görebilecekleri güncel tüketici hukuku ve rekabet kurulu kararlarına dair örnek olaylar dijital platformlar üzerinden paylaşılacaktır.
- Ara sınav ve final sınavı öncesindeki hazırlık dönemlerini kolaylaştırmak adına, öğrencilerin kanun maddelerini ve hukuki terimleri biriktirmeden öğrenebilmelerini sağlayacak dönem içi interaktif soru-cevap seansları ve kavram haritaları hazırlanacaktır.
- Mevcut anket sonuçlarıyla sağlanan optimal 3 AKTS uyumunun korunması ve öğrencilerin hukuki metinleri analiz ederken karşılaştıkları zaman yönetimi bariyerlerinin tespit edilmesi amacıyla dönem ortasında kısa bir odak grup görüşmesi yapılacaktır.

II. SINIF

Ders Adı: PAZ2229 – Reklamda Yaratıcılık – Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Can TOKMAK

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 16

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	16	2,52
Proje Çalışması	16	1,72
Laboratuvar/Atölye	-	-
Ara Sınav	16	1,92
Final Sınavı	16	2,88
Sunum/Seminer	16	1,07
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	16	1,82

2. Genel Değerlendirme

Anket sonuçlarından elde edilen veriler ışığında, öğrencilerin Reklamcılık dersi kapsamında üstlendikleri haftalık konu tekrarları, ödev hazırlıkları, yaratıcı proje tasarımları ve sınav süreçleri analiz edildiğinde, ortalama 111,93 saatlik bir toplam iş yükü dağılımı sağlandığı belirlenmiştir. Haftalık 3 saatten dönem boyunca kesintisiz yürütülen 42 saatlik teorik ders süresinin, öğrencilerin ders dışındaki ajans/kampanya simülasyonları, grup çalışmaları ve kreatif hazırlık süreçleriyle desteklenmesi, mevcut akademik yoğunluğun dersin 4 AKTS kredilik hedefleriyle tam bir uyum ve kurumsal denge içinde olduğunu kanıtlamaktadır.

16 öğrencinin aktif katılımıyla şekillenen anket çıktıları, özellikle ödev hazırlama ile özgün proje geliştirme süreçlerine ayrılan zaman dilimlerinin yüksekliğine işaret etmektedir. Bu tablo, öğrencilerin reklamcılık kuramlarını pratik stratejilere ve somut kampanyalara dönüştürme safhasında yüksek bir sektörel motivasyona sahip olduklarını, reklam süreçlerini başarılı şekilde özümstediklerini ve dersin nihai öğrenme çıktılarını yakalamak adına nitelikli bir entelektüel emek sarf ettiklerini ortaya koymaktadır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Öğrencilerin ödev ve kampanya projelerine ayırdıkları 2,52 saatlik süreyi daha verimli kılmak adına, reklam analizi ve kreatif metin yazarlığı aşamalarında yol gösterecek dijital brief şablonları ve yaratıcı tasarım kılavuzları öğrenme platformları üzerinden sunulacaktır.
- Ara sınav ve final sınavı öncesindeki hazırlık dönemlerini optimize etmek amacıyla, dönem içinde öğrencilerin teorik bilgileri pratik reklam kampanyalarıyla bağdaştırmasını sağlayacak kısa interaktif vaka değerlendirmeleri ve soru-cevap oturumları planlanacaktır.
- Mevcut anket çıktılarıyla sağlanan 4 AKTS-iş yükü dengesinin korunması ve öğrencilerin grup projelerindeki görev dağılımlarının operasyonel yükünü gözlemlemek amacıyla dönem ortasında kısa bir süreç izleme ve değerlendirme toplantısı gerçekleştirilecektir.

II. SINIF

Ders Adı: PAZ2117 – Marka ve Marka Stratejileri– Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Can TOKMAK

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 12

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	12	1,25
Proje Çalışması	-	-
Laboratuvar/Atölye	-	-
Ara Sınav	12	2,31
Final Sınavı	12	3,47
Sunum/Seminer	-	-
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	12	2,02

2. Genel Değerlendirme

Anket verilerinden elde edilen sonuçlar doğrultusunda, öğrencilerin Marka ve Marka Stratejileri dersi kapsamında gerçekleştirdikleri haftalık konu tekrarları, stratejik ödev hazırlıkları ve sınav süreçleri analiz edildiğinde, ortalama 102,31 saatlik bir toplam iş yükü dağılımı sağlandığı tespit edilmiştir. Dönem boyunca haftalık 3 saatten kesintisiz yürütülen 42 saatlik teorik ders süresinin, öğrencilerin ders dışındaki marka konumlandırma analizleri, kurumsal kimlik incelemeleri ve bireysel okuma süreçleriyle desteklenmesi, mevcut akademik yoğunluğun dersin 4 AKTS kredilik hedefleriyle tam bir uyum, paralellik ve kurumsal denge içinde olduğunu kanıtlamaktadır.

