

# STRATEJİK PAZARLAMA VE MARKA YÖNETİMİ SERTİFİKA PROGRAMI



# içindekiler



01	02	03	04	05
Yönetici Notu	Eğitimin Yapısı ve Metodolojisi	Öğrenme Yöntemlerimiz	Programın Amacı	Hedef Kitle
06	07	08	09	10
Eğitim İçeriği	Ölçme ve Değerlendirme Süreci	Eğitmenler	Başarılı Olmanın İpuçları	Sıkça Sorulan Sorular

# YÖNETİCİ NOTU



Değerli Eğitim Paydaşlarımız,

Eğitim, değişen dünyaya uyum sağlayabilmenin ve bireysel gelişimi sürdürülebilir kılmamanın temel anahtarıdır. BAUPRO Eğitim Paradigması, yenilikçi ve esnek yaklaşımıyla, öğrenmeyi her birey için ulaşılabilir, etkili ve sürekli hale getirmeyi amaçlamaktadır.

Bu katalogda yer alan program, hibrit öğrenme modeli, bütüncül eğitim anlayışı ve yaşam boyu gelişim ilkeleri doğrultusunda tasarlanmıştır. Amacımız, bireylere sadece bilgi sunmak değil, öğrenmeyi kalıcı bir beceriye dönüştürerek onların kişisel ve profesyonel yolculuklarına değer katmaktır.

Öğrenmenin sınırlarını genişleten yenilikçi eğitim metotlarımız, katılımcılarımıza kendi hızlarında ve ihtiyaçlarına uygun şekilde gelişme imkânı sunarken, hibrit öğrenme modelimiz sayesinde çevrimiçi esnekliği ve yüz yüze etkileşimi dengeli bir şekilde bir araya getiriyoruz. Böylece öğrenme süreçlerini daha derinlemesine, etkileşimli ve verimli bir hale dönüştürüyoruz. Eğitim anlayışımız, bireylerin yalnızca bilgi edinmesini değil, aynı zamanda problem çözme, eleştirel düşünme ve etkili iletişim kurma gibi temel beceriler kazanmasını da desteklemektedir.

Sürekli öğrenme kültürünü teşvik eden modelimiz, bireysel gelişimi destekleyerek katılımcılarımızın kariyerlerine ve günlük yaşamlarına doğrudan katkı sunmayı hedeflemektedir. Bu hedefle eğitimde sürdürülebilirliği esas alarak, hızlı değişimlere uyum sağlayan ve kendini sürekli geliştiren bireyler için yenilikçi çözümler sunmaya devam ediyoruz.

Sizleri, BAUPRO'nun dinamik ekosisteminde yer almaya ve birlikte öğrenerek, gelişerek güçlü bir gelecek inşa etmeye davet ediyoruz.

Saygılarımızla,

Doç. Dr. Ergün Akgün  
BAU Professional Müdürü

# EĞİTİMİN YAPISI VE METODOLOJİSİ

## Pedagojik Yaklaşımımız

BAUPRO eğitim paradigmamız, hibrit eğitim modeli, yaşam boyu öğrenme kültürü, kapsayıcı içerikler ve etkileşimli öğrenme süreçleri üzerine inşa edilmiştir. Katılımcıların öğrenme deneyimlerini en üst düzeye çıkarmak amacıyla esnek ve çok boyutlu bir model benimsemekteyiz. Bu kapsamda, çevrimiçi ve yüz yüze eğitimleri harmanlayan hibrit modelimiz, farklı öğrenme stillerine uyum sağlayarak her bireyin kendi hızında ilerlemesine olanak tanır.

Modelin temelini, öğrenme sürecini aktif hale getirerek teorik bilginin pratikle pekiştirilmesini sağlamak oluşturur. Çevrimiçi eğitimlerin sunduğu esneklik, katılımcılara kişiselleştirilmiş öğrenme deneyimleri sunarken, yüz yüze etkileşimli ortamlar iletişim ve sosyal öğrenme fırsatlarını artırır. Böylece, öğrenme süreci pasif bir bilgi aktarımından öte, derinlemesine keşif ve uygulamaya dönüşür. Bu yaklaşım yalnızca mesleki gelişimi değil, aynı zamanda katılımcıların öz düzenleme becerilerini geliştirerek kişisel gelişimlerini de destekler.

