

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	III
<b>Bölüm 1 İŞLETMECİLİK</b>	<b>13</b>
1.1. İnsan İhtiyaçları	14
1.1.1. Ekonomik Mal ve Hizmetler	16
1.1.2. Talep ve Arz	17
1.1.3. Tüketim ve Tüketici	18
1.1.4. Üretim ve Üretim Faktörleri	18
1.2. İşletme	19
1.2.1. İşletmelerin Tarihi ve Gelişimi	20
1.2.2. Günümüzde İşletmelerin Önemi	21
1.2.3. İşletmelerin Amaçları	22
1.3. Etkililik (Effectiveness), Etkenlik (Efficiency), Verimlilik	25
1.4. Sistem Olarak İşletmeler	27
1.5. İşletme Biliminin Diğer Bilim Dallarına İlişkisi	29
1.5.1. Ekonomi	29
1.5.2. Hukuk	29
1.5.3. Psikoloji	30
1.5.4. Sosyoloji	30
Yararlanılan Kaynaklar	31
<b>Bölüm 2 İŞLETMENİN ÇEVRESİ VE İŞLETME TÜRLERİ</b>	<b>35</b>
2.1. Sistem Yaklaşımı	37
2.2. İşletmelerin İç Çevresi	40
2.2.1. İşletme Sahipleri ve Hissedarları	40
2.2.2. Yöneticiler	41
2.2.3. İşletme Çalışanları	42
2.2.4. İşletme Kültürü	42
2.2.5. Yönetim Yapısı	43
2.3. İşletmelerin Dış Çevresi	43
2.3.1. İşletmenin Faaliyet Gösterdiği Çevre	43
2.3.2. İşletmenin Genel Çevresi (Makro-Çevre)	47
2.4. Çevreye İlişkin Bilgi Sağlama Kaynakları	55
2.5. İşletme Türleri ve İşletmelerin Sınıflandırılması	56
2.5.1. Faaliyet Alanlarına (İşlevlerine) Göre İşletme Türleri	56
2.5.2. Tüketici Türlerine Göre İşletme Türleri	57
2.5.3. Üretilen Mal veya Hizmet Çeşidine Göre İşletme Türleri	57

2.5.4.	Büyükliklerine Göre İşletme Türleri	58
2.5.5.	Üretim Faktörlerinin Mülkiyet Biçimine Göre	60
2.5.6.	Hukuki (Yasal) Yapılarına Göre İşletme Türleri	61
	Yararlanılan Kaynaklar	65
<b>Bölüm 3 İŞLETMELERDE BÜYÜME</b>		<b>67</b>
3.1.	İşletmelerde Büyüme Çeşitleri	70
3.1.1.	İç Büyüme	70
3.1.2.	Dış Büyüme	70
3.2.	İşletmelerde Büyüme Yönleri	74
3.3.	İşletmelerde Büyümenin Olumlu Yanları	74
3.4.	İşletmelerde Büyümenin Olumsuz Yanları	75
	Yararlanılan Kaynaklar	76
<b>Bölüm 4 PİYASA ANALİZİ VE TALEP TAHMİNİ</b>		<b>79</b>
4.1.	İşletme Kurma ve Fizibilite Etüdü	80
4.2.	Ekonomik Araştırma	83
4.2.3.	Piyasa Araştırması ve Talep Tahmini	83
	Yararlanılan Kaynaklar	98
<b>Bölüm 5 İŞLETMELERDE KAPASİTE PLANLAMA</b>		<b>99</b>
5.1.	İşletmelerde Kapasite Planlaması ve Önemi	100
5.2.	Kapasite Kavramı ve Ölçütleri	101
5.3.	Kapasite Çeşitleri	102
5.3.1.	Teorik (Maksimum/Planlanan) Kapasite	102
5.3.2.	Gerçek (Normal/Pratik) Kapasite	102
5.3.3.	Fiili (Kullanılan) Kapasite	103
5.3.4.	Atıl (Boş/Aylak) Kapasite	103
5.3.5.	Optimal (En Uygun) Kapasite	104
5.4.	İşletmelerde Kapasite Seçimini Etkileyen Faktörler	106
5.4.1.	Teknoloji	107
5.4.2.	Talep	107
5.4.3.	Finansman	107
5.4.4.	Kuruluş Yeri	107
5.4.5.	Diğer Faktörler	107
5.5.	İşletmelerde Kapasite Kullanımı ve Sorunları	108
	Yararlanılan Kaynaklar	109

