

## DR. AHMET ÇUBUKCU, PMP® EĞİTİM/DANIŞMANLIK KATALOĞU

### 1. Proje Yönetimi: PMI® Proje Yönetim Metodolojisi ve PMP® Sınavına Hazırlık

**Eğitim Hedef Kitle:** Proje yöneticileri, potansiyel proje yöneticileri, PMP sertifikasyon sınavına hazırlananlar, proje bazlı işlerde çalışanlar

**Süre:** 5 Gün

#### **Eğitim Konu Başlıkları:**

- 1.1. PMI, PMP ve Proje Yönetimine Giriş
- 1.2. Proje Yönetimi Terminolojisi
- 1.3. Proje Yönetimi Süreç ve Bilgi Alanları
- 1.4. Proje Entegrasyon Yönetimi
- 1.5. Proje Kapsam Yönetimi
- 1.6. Proje Zaman Çizelgesi Yönetimi
- 1.7. Proje Maliyet Yönetimi
- 1.8. Proje Kalite Yönetimi
- 1.9. Proje Kaynak Yönetimi
- 1.10. Proje İletişim Yönetim
- 1.11. Proje Risk Yönetimi
- 1.12. Proje Tedarik Yönetimi
- 1.13. Proje Paydaş Yönetimi
- 1.14. Çevik Proje Yönetimi
- 1.15. Scrum Metodolojisi

**Not1:** Katılımcılara 35 saatlik eğitim içerikleri yanı sıra PMP'ye hazırlık kapsamında örnek soru ve çözümler ile PMBOK 7 eğitim sunumu da paylaşılmaktadır.

**Not2:** MS Project Eğitimleri ayrıca sunulmakla birlikte eğitim kapsamında MS Project üzerinden uygulamalar da yapılmaktadır.

## 2. Kurumsal İnovasyon Yönetimi

**Eğitim Hedef Kitle:** İşletme üst ve orta düzey yöneticileri, birim amirleri, strateji ve iş geliştirme birimi çalışanları, proje ve ar-ge yöneticileri/çalışanları

**Süre:** 1 Gün

### **Eğitim Konu Başlıkları:**

- 2.1. İnovasyona Giriş
  - 2.1.1. Değişim ve İnovasyon
  - 2.1.2. İnovasyon Nedir? Ne Değildir?
  - 2.1.3. Ar-ge ve İnovasyon İlişkisi
  - 2.1.4. İnovasyon Türleri
- 2.2. Kurumsal İnovasyon Yönetimi
  - 2.2.1. İnovasyon Yönetiminin Temel Taşları
  - 2.2.2. Kurumsal İnovasyon Yönetim Sistemi
  - 2.2.3. İnovasyon Stratejileri
  - 2.2.4. İnovasyon Kültürü
  - 2.2.5. İnovasyon Süreci
  - 2.2.6. Başarılı Bir İnovasyon Süreci İçin İpuçlar
- 2.3. İnovasyon Stratejilerinin Oluşturulması
  - 2.3.1. Stratejik Planlama Süreci
  - 2.3.2. İnovasyon Stratejisi
  - 2.3.3. İnovasyon Proje Portföyü
  - 2.3.4. Mavi Okyanus Stratejisi
  - 2.3.5. İş Modeli Stratejisi
  - 2.3.6. Teknoloji Yol Haritaları
- 2.4. İnovasyon Kültürünün Oluşturulması
  - 2.4.1. İşletmelerde İnovasyon Kültürünün Temel Bileşenleri
  - 2.4.2. İyi bir İnovasyon Ortamı için Davranış Türleri
  - 2.4.3. İnovasyon Kültürünün Ölçülmesi
- 2.5. İnovasyon Süreçlerinin Oluşturulması
  - 2.5.1. İnovasyon Süreci
  - 2.5.2. Her Bir Süreçte İnovasyon Yöneticileri için Araç ve Teknikler
  - 2.5.3. İnovasyon Süreç Modelleri

