

Sayı : E-37211534-100-657930
Konu : Sınav Değerlendirme Evrakları

30.04.2026

DAĞITIM YERLERİNE

Bölümümüzde yürütülen ölçme ve değerlendirme süreçlerinin şeffaflığı, tutarlılığı ve izlenebilirliğinin artırılması amacıyla; klasik (açık uçlu) sınav uygulayan öğretim elemanlarımızın, ilgili sınavlarda öğrenci performanslarını hangi ölçütlere göre değerlendirdiklerini gösteren rubrik, puanlama anahtarı veya benzeri değerlendirme araçlarını hazırlamaları ve bu kapsamda değerlendirilmiş en az 5 (beş) adet sınav kağıdı örneği ile birlikte Bölüm Sekreterliğine iletmeleri gerekmektedir. Söz konusu belgelerin, kalite güvencesi ve akreditasyon süreçlerinde kanıt olarak kullanılmak üzere düzenli şekilde arşivlenmesi önem arz etmektedir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Osman TUĞAY
Bölüm Başkanı

Dağıtım:

Prof. Dr. Ahmet Buğra HAMŞIOĞLU
Prof. Dr. Ali Cüneyt ÇETİN
Prof. Dr. Duygu KIZILDAĞ
Prof. Dr. Hüseyin ÇİÇEK
Prof. Dr. Osman TUĞAY
Prof. Dr. Ömer TEKŞEN
Prof. Dr. Yusuf ŞAHİN
Doç. Dr. Muhammet Burak KILIÇ
Doç. Dr. Nazım AKSOY
Doç. Dr. Seher YASTIOĞLU
Doç. Dr. Tayfun YILMAZ
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Baybars ÖZŞAHİN
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Furkan SAK
Dr. Öğr. Üyesi Dorukcan PEHLİVAN
Dr. Öğr. Üyesi Faruk TEMEL
Dr. Öğr. Üyesi Gökhan AKTEPE
Dr. Öğr. Üyesi Hande UZUNOĞLU ÜNLÜ
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet KAHRAMAN
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet MÜLAZIMOĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Melih Burak KOCA
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÇELİK
Dr. Öğr. Üyesi Sibel ERİŞKAN
Arş.Gör. Muhammet Murat NALCI
Arş.Gör. Yusuf KASAP

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu :BSMN2ARKTH

Belge Doğrulama Adresi :

https://ebys.mehmetakif.edu.tr/enVision/Validate_Doc.aspx

İstiklal Yerleşkesi 15030 / BURDUR

Telefon:+90 248 213 25 00 Faks:+90 248 213 25 04

Ayrıntılı bilgi için irtibat: Zeynep Gül ÇİMEN

Evrak Pin Kodu: 73392

e-Posta : iibf@mehmetakif.edu.tr Elektronik Ağ:<http://iibf.mehmetakif.edu.tr> Kep Adresi : maku@hs01.kep.tr

Bu belge,güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.



Sayı : E-37211534-040-660868
Konu : Ölçme ve Değerlendirme Süreçlerine
İlişkin İyileştirme Önerileri

11.05.2026

DAĞITIM YERLERİNE

Bölümümüz Öğrenme Güvencesi Komisyonu tarafından hazırlanan "2025-2026 Bahar Dönemi Ara Sınav Sorularının İzleme ve Değerlendirme Raporu" incelenmiştir. Raporda, ölçme ve değerlendirme süreçlerinin genel olarak ders öğrenme çıktıları (DÖÇ) ile uyumlu şekilde yürütüldüğü, Bloom Taksonomisi temelli soru hazırlama yaklaşımının yaygın biçimde kullanıldığı ve rubrik değerlendirme uygulamalarının ölçme güvenirliğine katkı sağladığı değerlendirilmiştir. Bununla birlikte ölçme ve değerlendirme süreçlerinin sürekli iyileştirilmesi amacıyla aşağıdaki hususlara dikkat edilmesi önem arz etmektedir:

Sınav sorularının hazırlanmasında Bloom Taksonomisi düzeylerinin dikkate alınması, yalnızca bilgi düzeyini değil; kavrama, uygulama, analiz, değerlendirme ve yorumlama becerilerini de ölçen soru yapılarına yer verilmesi,

Ders Öğrenme Çıktıları (DÖÇ) ile sınav soruları arasındaki ilişkinin açık şekilde kurulması ve soru/DÖÇ eşleştirmelerinin eksiksiz hazırlanması,

Özellikle klasik ve karma sınavlarda rubrik değerlendirme yöntemlerinin kullanılarak değerlendirme süreçlerinde objektiflik ve tutarlılığın artırılması,

Klasik sınavlarda kullanılan değerlendirme ölçütleri ile rubrik örneklerinin sınav evraklarıyla birlikte bölüm başkanlığına iletilmesi,

Öğrenme Güvencesi Komisyonu tarafından hazırlanan raporun ve paylaşılan Bloom Taksonomisi ile rubrik değerlendirme örneklerinin incelenerek ölçme-değerlendirme süreçlerinde ortak yaklaşım geliştirilmesine katkı sağlanması hususlarında gerekli hassasiyetin gösterilmesi rica olunur.

Bölümümüzde kalite güvence sistemi kapsamında yürütülen ölçme ve değerlendirme süreçlerinin dönemsel olarak izlenmeye ve geliştirilmeye devam edeceği önemle duyurulur.

Prof. Dr. Osman TUĞAY
Bölüm Başkanı

Ek:

- 1- Dilekçe
- 2- Öğrenme Güvencesi Komisyonu Raporu
- 3- Veri İnceleme Dosyası

Dağıtım:

Prof. Dr. Ahmet Buğra HAMŞIOĞLU
Prof. Dr. Ali Cüneyt ÇETİN
Prof. Dr. Duygu KIZILDAĞ
Prof. Dr. Hüseyin ÇİÇEK
Prof. Dr. Osman TUĞAY
Prof. Dr. Ömer TEKŞEN

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu :BSRNP9SNH

Belge Doğrulama Adresi :

https://ebys.mehmetakif.edu.tr/enVision/Validate_Doc.aspx

Ayrıntılı bilgi için irtibat: Zeynep Gül ÇİMEN

Evrak Pin Kodu: 37092

İstiklal Yerleşkesi 15030 / BURDUR

Telefon:+90 248 213 25 00 Faks:+90 248 213 25 04

e-Posta iibf@mehmetakif.edu.tr Elektronik Ağ:http://iibf.mehmetakif.edu.tr

Kep Adresi : maku@hs01.kep.tr

Bu belge,güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.



Prof. Dr. Yusuf ŞAHİN
Doç. Dr. Muhammet Burak KILIÇ
Doç. Dr. Nazım AKSOY
Doç. Dr. Seher YASTIOĞLU
Doç. Dr. Tayfun YILMAZ
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Baybars ÖZŞAHİN
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Furkan SAK
Dr. Öğr. Üyesi Dorukcan PEHLİVAN
Dr. Öğr. Üyesi Faruk TEMEL
Dr. Öğr. Üyesi Gökhan AKTEPE
Dr. Öğr. Üyesi Hande UZUNOĞLU ÜNLÜ
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet KAHRAMAN
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet MÜLAZIMOĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Melih Burak KOCA
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÇELİK
Dr. Öğr. Üyesi Sibel ERİŞKAN
Arş.Gör. Muhammet Murat NALCI
Arş.Gör. Yusuf KASAP

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu :BSRNPA9SNH

Belge Doğrulama Adresi :

https://ebys.mehmetakif.edu.tr/enVision/Validate_Doc.aspx

İstiklal Yerleşkesi 15030 / BURDUR

Telefon:+90 248 213 25 00 Faks+90 248 213 25 04

Ayrıntılı bilgi için irtibat: Zeynep Gül ÇİMEN

Evrak Pin Kodu: 37092

e-Posta iibf@mehmetakif.edu.tr Elektronik Ağ:http://iibf.mehmetakif.edu.tr **Kep Adresi : maku@hs01.kep.tr**

Bu belge,güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.