12 öğrencinin aktif katılımıyla şekillenen anket çıktıları, özellikle haftalık düzenli bireysel çalışma sürelerinin ve final sınavı öncesindeki hazırlık yoğunluğunun yüksekliğine işaret etmektedir. Bu tablo, öğrencilerin stratejik marka yönetimi kuramlarını ve güncel piyasa dinamiklerini dönem boyunca kopmadan, istikrarlı bir şekilde takip ettiklerini, soyut marka kavramlarını somut stratejilere dönüştürme hususunda yüksek bir motivasyon sergilediklerini ve dersin nihai öğrenme çıktılarını yakalamak adına nitelikli bir entelektüel emek sarf ettiklerini ortaya koymaktadır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Öğrencilerin ödev hazırlama süreçlerini daha verimli ve vizyoner kılmak adına, küresel ve yerel markaların güncel pazarlama ve konumlandırma başarılarını/başarısızlıklarını içeren kısa vaka analizleri dijital platformlar üzerinden paylaşılacaktır.
- Final sınavı öncesindeki yoğun hazırlık süresini optimize etmek ve öğrencilerin sınav kaygılarını azaltmak amacıyla, dönem ortasından itibaren interaktif marka mimarisi soru-cevap seansları ve ünite sonu kısa tarama testleri düzenlenecektir.
- Mevcut anket çıktılarıyla sağlanan 4 AKTS-iş yükü dengesinin korunması ve öğrencilerin strateji geliştirme ödevlerindeki zaman yönetimi bariyerlerinin gözlemlenmesi amacıyla dönem ortasında kısa bir dijital süreç değerlendirmesi gerçekleştirilecektir.

II. SINIF

Ders Adı: PAZ2216 - Satış Yönetimi - Öğr. Gör. Nevin POLAT

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 13

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	13	1,71
Proje Çalışması	-	-
Laboratuvar/Atölye	-	-
Ara Sınav	13	2,20
Final Sınavı	13	3,67
Sunum/Seminer	13	2,82
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	13	1,89

2. Genel Değerlendirme

Anket bulgularına göre, öğrencilerin haftalık konu tekrarları, ödev hazırlıkları, sunum faaliyetleri ve sınav dönemleri neticesinde ders için harcadıkları toplam iş yükü ortalama 106,86 saat olarak hesaplanmıştır. Haftalık 4 saatlik ders süresi ile öğrencilerin dönem boyu gösterdikleri bireysel ve grup bazlı katkılar bir arada sentezlendiğinde, bu hacmin dersin 4 AKTS kredilik hedefleriyle tam bir kurumsal uyum içinde olduğu saptanmıştır.

13 öğrencinin katılımıyla şekillenen veriler; özellikle sunum/seminer aktiviteleri ile final sınavı hazırlıklarına ayrılan zaman dilimlerinin dengeli dağıldığını göstermektedir. Bu tablo, öğrencilerin satış yönetimi ve saha stratejileri süreçlerini istikrarlı şekilde takip ettiklerini, mesleki kazanımları içselleştirmek adına nitelikli bir akademik emek sarf ettiklerini ortaya koymaktadır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Öğrencilerin sunum hazırlıklarına ayırdıkları 2,82 saatlik sürenin pratik faydasını artırmak amacıyla, ders planına müşteri itirazlarını yönetme temalı ikna ve rol yapma (role-play) çalışmaları eklenecektir.
- Ödev süreçlerini daha verimli kılmak adına, öğrencilerin kurumsal firmaların satış gücü organizasyonlarını ve kota sistemlerini analiz edebilecekleri güncel sektörel inceleme rehberleri paylaşılacaktır.
- Final sınavı öncesindeki yoğun hazırlık süresini kısaltma etmek amacıyla, dönem ortasından itibaren öğrencilerin yönetsel kararları pekiştirmesini sağlayacak interaktif örnek olay analizleri düzenlenecektir.