<b>Bölüm 6 KURULUŞ YERİ SEÇİMİ</b>	<b>111</b>
6.1. Kuruluş Yeri Seçiminin Stratejik Önemi	112
6.2. Kuruluş Yeri Seçimini Etkileyen Faktörler	113
6.2.1. Ekonomik Faktörler	114
6.2.2. Doğal Faktörler	117
6.2.3. Sosyo-Psikolojik Faktörler	119
6.2.4. Kamusal Faktörler	119
6.2.5. Diğer Faktörler	120
6.3. Kuruluş Yeri Seçiminde Yararlanılan Yöntemler	121
6.3.1. Faktör Kıyaslama Yöntemi	121
6.3.2. Maliyetleri Kıyaslama Yöntemi	122
6.3.3. Kârlılıkları Kıyaslama Yöntemi	123
Yararlanılan Kaynaklar	124
<b>Bölüm 7 YATIRIMIN MALİ AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ</b>	<b>125</b>
7.1. Yatırım Kararında Dikkate Alınacak Unsurlar	126
7.2. Yatırım Değerleme Yöntemleri	127
7.2.1. Sermayenin Ortalama Karlılığı Yöntemi	127
7.2.2. Geri Ödeme Süresi Yöntemi	128
7.2.3. Net Bugünkü Değer Yöntemi	128
7.2.4. İç Verim Oranı Yöntemi	131
7.2.5. Karlılık Endeksi Yöntemi	131
7.3. Yatırım Değerlemede Finansal Olmayan Kriterler	131
Yararlanılan Kaynaklar	132
<b>Bölüm 8 MALİYET, GELİR VE KÂR KAVRAMLARI</b>	<b>133</b>
8.1. Maliyet	134
8.1.1. Maliyetlerin Sınıflandırılması	135
8.2. Gelir	140
8.3. Kâr Kavramı	141
8.3.1. Kâra Geçiş Analizi (Başabaş – Sıfır Kâr Noktası)	142
8.4. İşletmenin Performansı ve Ölçülmesi	146
8.4.1. Performans Kriterleri	147
Yararlanılan Kaynaklar	151
<b>Bölüm 9 YÖNETİMİN TEMEL FONKSİYONLAR</b>	<b>153</b>
9.1. Yönetim	154
9.1.1. Yönetim Süreci	155
9.2. Yönetimin Temel Fonksiyonları	156
9.2.1. Planlama	158

9.2.2. Örgütlenme	170
9.2.3. Yürütme	180
9.2.4. Koordinasyon	185
9.2.5. Denetim	188
Yararlanılan Kaynaklar	192
<b>Bölüm 10 İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ</b>	<b>195</b>
10.1. İnsan Kaynakları Yönetimi Kavramı, Önemi, Gelişimi ve Örgüt içindeki Yeri	197
10.1.1. İnsan Kaynakları Yönetiminin Tanımı	197
10.1.2. İnsan Kaynakları Yönetiminin Önemi	199
10.1.3. Personel Yönetimi'nden İnsan Kaynakları Yönetimine	200
10.1.4. İnsan Kaynakları Yönetiminin Örgüt İçindeki Yeri	203
10.2. İnsan Kaynakları Yönetiminin Temel İlkeleri ve Teknik İşlevleri	205
10.2.1. İnsan Kaynakları Yönetiminin Temel İlkeleri	205
10.2.2. İnsan Kaynakları Yönetiminin Teknik İşlevleri	210
10.3. İnsan Kaynakları Yönetiminin Temel İşlevleri	217
10.3.1. İnsan Kaynakları Planlaması ile İşgören Temini ve Seçimi	218
10.3.2. Eğitim ve Geliştirme	222
10.3.3. Performans (Başarı) Değerlendirme	225
10.3.4. Kariyer Planlama ve Geliştirme	229
10.3.5. Ücret Yönetimi	231
Yararlanılan Kaynaklar	235
<b>Bölüm 11 ÜRETİM YÖNETİMİ</b>	<b>239</b>
11.1. Üretim Yönetiminin Tarihsel Gelişimi	241
11.2. Sistem Yaklaşımı ve Üretim Sistemleri	244
11.2.2. Seri Üretim	246
11.2.3. Parti Üretimi	246
11.2.4. Proje Üretimi	247
11.2.5. Çağdaş Üretim Sistemleri	247
11.3. Karar Teorisi	256
11.3.1. Belirlilik Ortamı	258
11.3.2. Belirsizlik Ortamı	258
11.3.3. Risk Ortamı	258
11.3.4. Karar Destek Sistemleri	259
11.4. Mamul Tasarımı	260
11.5. Talep Tahmini	261
11.5.1. Hareketli Ortalamalar Tekniği	262
11.5.2. Üssel Düzeltmeler Tekniği	263