T.C.
BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanlığı
İşletme Bölümü Başkanlığı'na

30.04.2026 tarih, E-37211534-100-657930 no.'lu yazıda talep edilen hususa ilişkin program öğrenme güvencesi komisyonu, gerekli incelemeleri yapmış ve çalışma sonuçlarını raporlaştırmıştır. İlgili rapor ve çalışma dosyası EK-1 ve EK-2'de bilginize sunulmuştur.
Gereğini bilgilerinize arz ederim



Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÇELİK
Öğrenme Güvencesi Komisyonu Başkanı
08.05.2026

EK-1: Öğrenme Güvencesi Komisyonu Raporu
EK-2: Veri İnceleme Dosyası

ÖĞRENME GÜVENCESİ KOMİSYONU

2025-2026 Bahar Dönemi Ara Sınav Sorularının İzleme ve Değerlendirme Raporu

İşletme Bölümü öğretim elemanları tarafından 2025-2026 Bahar Dönemi kapsamında uygulanan ara sınavlar, Öğrenme Güvencesi Komisyonu tarafından incelenmiştir. İnceleme sürecinde sınav türleri, ölçme-değerlendirme yöntemleri, Bloom Taksonomisine uygunluk durumu ve soru/DÖÇ eşleştirmeleri dikkate alınmıştır.

Yapılan inceleme sonucunda bölümde çoktan seçmeli, klasik ve karma sınav türlerinin kullanıldığı tespit edilmiştir. Çoktan seçmeli sınavlarda cevap anahtarı ile değerlendirme yöntemi kullanıldığı; klasik ve karma sınavlarda ise rubrik değerlendirme yaklaşımının benimsendiği görülmüştür.

Sınav sorularının önemli ölçüde Bloom Taksonomisi dikkate alınarak hazırlandığı, özellikle klasik ve karma sınavlarda analiz, yorumlama, değerlendirme ve uygulama düzeyindeki bilişsel becerilerin ölçülmesine yönelik soru yapılarının kullanıldığı değerlendirilmiştir. Ayrıca incelenen tüm derslerde soru/DÖÇ eşleştirmelerinin mevcut olduğu görülmüş olup, ders öğrenme çıktıları ile ölçme-değerlendirme süreçleri arasında uyum sağlandığı tespit edilmiştir.

Klasik ve karma sınavlarda kullanılan rubrik değerlendirme yönteminin ölçme sürecinde objektifliği artırdığı, öğrenci performansının daha sistematik değerlendirilmesine katkı sağladığı değerlendirilmiştir. Bunun yanında çoktan seçmeli sınavlarda Bloom Taksonomisinin dikkate alınmasının, yalnızca bilgi düzeyinin değil kavrama ve analiz düzeyindeki bilişsel becerilerin de ölçülmesine katkı sunduğu düşünülmektedir.

Sonuç olarak bölüm genelinde ölçme ve değerlendirme süreçlerinin ders öğrenme çıktıları ile uyumlu şekilde yürütüldüğü, Bloom Taksonomisi temelli soru hazırlama yaklaşımının yaygın olarak kullanıldığı ve rubrik değerlendirme uygulamalarının ölçme güvenilirliğine katkı sağladığı kanaatine varılmıştır. İlgili uygulamaların dönemsel olarak izlenmesi ve geliştirilmesine yönelik çalışmaların sürdürülmesi uygun görülmektedir.

Ölçme ve değerlendirme süreçlerinin geliştirilmesi amacıyla öğretim üyelerine Bloom Taksonomisi ve rubrik değerlendirme yaklaşımlarına ilişkin kısa bilgilendirmeler yapılmış; ayrıca rubrik değerlendirme örnekleri paylaşılmıştır. Bu kapsamda klasik ve karma sınavlarda kullanılmak üzere örnek rubrik tabloları hazırlanarak öğretim elemanlarının kullanımına sunulmuştur. Böylece ölçme-değerlendirme süreçlerinde ortak yaklaşım geliştirilmesi, soru hazırlama süreçlerinde Bloom Taksonomisinin dikkate alınması ve değerlendirme süreçlerinde objektifliğin artırılması amaçlanmıştır.

08.05.2026

Öğrenme Güvencesi Komisyonu

2025-2026 BAHAR DÖNEMİ ARA SINAV SORULARININ İZLEME VE DEĞERLENDİRMESİ							
Dersin Adı	S		Öğretim Üyesi	Sınav Türü	Sınav Değerlendirme	Sınav Soruları Bloom Tak. Uygunluğu	Soru / DÖÇ eşleştirme
Borçlar Hukuku	1	İsletme	Doç.Dr. NAZIM AKSOY	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Örgütsel Davranış	1	İsletme	Doç.Dr. SEHER YASTIOĞLU	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
İktisat II	1	İsletme	Dr. Öğr. Üyesi EMRAH ÖZEL	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
İsletme Yönetimi	1	İsletme	Dr. Öğr. Üyesi MEHMET KAHRAMAN	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Sosyal Psikoloji	1	İsletme	Dr. Öğr. Üyesi MEHMET KAHRAMAN	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Muhasebe Uygulamaları	1	İsletme	Prof.Dr. ÖMER TEKŞEN	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Ticari ve Mali Matematik	1	İsletme	Dr. Öğr. Üyesi HANDE UZUNOĞLU ÜNLÜ	klasik	Rubrik Değerlendirme	Bloom Taksonomisi kullanılmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Tüketici Davranışları	1	İsletme	Prof.Dr. AHMET BUĞRA HAMŞIOĞLU	klasik	Rubrik Değerlendirme	Bloom Taksonomisi kullanılmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku	2	İsletme	Doç.Dr. NAZIM AKSOY	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Finansal Yönetim	2	İsletme	Doç.Dr. TAYFUN YILMAZ	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi	2	İsletme	Prof.Dr. ALİ CÜNEYT ÇETİN	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
İnsan Kaynakları Yönetimi	2	İsletme	Prof.Dr. HÜSEYİN ÇİÇEK	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk	2	İsletme	Dr. Öğr. Üyesi DORUKCAN PEHLİVAN	Karma	Rubrik Değerlendirme Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi kullanılmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Organizasyon ve Organizasyon Teorileri	2	İsletme	Dr. Öğr. Üyesi DORUKCAN PEHLİVAN	Karma	Rubrik Değerlendirme Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi kullanılmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Marka ve Marka Stratejileri	2	İsletme	Doç.Dr. TULAY ÖZKAN	Klasik	Rubrik Değerlendirme	Bloom Taksonomisi kullanılmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Tedarik Zinciri Yönetimi	2	İsletme	Dr. Öğr. Üyesi SİBEL ERİŞKAN	Klasik	Rubrik Değerlendirme	Bloom Taksonomisi kullanılmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Üretim Yönetimi	2	İsletme	Prof.Dr. YUSUF SAHİN	Klasik	Rubrik Değerlendirme	Bloom Taksonomisi kullanılmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Maliyet Muhasebesi II	3	İsletme	Dr. Öğr. Üyesi AHMET FURKAN SAK	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Dış Ticaret Finansmanı ve Muhasebesi	3	İsletme	Prof.Dr. ALİ CÜNEYT ÇETİN	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Çağdaş Yönetim Teknikleri	3	İsletme	Prof.Dr. DUYGU KIZILDAĞ	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
İnsan Kaynakları Yönetimi	3	İsletme	Prof.Dr. HÜSEYİN ÇİÇEK	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Türk Vergi sistemi	3	İsletme	Prof.Dr. OSMAN TUĞAY	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Yöneyim Araştırması	3	İsletme	Prof.Dr. YUSUF SAHİN	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Tedarik Zinciri Yönetimi	3	İsletme	Dr. Öğr. Üyesi SİBEL ERİŞKAN	Klasik	Rubrik Değerlendirme	Bloom Taksonomisi kullanılmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Uluslararası Finans	4	İsletme	Doç.Dr. TAYFUN YILMAZ	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Bilgisayarlı Muhasebe Programları	4	İsletme	Dr. Öğr. Üyesi AHMET FURKAN SAK	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Uluslararası Muhasebe Standartları	4	İsletme	Dr. Öğr. Üyesi FARUK TEMEL	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Girişimcilik	4	İsletme	Dr. Öğr. Üyesi MEHMET KAHRAMAN	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Muhasebe Meslek Hukuku	4	İsletme	Prof.Dr. OSMAN TUĞAY	Coktan seçmeli	Cevap anahtarı ile değerlendirme	Bloom Taksonomisi dikkate alınmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
Proje Yönetimi	4	İsletme	Doç.Dr. MUHAMMET BURAK KILIÇ	Klasik	Rubrik Değerlendirme	Bloom Taksonomisi kullanılmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur
İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk	4	İsletme	Dr. Öğr. Üyesi DORUKCAN PEHLİVAN	Klasik	Rubrik Değerlendirme	Bloom Taksonomisi kullanılmıştır	DÖÇ eşleştirme mevcuttur