## 2.6. İnovasyonda İşbirlikleri ve Açık İnovasyon

### 2.6.1. Açık İnovasyon Kavramı

### 2.6.2. Açık İnovasyon Süreci

### 2.6.3. Açık İnovasyon ve İlgili Diğer Kavramlar: Kitle Kaynak, Kitle Fonlama ve Birlikte Yaratım

### 2.6.4. Açık İnovasyon Yöntemleri ve Başarı Örnekleri

### 2.6.5. İnovasyonda Start-Up İşbirlikleri

## 3. Tasarım Odaklı Yenilikçi Ürün Geliştirme

**Çalıştay Hedef Kitle:** Ürün geliştirme ve yaratıcı fikir geliştirme üzerine çalışan herkes, Yeni ürünlerin tanımlanması, tasarlanması, üretilmesi ve pazarlamasından sorumlu tüm kademede mühendis ve yöneticiler

**Süre:** 6 gün

### **Çalıştay Konu Başlıkları:**

#### 3.1. Çalıştaya ön hazırlık yapılması (1 gün)

- 3.1.1. Çalışılacak ürün ile ilgili yaşanan problemler, ihtiyaçlar, beklentiler, hedef ve vizyonların belirlenmesi
- 3.1.2. Ekibin, zamanın ve çalıştay yerinin belirlenmesi
- 3.1.3. Kolaylaştırıcı ve karar vericiye karar verilmesi
- 3.1.4. Alınacak malzemelere karar verilmesi
- 3.1.5. 5 günlük ajandanın oluşturulması
- 3.1.6. Motivasyon mailinin hazırlanması ve çalıştaya ilişkin katılımcılara bilgilendirme maili atılması

#### 3.2. Problem/Fikir Alanının Belirlenmesi (1 gün)

- 3.2.1. Vizyonel hedeflerin oluşturulması
- 3.2.2. Sprint sorularının oluşturulması
- 3.2.3. Haritalamanın yapılması
- 3.2.4. Uzman görüşlerinin alınması
- 3.2.5. Problemin çerçevelenmesi
- 3.2.6. İlgili diyagramlarının oluşturulması
- 3.2.7. Probleme karar verilmesi
- 3.2.8. Müşteri ve hedef alanına karar verilmesi

### 3.3. Çözüm Geliştirilmesi (1 gün)

- 3.3.1. Pazar ve çözüm ilişkisinin incelenmesi
- 3.3.2. 4 adım uygulaması (Notlar- Fikirler- Çılgın Sekizler – Çözüm çizimi)
- 3.3.3. Son gün yapılacak müşteri görüşmelerine hazırlık yapılması

### 3.4. Çözüm Seçimi (1 gün)

- 3.4.1. 5 adımlık karar verme yönteminin uygulanması
- 3.4.2. En iyi çözümlerin seçimi ve prototip yapısına karar verilmesi
- 3.4.3. Prototipin planlanması

### 3.5. Prototipleme (1 gün)

- 3.5.1. Prototip takım rollerinin belirlenmesi
- 3.5.2. Araçlar, roller ve küçük prototip parçalarının takım üyelerine atanması ve üyelerin ilgili parçaları prototiplemesi
- 3.5.3. Tüm prototip parçalarının birleştirilmesi ve bütünlük elde edilmesi
- 3.5.4. Prototipin denenmesi ve hataların çıkarılması
- 3.5.5. Prototipin sonuçlandırılması
- 3.5.6. Görüşmeci rolündeki takım üyesinin müşteri görüşme senaryosunu çıkarması (yarına hazırlık)
- 3.5.7. Müşteriler ile iletişim kurulup bir sonraki sprint günü yapılacak test için randevulaşılması
- 3.5.8. Müşteriler için hediye kartlarının tasarlanması

### 3.6. Test ve doğrulama (1 gün)

- 3.6.1. Görüşme ve mülakat içerikleri ile ilgili takım üyelerine bilgilendirme yapılması
- 3.6.2. 2 ayrı odanın ayarlanması (birinde müşterilerin ağırlanması, diğerinde ise sprint takımının müşterilerden gelen geri bildirimleri incelemesi/izlemesi.)
- 3.6.3. Video konferans bağlantılarının ve web kameralarının ayarlanması
- 3.6.4. 5 ayrı müşteri grubu ile görüşmelerin gerçekleştirilmesi
- 3.6.5. Belirlenen problem, uzun vadeli hedefler ile sonuçların kıyaslanması ve yol haritasının güncellenmesi