11.6.	Fabrika Düzenleme	263
11.7.	Kapasite ve Kapasite Planlaması	264
11.7.1.	Kapasite Türleri	265
11.7.2.	Kapasite İhtiyaç Planlaması	266
11.8.	Üretim Planlama ve Kontrolü	267
11.9.	Stok Kontrolü	268
11.9.1.	Stok Maliyetleri	269
11.9.2.	Stok Kontrol Yöntemleri	270
11.10.	Kalite Kontrolü	272
	Yararlanılan Kaynaklar	274
<b>Bölüm 12 PAZARLAMA YÖNETİMİ</b>		<b>281</b>
12.1.	Pazarlamanın Tanımı ve Gelişimi	282
12.1.1.	Pazarlama Anlayışının Gelişimi	283
12.2.	Pazarlamayı Etkileyen Çevresel Faktörler	284
12.2.1.	Makro Çevre Faktörleri	284
12.2.2.	Mikro Çevre Faktörleri	289
12.3.	Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırması	290
12.3.1.	Pazarlama Araştırmasının Tanımı	292
12.3.2.	Pazarlama Araştırmasının Uygulama Alanları	292
12.3.3.	Pazarlama Araştırması Süreci	293
12.3.4.	Pazarlama Araştırmalarında Veri Kaynakları	295
12.3.5.	Pazarlama Araştırmalarında Kullanılan Teknikler	299
12.4.	Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışları	299
12.5.	Endüstriyel Pazarlar, Türleri ve Endüstriyel Pazarlarda Satın Alma Davranışları	299
12.5.1.	Endüstriyel Pazarların Tanımı ve Satın Alma Davranışları	299
12.5.2.	Endüstriyel Pazar Türleri	301
12.6.	Pazar Bölümlendirme, Hedef Pazarın Tespiti ve Konumlandırma	301
12.6.1.	Pazar Bölümlendirme	301
12.6.2.	Hedef Pazarın Tespiti	301
12.6.3.	Konumlandırma	302
12.7.	Ürün ve Ürün Politikası	302
12.7.1.	Ürün Tanımı	302
12.7.2.	Ürünlerin Sınıflandırılması	303
12.7.3.	Hizmetler	305
12.7.4.	Yeni Ürün Geliştirme Süreci	305
12.7.5.	Mamulün Yaşam Seyri	306
12.7.6.	Marka ve Ürün İlişkisi	307
12.8.	Fiyat ve Fiyatlandırma Politikaları	309