Bloom Taksonomisi Hakkında Bilgilendirme

Bloom Taksonomisi, öğrencilerin bilişsel becerilerini farklı düzeylerde değerlendirmeyi amaçlayan bir sınıflandırma yaklaşımıdır. Ölçme ve değerlendirme süreçlerinde hazırlanan sınav sorularının Ders Öğrenme Çıktıları (DÖÇ) ile uyumlu olması ve ilgili bilişsel düzeyi ölçmesi önem arz etmektedir.

Bu kapsamda öncelikle Ders Öğrenme Çıktılarının Bloom Taksonomisine uygun eylem fiilleri kullanılarak hazırlanması önerilmektedir. DÖÇ’lerde kullanılan ifade düzeyi ile sınav sorularının ölçtüğü bilişsel düzeyin uyumlu olması gerekmektedir. Örneğin DÖÇ içerisinde “açıklar”, “tanımlar” gibi ifadeler yer alıyorsa bilgi ve kavrama düzeyinde; “uygular” ifadesi yer alıyorsa uygulama düzeyinde; “analiz eder” ifadesi yer alıyorsa analiz düzeyinde; “değerlendirir” ifadesi yer alıyorsa değerlendirme düzeyinde soru yapıları kullanılmalıdır.

Örneğin:

- DÖÇ: “Marka konumlandırma stratejilerini analiz eder.”
→ Sınav sorusu: “Bir markanın konumlandırma stratejisini güçlü ve zayıf yönleri açısından analiz ediniz.”
- DÖÇ: “Tüketici davranışlarını değerlendirir.”
→ Sınav sorusu: “Verilen tüketici davranışı örneğini değerlendirerek satın alma sürecine etkilerini açıklayınız.”
- DÖÇ: “Finansal oran analizlerini uygular.”
→ Sınav sorusu: “Verilen finansal veriler üzerinden ilgili oran analizlerini uygulayınız.”

Bu doğrultuda öğretim elemanlarının öncelikle DÖÇ’leri Bloom Taksonomisine uygun şekilde hazırlamaları, ardından sınav sorularını ilgili DÖÇ’ün bilişsel düzeyine uygun biçimde oluşturmaları önerilmektedir. Böylece öğrenme çıktıları ile ölçme-değerlendirme süreçleri arasında daha güçlü bir uyum sağlanarak öğrenme güvencesi süreçlerine katkı sunulacaktır.

Rubrik Değerlendirme Örnek Tablolar

Ölçüt	4	3	2	1	0
Kısıt doğrularının doğru çizilmesi	Tam ☒	Çoğu ☐	Kısmi ☐	Eksik ☐	Yok ☐
Uygun çözüm bölgesinin belirlenmesi	Tam ☒	Çoğu ☐	Kısmi ☐	Eksik ☐	Yok ☐
Köşe noktalarının koordinatlarının tespiti ve amaç fonksiyonunda denenmesi	Tam ☒	Çoğu ☐	Kısmi ☐	Eksik ☐	Yok ☐
Optimum sonucun net belirtilmesi.	Tam ☒	Çoğu ☐	Kısmi ☐	Eksik ☐	Yok ☐

S.4 Güdülerin pazarlama stratejilerine uygulanmasını örnek vererek açıklayınız
(25 puan)

Ölçüt	4	3	2	1	0
Güdü kavramı	Doğru ☒	Kısmi ☐	Yüzeysel ☐	Yanlış ☐	Yok ☐
Pazarlama ilişkisi	Güçlü ☒	Kısmi ☐	Zayıf ☐	Çok zayıf ☐	Yok ☐
Örnekler	Çoklu güçlü ☒	Tek ☐	Zayıf ☐	Çok zayıf ☐	Yok ☐

S.2c Projenin kritik yolunu belirleyerek projenin bitirilebileceği süreyi bulunuz.
(15 puan)

Ölçüt	4	3	2	1	0
Proje kritik yolları	Tam ☒	Çoğu ☐	Kısmi ☐	Eksik ☐	Yok ☐
Proje süresi	Tam ☒	Çoğu ☐	Kısmi ☐	Eksik ☐	Yok ☐

S7. Marka sadakatinin işletme performansına etkilerini Pareto Prensibi çerçevesinde değerlendirerek işletmelerin müşteri yönetimi stratejilerine etkisini analiz ediniz. (Ü7: Analiz) (DÖÇ 3.; DÖÇ 6)

Rubrik Değerlendirme Tablosu

Ölçüt	Açıklama	Puan	Tam	İyi	Orta	Eksik	Çok Eksik	Yok
Kavramsal Doğruluk	Temel kavramları doğru kullanma	6	5	4	3	2	1	0
Analiz / Yorumlama	Derinlikli açıklama ve ilişki kurma	6	5	4	3	2	1	0
Örnek / Uygulama	Somut örneklerle destekleme	4	5	4	3	2	1	0
Yapı ve Tutarlılık	Mantıklı ve düzenli ifade	4	5	4	3	2	1	0
Toplam		20						

BURDUR MEHMET AKİF ERSOY

ÜNİVERSİTESİ

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
(İşletme Bölüm Başkanlığına)

2025/2026 Eğitim Öğretim Yılı BAHAR Dönemi girmiş olduğum derslere ait sınav soruları ve dersin öğrenme çıktıları eşleştirme tablosu ekte.

Gereğini arz ederim, saygılarımla.

Tarih: 22.04.2026

Unvan Ad Soyadı: Prof. Dr. Yusuf ŞAHİN

Aşağıdaki tablolar her ders için tek tek doldurulacaktır.

Dersin ADI:	Yöneylem Araştırması
Sınıf	1.Sınıf () 2.Sınıf () 3.Sınıf (X) 4.Sınıf ()
Sınav	Ara Sınav (X) Final Sınavı () Bütünleme ()
Sınav Türü	Çoktan Seçmeli () Klasik (X) Karma ()

Dersin Öğrenme Çıktısı*	Soru
1 Yöneylem araştırmasının tarihçesini, temel kavramlarını ve karar verme süreçlerini açıklar.	1
2 Doğrusal programlama modellerini tanımlar, formüle eder ve grafik/analitik yöntemlerle çözümler üretir.	1, 2
3 Simpleks yöntemi ile doğrusal programlama problemlerini çözer, duyarlılık analizi ve dualiteyi uygular.	-
4 Hedef programlama ve ulaşırma modellerini tanımlar, çok amaçlı karar problemlerine uygun yöntemlerle çözüm geliştirir.	2
5 Yöneylem araştırması tekniklerini kullanarak işletme problemlerine analitik ve sistematik çözümler geliştirir.	1, 2, 3, 4

*OBİS Bilgi Sisteminden beyan edilen Ders Bilgi Paketiyle uyumlu olacaktır.