## 4. İş Modeli İnovasyonu

**Eğitim Hedef Kitlesi:** Girişimciler, Girişimci adayları, Ürün geliştirme ve yaratıcı fikir geliştirme üzerine çalışan herkes, Yeni ürünlerin tanımlanması, tasarlanması, üretilmesi ve pazarlamasından sorumlu tüm kademedeki mühendis ve yöneticiler

**Süre:** 8 saat

### **Eğitim Konu Başlıkları:**

- 4.1. İş Modeli ve İş Modeli İnovasyonu Kavramları
- 4.2. İş Modeli İnovasyonunun Önemi
- 4.3. İş Modeli İnovasyonu Ontolojileri

#### 4.4. İş Modeli Kanvası ve Bileşenleri

- 4.4.1. Müşteri Segmentleri
- 4.4.2. Değer Önerileri
- 4.4.3. Müşteri İlişkileri ve Kanallar
- 4.4.4. Kilit Süreçler
- 4.4.5. Maliyet ve Gelir Modelleri

#### 4.5. İş Modeli İnovasyonu ve Yıkıcı İnovasyonu Başarı Kılmak

- 4.5.1. Müşteri İnovasyonu – Tasarım Odaklı Düşünme
- 4.5.2. Değer İnovasyonu – Ürün ve Tasarım İnovasyonu
- 4.5.3. Müşteri İlişkileri İnovasyonu – Açık İnovasyon
- 4.5.4. Kanallar İnovasyonu – Dijital Pazarlama
- 4.5.5. Kilit Süreçler İnovasyonu – Yalın Üretim
- 4.5.6. Gelir Modeli İnovasyonu – Yenilikçi Gelir Modelleri

### 5. Problem Çözme ve Yaratıcı Düşünme Teknikleri

**Eğitim Hedef Kitle:** Girişimci, Girişici Adayları, Ürün ve hizmet geliştirme üzerine çalışan herkes, Yeni ürünlerin tanımlanması, tasarlanması, üretilmesi ve pazarlamasından sorumlu tüm kademedeki mühendis ve yöneticiler

**Süre:** 8 saat

#### **Eğitim Konu Başlıkları:**

- 5.1. Yaratıcılığın Doğası ve Yaratıcı Süreç
  - 5.1.1. Beyin ve Kalıplama Sistemi
  - 5.1.2. Bilinç ve Bilinçdışı
  - 5.1.3. Beyin Dalgaları ve Özellikleri
  - 5.1.4. Yaratıcı Sürecin Evreleri
- 5.2. Problem Analiz Teknikleri
  - 5.2.1. Balık Kılçığı Diyagramı
  - 5.2.2. Ardışık Düşünme Tekniği
  - 5.2.3. Güç Alanı Analizi
  - 5.2.4. Kepner/Trego Analiz Tekniği
  - 5.2.5. Pareto Analizi

### 5.3. Yararıcı Düşünme ve Fikir Geliştirme Teknikleri

- 5.3.1. Beyin Fırtınası, Tersine ve Yazılı Beyin Fırtınaları
- 5.3.2. Altı Şapkalı Düşünme Tekniği
- 5.3.3. SCAMPER ve Beyzade Bey
- 5.3.4. Nitelik Sıralama ve Morfolojik Analiz

## 6. Ürün Yönetimi ve Yeni Ürün Geliştirme

**Eğitim Hedef Kitleleri:** Yeni ürünlerin tanımlanması, tasarlanması, üretilmesi ve pazarlamasından sorumlu tüm kademede mühendisler ve yöneticiler. Ürün sahipleri, ürün yöneticileri, ar-ge ve inovasyon yöneticileri ve çalışanları, iş geliştirme departmanı çalışanları

**Süre:** 28 saat

### **Eğitim Konu Başlıkları:**

- 6.1. Ürün Yönetimi ve Ürün Geliştirmeye Giriş
- 6.2. Çevik Ürün Geliştirme
- 6.3. Scrum Metodolojisi
- 6.4. İhtiyaç ve Gereksinim Yönetimi
  - 6.4.1. Paydaş Analizi
  - 6.4.2. Kano Analizi
  - 6.4.3. Tasarım Odaklı Düşünme
- 6.5. Rekabet ve Pazar Analizi
- 6.6. Müşteri Geliştirme
- 6.7. Deney Tasarımı ve MVP Oluşturma
- 6.8. Yeni Ürün Geliştirmede Araç Setlerinin Kullanımı
  - 6.8.1. TRIZ Metodolojisi
  - 6.8.2. FMEA Tekniği
  - 6.8.3. QFD Metodolojisi

## 7. Stratejik Planlama ve Stratejik Yönetim

**Eğitim Hedef Kitleleri:** İşletme üst ve orta düzey yöneticileri, birim amirleri, strateji ve iş geliştirme birimi çalışanları, proje ve ar-ge yöneticileri

**Süre:** Toplam eğitim süresi 16 saat olup ilgi ve beklentiye göre eğitimler konu başlıklarındaki beklentiye göre ayrı ayrı en az 2şer saat olarak da verilebilir.