II. SINIF

Ders Adı: PAZ2221 – Kitle İletişimi ve Tüketim - Öğr. Gör. Nevin POLAT

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 11

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	11	2,37
Proje Çalışması	-	-
Laboratuvar/Atölye	-	-
Ara Sınav	11	2,01
Final Sınavı	11	2,98
Sunum/Seminer	11	3,08
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	11	1,59

2. Genel Değerlendirme

Anket bulgularına göre, öğrencilerin haftalık konu tekrarları, bağımsız ödev hazırlıkları, sunum faaliyetleri ve sınav dönemleri neticesinde ders için harcadıkları toplam iş yükü ortalama 101,60 saat olarak hesaplanmıştır. Haftalık 3 saatlik teorik ders süresi ile öğrencilerin dönem boyu gösterdikleri bireysel akademik katkılar bir arada sentezlendiğinde, bu hacmin dersin 4 AKTS kredilik hedefleriyle tam bir kurumsal uyum içinde olduğu saptanmıştır.

11 öğrencinin katılımıyla şekillenen veriler; özellikle sunum/seminer aktiviteleri ile ödev hazırlıklarına ayrılan zaman dilimlerinin yüksekliğini ve dengeli dağıldığını göstermektedir. Bu tablo, öğrencilerin kitle iletişimi araçlarının tüketim toplumu üzerindeki etkilerini ve güncel medya kuramlarını istikrarlı şekilde takip ettiklerini, dersin teorik ve popüler kültür kazanımlarını içselleştirmek adına nitelikli bir akademik emek sarf ettiklerini ortaya koymaktadır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Öğrencilerin sunum hazırlıklarına ayırdıkları 3,08 saatlik sürenin niteliğini artırmak amacıyla, ders öncesinde güncel reklam kuşağı taramaları ve kitle iletişim kanallarındaki tüketim mesajlarına dair tematik sunum kılavuzları paylaşılacaktır.
- Ödev süreçlerini daha verimli kılmak adına, öğrencilerin dijital platformlardaki tüketim trendlerini ve medya manipülasyonlarını deşifre edebilecekleri güncel metin çözümleme rehberleri sisteme entegre edilecektir.
- Final sınavı öncesindeki hazırlık dönemini (2,98 saat) kolaylaştırmak ve ezberci öğrenmenin önüne geçmek amacıyla, dönem ortasından itibaren öğrencilerin kitle iletişim kuramlarını güncel vaka analizleriyle bağdaştırmasını sağlayacak interaktif tartışma oturumları düzenlenecektir.

II. SINIF

Ders Adı: PAZ2224 – Pazarlama Uygulamaları - Öğr. Gör. Nevin POLAT

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 15

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	15	2,10
Proje Çalışması	-	-
Laboratuvar/Atölye	-	-
Ara Sınav	15	1,89
Final Sınavı	15	2,78
Sunum/Seminer	15	3,51
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	15	1,71

2. Genel Değerlendirme

Anket bulgularına göre, öğrencilerin haftalık konu tekrarları, bağımsız ödev hazırlıkları, sunum faaliyetleri ve sınav dönemleri neticesinde ders için harcadıkları toplam iş yükü ortalama 104,22 saat olarak hesaplanmıştır. Haftalık 3 saatlik ders süresi ile öğrencilerin dönem boyu gösterdikleri bireysel akademik katkılar bir arada sentezlendiğinde, bu hacmin dersin 4 AKTS kredilik hedefleriyle tam bir kurumsal uyum içinde olduğu saptanmıştır.

15 öğrencinin katılımıyla şekillenen veriler; özellikle sunum/seminer aktiviteleri ile ödev hazırlıklarına ayrılan zaman dilimlerinin yüksekliğini ve dengeli dağıldığını göstermektedir. Bu tablo, öğrencilerin pazarlama teorilerini saha ve pazar gerçekleriyle bağdaştıran uygulamalı süreçleri istikrarlı şekilde takip ettiklerini, dersin işlevsel kazanımlarını içselleştirmek adına nitelikli bir akademik emek sarf ettiklerini ortaya koymaktadır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Öğrencilerin sunum hazırlıklarına ayırdıkları 3,51 saatlik sürenin mesleki faydasını artırmak amacıyla, ders planına gerçek marka senaryoları üzerinden yürütülecek interaktif pazarlama karması sunum rehberleri dahil edilecektir.
- Ödev süreçlerini daha verimli kılmak adına, öğrencilerin piyasa araştırması, rakip analizi ve tüketici eğilimleri verilerini sahada toplayıp raporlayabilecekleri pratik veri analizi şablonları paylaşılacaktır.
- Final sınavı öncesindeki hazırlık dönemini (2,78 saat) kolaylaştırmak ve kalıcı öğrenmeyi teşvik etmek amacıyla, dönem ortasından itibaren öğrencilerin pazarlama planlaması aşamalarını pekiştirecek interaktif beyin fırtınası oturumları düzenlenecektir.