Eklr:

1-Sınav Soruları Formu

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ İŞLETME BÖLÜMÜ
YÖNEYLEM ARAŞTIRMASI DERSİ VİZE SINAVI (08.04.2026)

1. Bir teknoloji firması, Akıllı Saat (A), Tablet (T) ve Dizüstü Bilgisayar (D) olmak üzere üç farklı ürün üretmektedir. Firmanın amacı, elindeki kısıtlı kaynaklarla haftalık toplam karı maksimize etmektir. Ürünlerin birim başına ihtiyaç duyduğu kaynaklar ve birim karlar aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Kaynaklar / Ürünler	Akıllı Saat (A)	Tablet (T)	Dizüstü (D)	Haftalık Kapasite
Elektronik Bileşen (Adet)	5	12	20	1,500 Adet
Montaj İşçiliği (Saat)	1	3	5	300 Saat
Test & Kalite Kontrol (Saat)	0.5	1	1.5	100 Saat
Birim Kar (TL)	1200	3500	6000	-

Pazar doygunluğu nedeniyle, üretilen Akıllı Saat sayısı toplam üretimin (A+T+D) %40'ından fazla olamaz. Büyük bir kurumsal müşteriyle yapılan anlaşma gereği, haftalık en az 20 adet Dizüstü Bilgisayar üretilmek zorundadır. Tablet üretimi için kullanılan bileşen sayısı, Dizüstü Bilgisayar üretimi için kullanılan bileşen sayısının en az iki katı olmalıdır (teknik yedek parça uyumu için). Bu şartlar altında kar maksimizasyonunu sağlayacak doğrusal programlama modelini kurunuz.

2. Bir otomotiv firmasının 3 farklı fabrikasında üretilen şanzımanlar, 4 farklı ana bayiye sevk edilecektir. Fabrikaların haftalık kapasiteleri, bayielerin haftalık talepleri ve her bir fabrikadan her bir bayiye birim nakliye maliyetleri (TL cinsinden) aşağıda verilmiştir:

Fabrikalar / Bayi	Bayi 1	Bayi 2	Bayi 3	Bayi 4	Haftalık Fabrika Kapasitesi (Adet)
Fabrika A	120	150	100	180	100
Fabrika B	100	200	130	110	150
Fabrika C	140	120	160	150	120
Bayi Talebi (Adet)	80	110	90	90	370 / 370

Fabrika A ile Bayi 4 arasındaki yol çalışması nedeniyle bu hafta sevk yapılamamaktadır. Şirket politikası gereği, Bayi 1'in talebinin en az %50'si Fabrika B tarafından karşılanmalıdır. Bu şartlar altında toplam taşıma maliyetini minimize edecek doğrusal programlama modelini kurunuz.

1. Karar değişkeni

q: akıllı saat üretim miktarı
t: tablet
d: dizüstü

Max Z = 1200q + 3500t + 6000d

Kısıtlar

$$\frac{q}{5} + \frac{t}{12} + \frac{d}{20} \leq \frac{1500}{5} \Rightarrow 5q \leq 20t + 12d$$

$$q + t + d \leq 300$$

$$0.5q + t + 1.5d \leq 100$$

2. Karar değişkeni

q: akıllı saat üretim miktarı
t: tablet
d: dizüstü

Max Z = 1200q + 3500t + 6000d

Kısıtlar

$$5q \leq 20t + 12d$$

$$q + t + d \leq 300$$

$$0.5q + t + 1.5d \leq 100$$

2. Karar değişkeni

x_{ij} : i: 1, 2, 3 fabrika, j: 1, 2, 3, 4 bayi taşıma maliyeti

A: 120, 150, 100, 180
B: 100, 200, 130, 110
C: 140, 120, 160, 150

Bayi 1: 80, 110, 90, 90

Max Z = $x_{11} + x_{12} + x_{13} + x_{14} + x_{21} + x_{22} + x_{23} + x_{24} + x_{31} + x_{32} + x_{33} + x_{34}$

Kısıtlar

Bayi 1 talebi 80: $x_{11} + x_{21} + x_{31} \leq 80$

Bayi 2 talebi 110: $x_{12} + x_{22} + x_{32} \leq 110$

Bayi 3 talebi 90: $x_{13} + x_{23} + x_{33} \leq 90$

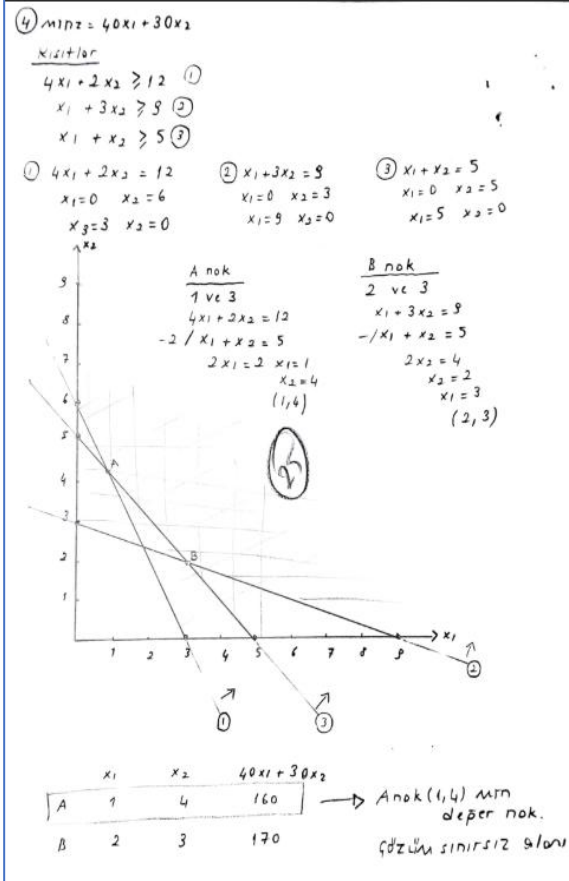
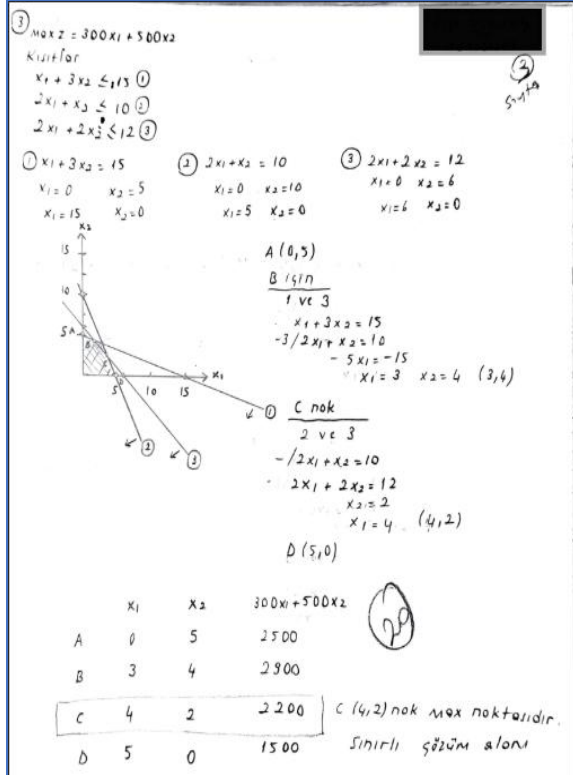
Bayi 4 talebi 90: $x_{14} + x_{24} + x_{34} \leq 90$

Fabrika kapasite kısıtı

$$x_{11} + x_{12} + x_{13} + x_{14} \leq 100$$

$$x_{21} + x_{22} + x_{23} + x_{24} \leq 150$$

$$x_{31} + x_{32} + x_{33} + x_{34} \leq 120$$



İŞLETME BÖLÜMÜ YÖNEYLEM ARAŞTIRMASI DERSİ ARA SINAV RİBRİK PUANLAMA ANAHTARI

S.1. Bir teknoloji firması, Akıllı Saat (A), Tablet (T) ve Dizüstü Bilgisayar (D) olmak üzere üç farklı ürün üretmektedir. Firmanın amacı, elindeki kısıtlı kaynaklarla haftalık toplam karı maksimize etmektir. Ürünlerin birim başına ihtiyaç duyduğu kaynaklar ve birim karları aşağıdaki tabloda verilmektedir:

Kaynaklar / Ürünler	Akıllı Saat (A)	Tablet (T)	Dizüstü (D)	Haftalık Kapasite
Elektronik Bileşen (Adet)	5	12	20	1.500 Adet
Montaj İşçiliği (Saat)	1	3	5	300 Saat
Test & Kalite Kontrol (Saat)	0.5	1	1.5	100 Saat
Birim Kar (TL)	1200	3500	6000	-

Pazar doygunluğu nedeniyle, üretilen Akıllı Saat sayısı toplam üretimin (A+T+D) %40'ından fazla olamaz. Büyük bir kurumsal müşteriyle yapılan anlaşma gereği, haftalık en az 20 adet Dizüstü Bilgisayar üretilmek zorundadır. Tablet üretimi için kullanılan bileşen sayısı, Dizüstü Bilgisayar üretimi için kullanılan bileşen sayısının en az iki katı olmalıdır (teknik destek parçası yüzünden). Bu şartlar altında karı maksimize eden programlama modelini kurunuz.

Ölçüt	4	3	2	1	0
Karar değişkenleri	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok
Amaç fonksiyonu	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok
Kapasite kısıtları	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok
Özel kısıtlar	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok

S.2. Bir otomotiv firmasının 3 farklı fabrikasında üretilen parçalar, 4 farklı ana bayiye sevk edilecektir. Fabrikaların haftalık kapasiteleri, bayielerin haftalık talepleri ve her bir fabrikadan her bir bayiye birim nakliye maliyetleri (TL cinsinden) aşağıda verilmektedir:

Fabrikalar / Bayiler	Bayi 1	Bayi 2	Bayi 3	Bayi 4	Fabrika Kapasitesi (Adet)
Fabrika A	120	150	100	180	100
Fabrika B	100	200	120	110	150
Fabrika C	140	120	160	150	120
Bayi Talebi (Adet)	80	110	90	90	370 / 370

Fabrika A ile Bayi 4 arasındaki yol durumu nedeniyle bu rota seçilmez. Şirket politikası gereği, Bayi 1'in talebinin en az %50'si Fabrika B tarafından karşılanmalıdır. Bu şartlar altında toplam nakliye maliyetini minimize edecek programlama modelini kurunuz.

Ölçüt	4	3	2	1	0
Karar değişkenleri	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok
Amaç fonksiyonu	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok
Arz (Kapasite) ve Talep kısıtları	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok
Yasak yol ve politika kısıtı	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok

S.3. Aşağıdaki doğrusal programlama modelini grafik yöntemiyle çözünüz.

$$\max z = 300x_1 + 500x_2$$

Kısıtlar:

$$x_1 + 3x_2 \leq 15$$

$$2x_1 + x_2 \leq 10$$

$$2x_1 + 2x_2 \leq 12$$

$$x_1, x_2 \geq 0$$

Ölçüt	4	3	2	1	0
Kısıt doğrularının doğru çizilmesi	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok
Uygun çözüm bölgesinin belirlenmesi	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok
Kışe noktalarının koordinatlarının tespiti ve amaç fonksiyonunda denenmesi	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok
Optimum sonucun net belirlenmesi	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok

S.4. Aşağıdaki doğrusal programlama modelini grafik yöntemiyle çözünüz.

$$\min z = 40x_1 + 30x_2$$

Kısıtlar:

$$4x_1 + 2x_2 \geq 12$$

$$x_1 + 3x_2 \geq 9$$

$$x_1 + x_2 \geq 5$$

$$x_1, x_2 \geq 0$$

Ölçüt	4	3	2	1	0
Kısıt doğrularının doğru çizilmesi	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok
Uygun çözüm bölgesinin belirlenmesi	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok
Kışe noktalarının koordinatlarının tespiti ve amaç fonksiyonunda denenmesi	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok
Optimum sonucun net belirlenmesi	Tam	Çoğu	Kısmi	Eksik	Yok

BURDUR MEHMET AKİF ERSOY
ÜNİVERSİTESİİKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
(İşletme Bölüm Başkanlığına)2025/2026 Eğitim Öğretim Yılı Bahar Dönemi girmiş olduğum derslere ait sınav soruları ve
dersin öğrenme çıktıları eşleştirme tablosu ektedir.

Gereğini arz ederim, saygılarımla.

Tarih: 30.03.2026

İmza: [Signature]

Unvan Ad Soyadı: Prof.Dr. A. Buğra HAMŞIOĞLU

Aşağıdaki tablolar her ders için tek doldurulacaktır.				
Dersin ADI:	Tüketici Davranışları			
Sınıf	1.Sınıf (x)	2.Sınıf ()	3.Sınıf ()	4.Sınıf ()
Sınav	Ara Sınav (x)	Final Sınavı ()	Bütünleme ()	
Sınav Türü	Çoktan Seçmeli ()	Klasik (x)	Karma ()	

Dersin Öğrenme Çıktısı*	Soru
1 Tüketici davranışlarını tanımlayıp pazarlama ile ilişkisini açıklama	1
2 Tüketici Davranışını Etkileyen unsurlar öğrenilir ve Karar Alma sürecinde nasıl kullanıldıkları kavranır.	2
3 Tüketici Satın Alma ve Sonrası Davranışları örneklerle incelenerek öğrenilir	3
4 Tüketici davranışlarının tüketime yarayan sonuçlarını anlatmak.	4
5 Tüketici davranışlarına ilişkin elde edilen bilgilerin nasıl değerlendirilebileceğini kavramak	

*OBİS Bilgi Sisteminden beyan edilen Ders Bilgi Paketiyle uyumlu olacaktır.

Ekler:

1- Sınav Soruları Formu

Adı ve Soyadı: [Signature]
Öğrenci Numarası: 2511504044

Sorular
 S.1 Tüketici kavramını açıklayarak, tüketici rollerini açıklayınız (ÖÇ1)
 S.2 Freud'un benlik modelini açıklayınız (ÖÇ2)
 S.3 Plansız alışverişe iten nedenleri maddeler halinde yazınız (ÖÇ3)
 S.4 Güdülerin pazarlama stratejilerine uygulanmasını örnek vererek açıklayınız (ÖÇ4)
 Sınav Süresi: 40 Dakika

Başarılar Dilerim
Prof.Dr. A. Buğra HAMŞIOĞLU

1- Tüketici: Kişinin kendisi yada ailesi için arzuisstek ve ihtiyaçlarını karşılamak için pazarlama bilgilerini satın alan yada satın alma kapasitesinde olan kişidir.

Müşteri: Sürekli aynı hizmeti alan yada devamlı aynı markadan ürün satın alan kişidir.

Alıcı: Ürünü satın alma faaliyetini gerçekleştiren kişidir.

2- Freud'un benlik modeli

1) Benlik: Kişinin göçkubundan beri tatmin edilmiş duygularıdır.

Benlik: Kişinin gerçek nesnel davranışa alışverişe geçmesidir.

3) Benlik: Vatan ve vicdan gibi üst değerleri taşıır.