### **Eğitim Konu Başlıkları:**

- 7.1. Stratejik planlama
- 7.2. Stratejik planlama ve stratejik yönetim ilişkisi
- 7.3. Stratejik planlamanın yararları
- 7.4. Stratejik planlamada yaklaşım ve modeller
- 7.5. Stratejik planlama çalışmalarının yürütülme şekli ve sorumluluklar
- 7.6. Stratejik planlama süreci
- 7.7. Stratejik analiz ve stratejik analizde kullanılan araçlar:

- 7.7.1. Paydaş Analizi
- 7.7.2. İç ve Dış Çevre Analizi
  - 7.7.2.1. PESTLE Analizi
  - 7.7.2.2. Değer Zinciri Analizi
  - 7.7.2.3. VRIO Analizi
  - 7.7.2.4. M.Porter'ın 5 Güç Analizi
  - 7.7.2.5. SWOT Analizi

## 7.8. Stratejik planlama sürecinde kullanılan yöntemler

- 7.8.1. Delphi Tekniği
- 7.8.2. Senaryo Geliştirme
- 7.8.3. Arama Konferansı
- 7.8.4. Varsayım Geliştirme
- 7.8.5. Nominal Grup Tekniği

## 7.9. Stratejik yönlendirme

- 7.9.1. Misyon, vizyon ve değerlerin oluşturulması
- 7.9.2. Stratejik GAP Analizi ve amaç/hedef/faaliyetlerin oluşturulması
- 7.9.3. İşletmelerde temel stratejiler
- 7.9.4. Stratejik planlamada portföy teknikleri
  - 7.9.4.1. BDG Analizi
  - 7.9.4.2. Hofer İş Birimleri Portföy Yönetim Matrisi
  - 7.9.4.3. MCKINSEY GE Matrisi
- 7.9.5. Rekabet Durumunun Belirlenmesinde Herfindahl İndeksi
- 7.9.6. İşletmelerde rekabet stratejileri
- 7.9.7. Mavi Okyanus Stratejisi

## 7.10. Projelendirme

## 7.11. Stratejik İzleme ve Kontrol

**Not:** Katılımcılara eğitim sunumları haricinde 110 sayfalık Strateji Eylem Planı Rehberi doküman da verilmektedir.

## 8. Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya

**Eğitim Hedef Kitlesi:** Pazarlamacılar ve çevrimiçi varlığını tanıtmaya yönelik tüm internet kullanıcıları

**Süre:** Toplam eğitim süresi 16 saat olup ilgi ve beklentiye göre eğitimler konu başlıklarındaki beklentiye göre ayrı ayrı en az 2şer saat olarak da verilebilir.

### **Eğitim Konu Başlıkları:**

- 8.1. Pazarlamanın Evrimi ve Dijital Pazarlamanın Gelişimi
- 8.2. Dijital Pazarlama Kavramı, Adımları, Araçları ve Özellikleri
- 8.3. Dijital Pazarlama Terim ve Metrikleri
- 8.4. Dijital Pazarlama Stratejileri
- 8.5. Dijital Pazarlama Planlaması
- 8.6. Dijital Pazarlama Kanalları
- 8.7. Arama Motoru Optimizasyonu (SEO)
- 8.8. Google Analytics
- 8.9. Arama Motoru Pazarlaması (Google Ads)
- 8.10. Sosyal Medyada Hesap ve İçerik Yönetimi
- 8.11. Sosyal Medya Reklamcılığı
- 8.12. Sosyal Medyada İzleme ve Raporlama

Web sitem: [acubukcu.com](http://acubukcu.com)

İletişim: [acubuk2@gmail.com](mailto:acubuk2@gmail.com)

Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/acinno/>