II. SINIF

Ders Adı: PAZ2228 – Güncel Pazarlama Teknikleri – Dr. Öğr. Üyesi Fulya GÜNGÖR

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 11

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	11	2,47
Proje Çalışması	-	-
Laboratuvar/Atölye	-	-
Ara Sınav	11	2,51
Final Sınavı	11	3,02
Sunum/Seminer	11	1,87
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	11	2,12

2. Genel Değerlendirme

Anket bulgularına göre, öğrencilerin haftalık konu tekrarları, bağımsız ödev hazırlıkları, sunum faaliyetleri ve sınav dönemleri neticesinde ders için harcadıkları toplam iş yükü ortalama 109,55 saat olarak hesaplanmıştır. Haftalık 3 saatlik ders süresi ile öğrencilerin dönem boyu gösterdikleri bireysel akademik katkılar bir arada sentezlendiğinde, bu hacmin dersin 4 AKTS kredilik hedefleriyle tam bir kurumsal uyum içinde olduğu saptanmıştır.

11 öğrencinin katılımıyla şekillenen veriler; özellikle ödev hazırlama ile haftalık bireysel çalışma sürelerine ayrılan zaman dilimlerinin yüksekliğini ve dengeli dağıldığını göstermektedir. Bu tablo, öğrencilerin nöropazarlama, gerilla pazarlaması ve dijital trendler gibi güncel pazarlama yaklaşımlarını istikrarlı şekilde takip ettiklerini, yeni nesil pazarlama dinamiklerini içselleştirmek adına nitelikli bir akademik emek sarf ettiklerini ortaya koymaktadır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Öğrencilerin ödev hazırlamaya ayırdıkları 2,47 saatlik sürenin verimliliğini artırmak amacıyla, geleneksel yöntemlerin dışına çıkan dijital trend analizi rehberleri ve modern kampanya şablonları öğrenme sistemine eklenecektir.
- Sunum hazırlık süreçlerini daha nitelikli kılmak adına, öğrencilerin yapay zekâ destekli pazarlama araçlarını ve büyüme korsanlığı gibi güncel stratejileri sınıfa aktarabilecekleri tematik sunum kılavuzları paylaşılacaktır.
- Final sınavı öncesindeki hazırlık dönemini (3,02 saat) kolaylaştırmak amacıyla, dönem ortasından itibaren öğrencilerin güncel pazarlama literatürünü ve pratik sektör örneklerini pekiştirmesini sağlayacak interaktif beyin fırtınası oturumları düzenlenecektir.

II. SINIF

Ders Adı: PAZ2233 – Pazarlama Araştırması– Dr. Öğr. Üyesi Fulya GÜNGÖR

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 14

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	14	2,74
Proje Çalışması	14	1,02
Laboratuvar/Atölye	-	-
Ara Sınav	14	2,10
Final Sınavı	14	2,89
Sunum/Seminer	14	2,18
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	14	2,37

2. Genel Değerlendirme

Anket bulgularına göre, öğrencilerin haftalık konu tekrarları, bağımsız ödev hazırlıkları, sunum faaliyetleri ve sınav dönemleri neticesinde ders için harcadıkları toplam iş yükü ortalama 116,09 saat olarak hesaplanmıştır. Haftalık 3 saatlik ders süresi ile öğrencilerin dönem boyu gösterdikleri bireysel akademik katkılar bir arada sentezlendiğinde, bu hacmin dersin 4 AKTS kredilik hedefleriyle tam bir kurumsal uyum içinde olduğu saptanmıştır.