12.8.1. Kavramsal Olarak Fiyat ve Pazarlama Kararları Açısından Önemi	309
12.8.2. Fiyatlandırma Yöntemleri	310
12.8.3. Yeni Mamul Fiyatlandırma Teknikleri	312
12.9. Tutundurma (Pazarlama İletişimi)	312
12.9.1. Reklam	313
12.9.2. Halkla İlişkiler	315
12.9.3. Kişisel Satış	317
12.9.4. Satış Geliştirme	318
12.9.5. Doğrudan Pazarlama	320
12.10. Dağıtım Kanalları ve Dağıtım Politikası	321
12.10.1. Dağıtım Kanalı Üyeleri	321
12.10.2. Dağıtım Politikaları	322
12.10.3. Fiziksel Dağıtım	324
12.11. Uluslararası Pazarlama	324
Yararlanılan Kaynaklar	327
<b>Bölüm 13 MUHASEBE YÖNETİMİ</b>	<b>331</b>
13.1. Temel Düzeyde Muhasebe Bilgileri	332
13.1.1. Muhasebenin Tanımı ve Muhasebe Süreci	332
13.1.2. Muhasebenin Bölümleri	333
13.1.3. Muhasebenin Fonksiyonları	335
13.1.4. Muhasebenin İşletme Yönetimindeki Yeri	336
13.1.5. Muhasebe Bilgilerinin Kullanıcıları	337
13.1.6. Muhasebenin Temel Kavramları	339
13.1.7. Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkeleri	341
13.1.8. Muhasebe Verilerinden Elde Edilen Temel Mali Tablolar	345
13.1.9. Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Mesleği	350
Yararlanılan Kaynaklar	352
<b>Bölüm 14 FİNANS YÖNETİMİ</b>	<b>355</b>
14.1. İşletmelerde Finansal Yönetim	356
14.2.1. Finansman Kavramı	356
14.2.2. Finansın Gelişimi	356
14.2.3. Finansın İşletmelerdeki Yeri ve Önemi	357
14.2.4. Finansal Yönetimin Amacı	358
14.2.5. Finansal Pazarlar ve Çeşitleri	359
14.2.6. Finansal Kaynaklar	361
14.2.7. Muhasebe Verilerinden Elde Edilen Temel Mali Tablolar	370

14.2.8. Finansal Tablo Analizleri	372
Yararlanılan Kaynaklar	388
<b>Bölüm 15 HALKLA İLİŞKİLER</b>	<b>391</b>
15.1. Halkla İlişkilerin Önemi, Tanımı ve Benzer Kavramlar	392
15.1.1. Halkla İlişkilerin Önemi	392
15.1.2. Halkla İlişkilerin Tanımı	392
15.1.3. Halkla İlişkilere Benzer Kavramlar	393
15.2. Halkla İlişkilerde İletişimin Rolü ve Önemi	394
15.3. Temel Halkla İlişkiler İlkeleri	395
15.3.1. İki Yönlü İlişki Kurmak	395
15.3.2. Doğru Bilgi Vermek	395
15.3.3. İnandırıcılık	396
15.3.4. Sabırlı Çalışmak	396
15.3.5. Yaygın Sorumluluk	396
15.3.6. Açıklık	397
15.3.7. Yineleme ve Süreklilik	397
15.4. Halkla İlişkilerde Yerine Getirilen Fonksiyonlar	397
15.4.1. Basınla İlişkiler	397
15.4.2. Ürün Duyurumu/Tanıtımı	398
15.4.3. Kamuoyu ile İlişkiler	398
15.4.4. Lobicilik	398
15.4.5. Çalışan ve Yatırımcılarla İlişkiler	399
15.4.6. Kriz Yönetimi	400
Yararlanılan Kaynaklar	401
<b>Bölüm 16 BİLGİ VE TEKNOLOJİ YÖNETİMİ</b>	<b>403</b>
16.1 Bilgi Yönetimi	404
16.1.1. Bilgi Kavramı	404
16.1.2. Bilgi Yönetimi Kavramı	406
16.1.3. Bilgi Yönetiminin Amaçları, Özellikleri ve Yararları	407
16.2 Teknoloji Yönetimi	407
16.2.1. Teknoloji Kavramı	407
16.2.2. Teknoloji Yönetimi Kavramı	407
16.2.3. Teknoloji Yönetimi Stratejileri	410
16.3. Bilgi Teknolojileri Yönetimi	411
16.3.1. Bilgi Teknolojisi Kavramı	411
16.3.2. Bilgi Teknolojileri Yönetimi Kavramı	412
Yararlanılan Kaynaklar	413