3- Plansız alışverişe iten nedenler;

Düşük fiyat - Ürüne duyulan marjinal ihtiyaç

Kitlesel reklam - Mağaza görünümü

Kitlesel dağıtım - Depolama kolaylığı

İşletme Bölümü Tüketici Davranışları Dersi Ara Sınav Rubrik Puanlama Anahtarı

S.1 Tüketici kavramını açıklayarak, tüketici rollerini açıklayınız (25 puan)

Ölçüt	4	3	2	1	0
Tüketici kavramı	Kapsamlı ■	Küçük eksik □	Yüzeysel □	Eksik □	Yok □
Tüketici rolleri	Tam □	Çoğu □	Kısmi □	Eksik □	Yok ■
Örnekleme	Güçlü □	Kısmi □	Zayıf □	Çok zayıf □	Yok ■

S.2 Freud'un benlik modelini açıklayınız (25 puan)

Ölçüt	4	3	2	1	0
Model bileşenleri	Tam ■	Küçük eksik □	Kısmi □	Eksik □	Yok □
Kavramsal açıklama	Derin ■	Kısmi □	Yüzeysel □	Yanlış □	Yok □
Örnekleme	Güçlü ■	Kısmi □	Zayıf □	Yok □	Yok □

S.3 Plansız alışverişe iten nedenleri maddeler halinde yazınız (25 puan)

Ölçüt	4	3	2	1	0
Neden sayısı	5+ ■	4 □	3 □	1-2 □	Yok □
Doğruluk	Tam ■	Küçük hata □	Kısmi □	Yanlış □	Yanlış □
İfade	Açık ■	Kısmi □	Orta □	Dajmık □	Yok □

S.4 Güdülerin pazarlama stratejilerine uygulanmasını örnek vererek açıklayınız (25 puan)

Ölçüt	4	3	2	1	0
Güdü kavramı	Doğru □	Kısmi □	Yüzeysel □	Yanlış □	Yok ■
Pazarlama ilişkisi	Güçlü □	Kısmi □	Zayıf □	Çok zayıf □	Yok ■
Örnekler	Çoklu güçlü □	Tek □	Zayıf □	Çok zayıf □	Yok ■

Marka ve Marka Stratejileri Dersi Doç. Dr. Tülay ÖZKAN

BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
(İşletme Bölüm Başkanlığına)

2025/2026 Eğitim Öğretim Yılı BAHAR Dönemi girmiş olduğum derslere ait sınav soruları ve dersin öğrenme çıktıları eşleştirme tablosu ektedir.

Gereğini arz ederim, saygılarımla.

Tarih: 20.04.2026

Unvan Ad Soyadı: Doç. Dr. Tülay ÖZKAN

Aşağıdaki tablolar her ders için tek tek doldurulacaktır.				
Dersin ADI:	Marka ve Marka Stratejileri			
Sınıf	1.Sınıf ()	2.Sınıf (x)	3.Sınıf ()	4.Sınıf ()
Sınav	Ara Sınav (x)	Final Sınavı ()	Bütünleme ()	
Sınav Türü	Çoktan Seçmeli ()	Klasik (x)	Karma ()	

Dersin Öğrenme Çıktısı*	Soru
1 DÖÇ 1: Marka kavramını ve marka bileşenlerini tanımlar	1
2 DÖÇ 2: Markalaşma sürecini ve marka kimliği oluşturma süreçlerini açıklar	1
3 DÖÇ 3: Marka değeri, sadakati ve genişlemesi kavramlarını analiz eder	2-3-6-7
4 DÖÇ 4: Marka konumlandırma stratejilerini değerlendirir	4
5 DÖÇ 5: Dijitalleşme, sosyal medya ve sürdürülebilirlik bağlamında stratejileri tartışır,	5
6 DÖÇ 6: Gerçek vakalar üzerinden strateji geliştirir ve çözüm üretir	2-5-7

*OBİS Bilgi Sisteminden beyan edilen Ders Bilgi Paketiyle uyumlu olacaktır.

Eklr:

1-Sınav Soruları Formu

T.C.

BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi- İşletme Bölümü
Marka ve Marka Stratejileri Dersi

2025-2026 Bahar Dönemi-Vize Sınavı-10 Nisan 2026- süre 45 dakika A-110 11:00

Ad Soyad:.....

Numara:.....

Aşağıdaki sorulardan sadece 5 tanesini cevaplandırınız. Her soru 20'er puandır. Ek kâğıda ad soyadı ve okul numaranızı yazmayı unutmayınız. Yanıtlarınızın başına soru numarasını yazınız.

Başarılar dilerim. Doç. Dr. Tülay ÖZKAN

Sorular

- S1. Marka kimliği ile marka imajı arasındaki farkı açıklayarak, bu iki kavram arasındaki uyumsuzluğun işletmeler açısından olası sonuçlarını örneklerle analiz ediniz. (10 Analtı) (DÖÇ 1, DÖÇ 2)
- S2. Bir süt markasının yeni pazarlara açılmak istediğini varsayarak, hangi marka geliştirme stratejilerini kullanabileceğini gerekçeleriyle birlikte belirleyerek uygun stratejiyi seçiniz ve örneklerle açıklayınız. (10 Uygulama) (DÖÇ 4, DÖÇ 6)
- S3. Marka kimliğinin tüketici davranışları üzerindeki etkisini değerlendiriniz. (10 Değerlendirme) (DÖÇ 3)
- S4. Bir otomobil markasının "güvenlik" temelli konumlandırma stratejisini Marka Konumlandırma Sürecinin aşamaları çerçevesinde analiz ederek markanın rekabet avantajını değerlendiriniz. (14 Analtı ve Değerlendirme) (DÖÇ 4)
- S5. Yeni kurulan bir markanın farkındalığını artırmak için kullanabileceği pazarlama iletişim stratejilerini örneklerle açıklayınız. (10 Uygulama) (DÖÇ 3, DÖÇ 6)
- S6. Alınan kalite ile gerçek kalite arasındaki farkı açıklayarak, tüketici karar sürecine etkilerini örnek bir satın alma durumu üzerinden analiz ediniz. (10 Analtı) (DÖÇ 3)
- S7. Marka sadakatinin işletme performansına etkilerini Pareto Prensipli çerçevesinde değerlendirerek işletmelerin müşteri yönetimi stratejilerine etkisini analiz ediniz. (10 Analtı) (DÖÇ 3, DÖÇ 6)

Rubrik Değerlendirme Tablosu

Ölçüt	Açıklama	Puan	Tam	Yarı	Orta	Eksik	Çok Eksik	Yok
Kavramsal Doğruluk	Temel kavramları doğru kullanma	6	5	4	3	2	1	0
Analiz / Yorumlama	Derinlikli açıklama ve ilişki kurma	6	5	4	3	2	1	0
Örnek / Uygulama	Somut örneklerle destekleme	4	5	4	3	2	1	0
Yapı ve Tutarlılık	Mantıklı ve düzenli ifade	4	5	4	3	2	1	0
Toplam		20						

DERS VE SINAV HAKKINDA RAPORUM

Ders kapsamında hazırlanan klasik sınav soruları Bloom Taksonomisi dikkate alınarak oluşturulmuş olup; analiz, uygulama ve değerlendirme düzeyindeki bilişsel becerilerin ölçülmesi hedeflenmiştir. Sorular hazırlanırken Ders Öğrenme Çıktıları (DÖÇ) ile uyum gözetilmiş ve her soru ilgili DÖÇ'lerle eşleştirilmiştir.

Ölçme ve değerlendirme sürecinde öğrencilerin cevaplarının daha objektif ve sistematik şekilde değerlendirilebilmesi amacıyla rubrik değerlendirme yöntemi kullanılmıştır. Hazırlanan rubrik kapsamında öğrencilerin cevapları; kavramsal doğruluk, analiz/yorumlama, örnek-uygulama kullanımı ile yapı ve tutarlılık ölçütleri açısından değerlendirilmiştir.

Bu doğrultuda sınavın, ders öğrenme çıktılarının ölçülmesine ve öğrenme güvencesi süreçlerine katkı sağlayacak şekilde yapılandırıldığını söyleyebilirim.