14 öğrencinin katılımıyla şekillenen veriler; özellikle ödev hazırlama ve haftalık bireysel çalışma sürelerine ayrılan zaman dilimlerinin yüksekliğini ve dengeli dağıldığını göstermektedir. Bu tablo, öğrencilerin veri toplama, anket tasarımı ve pazar analizi gibi pazarlama araştırması süreçlerini istikrarlı şekilde takip ettiklerini, bilimsel araştırma kazanımlarını içselleştirmek adına nitelikli bir akademik emek sarf ettiklerini ortaya koymaktadır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Öğrencilerin ödev hazırlamaya ayırdıkları 2,74 saatlik sürenin niteliğini artırmak amacıyla, pazar verilerini işleme, hipotez testleri ve anket tasarlama süreçlerinde yol gösterecek pratik veri analiz şablonları öğrenme sistemine eklenecektir.
- Sunum hazırlık süreçlerini daha verimli kılmak adına, öğrencilerin saha araştırması sonuçlarını, örneklem yapılarını ve pazar bulgularını akademik kurallara uygun raporlayabilecekleri tematik sunum kılavuzları paylaşılacaktır.
- Final sınavı öncesindeki hazırlık dönemini (2,89 saat) kolaylaştırmak amacıyla, dönem ortasından itibaren öğrencilerin araştırma yöntemlerini ve analiz tekniklerini pekiştirmesini sağlayacak interaktif soru-cevap etütleri düzenlenecektir.

II. SINIF

Ders Adı: PAZ2225 - Girişimcilik– Dr. Öğr. Üyesi Fulya GÜNGÖR

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü – Pazarlama Programı - Bahar 2025-2026

1. Öğrenci Anketi Değerlendirme Sonuçları

Bu değerlendirme, öğrenciler tarafından doldurulan 'AKTS Öğrenci İş Yüğü Değerlendirme Anketi'ne dayanmaktadır. Anket, öğrencilerin ders kapsamında yaptıkları çalışmalar ve bu çalışmalar için harcadıkları süreleri belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

Ankete katılan öğrenci sayısı: 12

Etkinlik	Katılan Öğrenci Sayısı	Ortalama Süre (saat)
Ödev Hazırlama	12	1,42
Proje Çalışması	-	-
Laboratuvar/Atölye	-	-
Ara Sınav	12	1,77
Final Sınavı	12	2,68
Sunum/Seminer	12	1,25
Haftalık Bireysel Çalışma Süresi	12	1,57

2. Genel Değerlendirme

Anket bulgularına göre, öğrencilerin haftalık konu tekrarları, bağımsız ödev hazırlıkları, sunum faaliyetleri ve sınav dönemleri neticesinde ders için harcadıkları toplam iş yükü ortalama 55,10 saat olarak hesaplanmıştır. Haftalık 2 saatlik teorik ders süresi ile öğrencilerin dönem boyu gösterdikleri bireysel akademik katkılar bir arada sentezlendiğinde, bu hacmin dersin 2 AKTS kredilik (1 AKTS = 25-30 saat normu) hedefleriyle tam bir kurumsal uyum ve denge içinde olduğu saptanmıştır.

12 öğrencisinin katılımıyla şekillenen veriler; sınav hazırlık aşamaları ile haftalık bireysel çalışma sürelerinin dengeli bir dağılım sergilediğini göstermektedir. Bu tablo, öğrencilerin iş fikri geliştirme, inovasyon ve girişimcilik süreçlerini istikrarlı şekilde takip ettiklerini, dersin dinamik ve vizyoner kazanımlarını içselleştirmek adına yeterli bir akademik emek sarf ettiklerini ortaya koymaktadır.

3. İyileştirme Çalışmaları ve Öneriler

- Öğrencilerin ödev hazırlama süreçlerini (1,42 saat) daha pratik hale getirmek amacıyla, uzun teorik raporlar yerine tek sayfada iş modeli tasarımı yapabilecekleri interaktif kanvas şablonları paylaşılacaktır.
- Sunum hazırlık süreçlerinin verimliliğini artırmak adına, öğrencilerin iş fikirlerini sektörel standartlarda, kısa ve etkili bir biçimde aktarabilmelerini sağlayacak "asansör konuşması" temalı sunum kılavuzları öğrenme sistemine eklenecektir.
- Final sınavı öncesindeki hazırlık yoğunluğunu (2,68 saat) optimize etmek amacıyla, dönem içinde öğrencilerin başarılı girişim hikayelerini ve stratejik risk analizlerini pekiştirmesini sağlayacak interaktif mini örnek olay değerlendirmeleri düzenlenecektir.