Doç. Dr. Tülay ÖZKAN

Başarılar dilerim. Doç. Dr. Tülay ÖZKAN

Sonlar

51. Marka kimliği ile marka imajı arasındaki farkı açıklayarak, bu iki kavram arasındaki uyumsuzluğun işletmeler açısından olası sonuçların örnekleme analizi. (Etki Analizi) (2015-16) (2015-16) (2015-16)

52. Bir süt markasının yeni pazarlara açılma isteğini varsayarak, hangi marka geliştirme stratejileri kullanılabileceğini gerekçeleriyle birlikte belirleyerek uygun stratejiyi seçtin ve örnekleme açıklayın. (Etki Analizi) (2015-16) (2015-16) (2015-16)

53. Marka kişiliğinin tüketici davranışları üzerindeki etkisini değerlendirin. (Etki Analizi) (2015-16) (2015-16) (2015-16)

54. Bir otomobil markasının "güvenlik" temelli konularında stratejileri marka konularındaki süreçleri aşamaları çerçevesinde analizi ederek markanın rekabet avantajı değerlendirin. (Etki Analizi ve Değerlendirme) (2015-16) (2015-16) (2015-16)

55. Yeni kurulan bir markanın farklıda bulunarak artırmak için kullanılabilecek pazarlama iletişim stratejilerini örnekleme açıklayın. (Etki Analizi) (2015-16) (2015-16) (2015-16)

56. Algispan kalitesi ile gerek kalite arasındaki farkı açıklayarak, tüketici karar sürecine etkileri örnek bir satın alma durumu üzerinden analizi. (Etki Analizi) (2015-16) (2015-16) (2015-16)

57. Marka sadakatinin işletme performansını etkileyen Pareto Frenkliği çerçevesinde değerlendirerek işletmelerin müşteri yönetimi stratejilerini analizi. (Etki Analizi) (2015-16) (2015-16) (2015-16)

[illegible]

Not Geisiforme: Aynı bəzərgərdə fərdi bir SəT-149
SəTəyən cəvərləyən ya da yəni
Ərdə → SəTəyən wərgərlə SəTəyən bəzərgərdə SəT
Mərkəz Geisiforme: Mərkəz Aynı bir bəzərgərdə təşkil
Ərdə → SəT mərkəzinin yəni səltəzəzə SəTəyən
Ərdə Mərkəz: Aynı bəzərgərdə fərdi ismərlə yəni mərkəz
Ərdə → SəT mərkəzinin ism dəstəzəzə yəni mərkəz
Ərdə Mərkəz (SəTAS, SəTAS)

[illegible][illegible]

Başarılar dilerim. Doç. Dr. Tülay ÖZKAN

[illegible]

1.) Mərke kəndi mərkəzin kəmərləyir vəziyyətə misalın dəyişməsi oxşar. Mərke kəndi tələkəsinin kəmərləyir cəmlərin dərəcəsi. Mərke kəndi bəzə bir mərkəzə gətirilir, fəsilə kəndi 360 dərəcəyə gətirir bu səbədən tələkəsinin kəmərləyir cəmlərinin 360 dərəcəyə gətirir mərkəzin kəmərləyir vəziyyətə misalın dərəcəsi 360 dərəcəyə gətirir. (18)

2.) Kesirli hile hedef kütlesini doğru yazar. ve doğru doğru katıysa da homomorfizmal, bunlar başırla sapırlığı taktirde kütlenin x yanını korur, marka sadakati olur. Aynenlilik

B-3) Morita kısıtlı altında finansiye özellikleridir. mesela özgeçimlilik vb. durumlar sınırlanabilir. bu sayede morita ürünü doğru kullanılmamış olup olmadığı istendiği hâkimlik urun Grubu sağlanır.

5) Marka farkındalığı, ortamın her tarafında müşterilerin gördüğü bir şeydir. Bu, doğru bir marka bilgilisi, konuşulduğunda, markanın bilgilisi gibi insanlar tarafından alınarak marka farkındalığının artırılması için bir adım olabilir. Ancak bu, müşterilerin markanın farkındalığını değil, sadece

g) Abgaben होते हैं मालिकों, ड्रिने वगैरे मालिकों से दंडित करों के समान।
 Gated होते हैं मालिकों वगैरे उचित गैरों से दंडित करों के समान।

örneklerde: $4+4+0+2=10$

Alışınlar, her biri motoriyelidir. 5 Alışınlar Katı: Üçün mahon İkettinin Zihnin
de birakılır. saydır.

Alışın katıne Tülekânê doka emantîdîr. Dîlîlê
 soh a tîne tîlekânê nêlê hîsîtîdîr.
 Fîgîrê ne wêlê yîşê dîrê dîm Tülekânê
 Alışın katîgî tîrîşê edê. Gerêkê wîlîdînê soh
 Alışın katîyê doka fîrê dîm wîrîlê. Bîm
 Alışın katîyê doka fîrê dîm wîrîlê. Bîm
 wîrîlê alışın katîyê doka fîrê dîm wîrîlê. Bîm
 wîrîlê alışın katîyê doka fîrê dîm wîrîlê. Bîm

Soru 7 - Pareto prensibi $\rightarrow$ işletmelerin gelirinin %80'i
%20 müşteri ile / 20'isi müşterinin Pareto
%80'ini / 20'isi müşterinin

[illegible]

241501023

$$1 + 6 + 6 + 6 = 20$$

Tedarik Zinciri Yönetimi Dersi Dr. Öğr. Üyesi Sibel ERIŞKAN

BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
(İşletme Bölüm Başkanlığına)

2025/2026 Eğitim Öğretim Yılı Bahar Dönemi girmiş olduğum derslere ait sınav soruları ve dersin öğrenme çıktıları değerlendirme tablosu ekteydi.

Gereğini arz ederim, saygılarımla.

Tarih: 15.04.2026
İmza: [İmza]
Ufuk Ad Soyadı: Dr. Öğr. Üyesi Sibel Erişkan

Aşağıdaki tablolara her ders için tek doldurulacaktır.				
Dersin ADI:	1.Sınıf ()	2.Sınıf (X)	3.Sınıf ()	4.Sınıf ()
Sınav	Ara Sınav (X)	Final Sınavı ()	Bütünleme ()	
Sınav Yürü	Çıkışın Seçmeli ()	Klasik (X)	Karma ()	

Dersin Öğrenme Çıktısı*	Soru
1. Tedarik zinciri bileşenleri, uygulamalarını, stratejik çerçevesini, bileşenlerini ve gelişmelerini tanımlamak	3
2. Tedarik zinciri yönetiminde geleneksel temel süreçler ve rekabet stratejilerini analiz etmek	1
3. Tedarik zincirinde performans ve metrik değerlendirilmesini yapabilmek	2
4. Dağıtım ve ağı tasarımı ilkelerini uygulamak	
5. Akademik inceleme ve vaka çalışmalarıyla teorik bilgiyi pratikçe dönüştürmek	4

*OBS Bilgi Sisteminde yayın edilen Ders Bilgi Paketiyle uyumlu olacaktır.

Ekler:

1-Sınav Soruları Formu

2025-2026 Bahar Dönemi
Tedarik Zinciri Yönetimi Dersi Ara Sınavı

Öğrenci No: 2411501027
Adı Soyadı: [Adı Soyadı]
İmza: [İmza] 11.04.2026

Sorular

1) (25 puan) Bir cep telefonu üreticisi, hem zamana dayalı hem de fiyat hassasiyeti olan müşteriler, tüm lojistik ve cevap fonksiyonel itici güçleri stratejik uyum sağlamak için nasıl kullanılabilir, açıklayınız.

2) (25 puan) Aşağıdaki iki işletmeyi grafik üzerinde konumlandırınız ve seçimlerinizi nedenlerinizi açıklayınız:
İşletme 1: Standart paketli makama üreten ve maliyet odaklı çalışan bir gıda firması.
İşletme 2: Kişisel özel tasarım bilgisayarlar toplayan ve 24 saat içinde teslimatı sözü veren bir teknoloji firması.
Bu işletmelerin verimlilik sınırları üzerindeki konumları neden farklıdır?

3) (25 puan) Tedarik zinciri stratejisinin belirlenmesinde kritik rol oynayan talep belirsizliği ile hissedilen belirsizlik kavramlarını açıklayınız. Kavramlar arasındaki farkı vurgulayarak bir örnek olay yazınız.

4) (25 puan) Mavi Seramik, özel tasarım seramik kapılar üreten bir fabrikadır. Ürünlerini yerel bir distribütöre (toptancı) satar, toptancı ise bu ürünleri şehrin çeşitli noktalarındaki perakende mağazalarına dağıtır.

- Hafta: Son tüketimden talebi haftalık 100 kupa civarındadır.
- Hafta: Sosyal medyada bir influencer kupa paylaşıyor ve perakendecilerde talep 110 kupa çıkar (%10 artış).
- Hafta: Perakendeciler, bu artışın devam edeceğini düşünerek ve "stoksur kalma" korkusuyla toptancıdan 150 kupa sipariş eder.
- Hafta: Toptancı, perakendecilerin bu büyük siparişini görünce panikler. Kendi güvenliği stoğunu korumak ve lojistik maliyetlerini düşürmek için fabrikaya 250 kupalık bir üretim emri verir.
- Hafta: Fabrika yönetimi, toptancıdan gelen bu devasa artış görünce yeni bir firm hattı açmaya karar verir ve hammadde tedariğine 500 kupalık malzeme siparişini gönderir.
- Hafta: 6. haftada sosyal medya ratingsı düşer, talep tekrar 100'e döner. Ancak fabrika ve hammadde tedariği devasa bir stok yığınıyla baş başa kalır.

İhtiyaç: Yukarıdaki vaka parçalarını okuyun. Tedarik Zinciri Yönetimi literatüründe hangi kavramın tipik bir nedeni olabilir? Bu kavramı kendi cümlelerinizle kısaca açıklayınız.

Nedenler: Vaka metninden yola çıkarak, talebin zincir boyunca bu denli sapma göstermesinin (büyümesinin) temel nedenleri neler olabilir? En az 3 neden belirtiniz.

Çözüm Yöntemleri: Bu durumun olumsuz etkilerini minimize etmek ve gelecekte benzer bir tabloyla karşılaşmamak için "Mavi Seramik" yönetimine hangi çözüm yöntemlerini ve stratejik iş birliklerini önerirsiniz?

Sınav süresi: 60 dk
Bazırdar dilerim
Dr. Sibel Erişkan

Soru No	Bloom Seviyesi	Temel Ölçme Alanı	Puan
Soru 1	Analiz / Uygulama	Stratejik uyum ve itici güçlerin entegrasyonu	25
Soru 2	Sentez / Değerlendirme	Verimlilik sınırı ve stratejik konumlandırma	25
Soru 3	Anlama / Analiz	Kavramsal ayrım ve özgün değerlendirme	25
Soru 4	Değerlendirme / Yaratma	Vaka analizi, sorun tespiti ve çözüm önerisi	25
TOPLAM			100

Soru 1: Stratejik Uyum ve İtici Güçler (25 Puan)

Lojistik İtici Güçler (10 Puan): Tesis, Envanter ve Ulaşım unsurlarının her birinin hem "hız" hem "maliyet" dengesinde nasıl kullanılabileceği açıklama (Her biri ~3.3 puan).

Cıvaz Fonksiyonel İtici Güçler (10 Puan): Bilgi, Tedarik ve Fiyatlandırma stratejilerinin hibrit yapıya etkisini açıklama (Her biri ~3.3 puan).

Stratejik Bütünlük ve Ertelenme (5 Puan): Ertelenme stratejisi ile teorik çerçeveyi (verimlilik sınırı değişimi) doğru bağdaştırma.

Soru 2: Verimlilik Sınırı Grafik (25 Puan)

Gratik Gösterimi (5 Puan): Yırtıcı (Maliyet/Verimlilik) ve dikey (Cevap Verilebilirlik) eksenlerin doğru gösterilmesi ve verimlilik sınırı eğrisi.

Doğru Konumlandırma (10 Puan): Makama firmasının sağ altı (verimlilik), bilgisayar firmasının üst sol (cevap veren) bölgeye yerleştirilmesi.

Nedenlerin Analizi (10 Puan): Ürün tipi (Fonksiyonel vs. İnovatif) ve rekabet stratejisi (Maliyet Liderliği vs. Farklılaşma) ilişkisinin kurulması.

Soru 3: Talep Belirsizliği ve Hissedilen Belirsizlik (25 Puan)

Tanımlamalar (10 Puan): Talep belirsizliği (objektif pazar verisi) ve Hissedilen belirsizlik (yönetici algısı/psikolojisi) kavramlarını net açıklama.

Fark Analizi (5 Puan): İki kavram arasındaki temel ayrımı (objektif vs. subjektif) vurgulama.

Özgün Örnek Olay (10 Puan): Verilen cevap anahtarındaki gibi iki farklı bakış açısını içeren, tutarlı ve kavramları somutlaştıran bir kurgu sunma.

Soru 4: Kamçı Etkisi (Bullwhip Effect) Vaka Analizi (25 Puan)

Kavram Tanımı (5 Puan): Durumun "Kamçı Etkisi" olarak doğru isimlendirilmesi ve kısa açıklaması.

Nedenlerin Analizi (10 Puan): Metinden yola çıkarak en az 3 nedenin (Tahmin hatası, panik siparişi, bilgi kopukluğu, parti büyüklüğü vb.) belirlenmesi.

Çözüm Önerileri (10 Puan): VMI, CPFR, POS verisi paylaşımı gibi stratejik ve iş birliğine dayalı çözüm yöntemlerinin sunulması.

1) Amazon örneğini verimlilik sınırı çiziminde aynı zamanda seçenekler sunarak zamana dayalılık gösterebiliriz diyelim ki bir kitap aldınız fiyatı 150 TL müşteriye 300 TL seçenek sunarak yani aramış teslimat subdolar fiyat 2 gün içinde teslimat subdolar ama benpara ödemedik istemiyorsunuz dirençlere karşıtız ama süre olarak diğerlerinden uzun bir süre vererek her istediğimizi anda cevaplayabiliriz (15)

2) İşletme 1 standart üretim yapıyor ve itme sistemini kullanıyor yani ayrılmış durumda üretim masrafları azaltılıp tüketimin talebini tahmin ediyor. Örnekteki standart üretim yapıldığından dolayı, kişiselleştirme olmuyor ve zaman konusunda bir hedeşi olmadığında hem lojistik hemde üretim maliyeti açısından etkisi masraflı olmuyor. Zaten amaçta maliyet odaklı olduğundan dolayı grafikte etrafında gösterdim. İşletme 2 ise kişiye özel üretim yapıyor ve itme sistemini kullanıyor yani tüketici ben özelliklerde olmasını istiyorum diyor ve buna göre üretim yapıyor ama itme dediği gibi üretim alınmasını beklemek yerine talebe göre üretim yapıldığından dolayı maliyetlerini azaltabiliyor. Kendisine bir teslimat süresi hedeşi kaymış 24 saatte teslim etmek zorunluluğu arttığı gibi lojistik benzeri maliyetleri artırıyor bundan hareketle grafikte etrafında gösterdim. (25)

Diğer: daha kişiselleştirilmiş ve duyarlılığa önem verdiğinde maliyetleri artmıştır. İşletme 2) maliyet olarak o noktaya düşen 500 TL düşmüştür.

3) Talep belirsizliği tüketimin gründen ne kadar istediğini tam olarak bilmemekte olduğu olur. (10)

Hissedilen belirsizlik üretimin ne kadar talep olduğunu bilmesine rağmen üretimin ona karşılamayacağını bilmesidir. Bir firma ürettiği ürünün ne kadar talep olduğunu bilmiyor. Vade 100 tane olarak düşünür ama bir olayda talep patlayıp patlayamayacağını kestiremiyor. Talep belirsizliğidir ama 100 tane talep olduğunu bilirdiği halde 80 tane üretebiliriz, bu hissedilen belirsizliktir çünkü talep karşılamayı karşılamayacağını bilmiyor.