Kapsayıcı içerikler, dinamik öğrenme yöntemleri ve etkileşimli araçlarla zenginleştirilen bu model, sürekli gelişim ve sürdürülebilir öğrenme anlayışını temel almaktadır.

# Öğrenme Yöntemlerimiz

## Hibrit Eğitim Model

Çevrimiçi (online) ve yüz yüze öğrenmeyi birleştiren bu model, bireysel öğrenme hızına uyum sağlar ve dijital araçlarla etkileşimli bir deneyim sunar.



1

2



## Dinamik ve Etkileşimli Öğrenme

Gerçek senaryolar, vaka analizleri ve simülasyonlarla teorik bilginin pratiğe dökülmesini sağlar. Bu yöntemler, eleştirel düşünme ve problem çözme becerilerini geliştirirken, aktif katılımı teşvik eder.

## İşbirlikçi Öğrenme

İşbirlikçi öğrenme, sosyal yapılandırmacı yaklaşımla desteklenerek, bireylerin kolektif bilgi üretimini teşvik eder. Bu süreç, takım çalışmasını ve sosyal etkileşimi artırarak öğrenme deneyimini güçlendirir.



3

## Yansıtıcı Öğrenme ve Öz-Düzenleme

Katılımcıların kendi öğrenme süreçlerini bilinçli bir şekilde değerlendirmelerini sağlamak amacıyla öz-yansıtma ve değerlendirme gibi yansıtıcı öğrenme teknikleri kullanılır.



4

5



## Eğitim Kalite Göstergeleri

Eğitim süreçlerinin kalitesini ve etkinliğini ölçmek amacıyla veri odaklı çok yönlü değerlendirme yöntemleri kullanılmakta, bu yöntemler sürekli gelişim ve öğrenme kalitesinin artırılmasına yönelik önemli veriler sunmaktadır.

# PROGRAMIN AMACI



**Eğitim Süresi Toplam: 48 Saat**



Bu program, katılımcıların stratejik pazarlama ve marka yönetimi konularında kapsamlı bir anlayış geliştirmelerini ve bu alandaki becerilerini uygulamalı olarak pekiştirmelerini amaçlamaktadır. Program süresince katılımcılar, pazarlama stratejileri oluşturma, marka değerini artırma, hedef kitle analizini etkili bir şekilde gerçekleştirme ve gcl marka iletişimleri kurma konularında derinlemesine bilgi edinirken, aynı zamanda bu bilgileri gerçek dünya senaryolarında kullanma fırsatı bulurlar. Program, sürdürülebilir marka imajı oluşturma ve rekabetçi pazarlarda stratejik kararlar alma konularında katılımcıların yetkinliklerini artırarak, onların profesyonel gelişimlerini desteklemeyi hedeflemektedir.



# HEDEF KİTLE

Bu program, marka stratejilerini geliştirmek ve pazarlama alanında daha derinlemesine bilgi sahibi olmak isteyen her seviyedeki profesyonellere hitap eder.

- Pazarlama Yöneticileri
- Marka Yöneticileri
- İş Geliştirme Uzmanları
- Pazarlama Departmanlarında Çalışan Profesyoneller
- Stratejik Planlama Yapan Ekip Üyeleri
- Girişimciler
- Şirket Sahipleri
- Marka İmajını Güçlendirmeyi Hedefleyen Şirket Liderleri
- Kariyerinde İlerlemek İsteyen Profesyoneller
- Yeni Bir Markanın Yönetimini Üstlenmek İsteyen Kişiler

# BECERİ SETİ



Stratejik Pazarlama ve  
Rekabet Analizi



Pazar Araştırması ve  
Veri Analitiği Yetkinlikleri



Pazarlama Stratejisi  
Geliştirme ve Uygulama



Marka Yönetimi ve  
Marka Değeri Oluşturma



Dijital Pazarlama ve  
Sosyal Medya Yönetimi



Marka İletişimi ve Halkla  
İlişkiler(PR) Yetkinlikleri



Marka Performans Ölçümü  
ve ROI Analizi



Dijital Dönüşüm ve  
Pazarlama Teknolojileri



Sürdürülebilir Marka  
Yönetimi  
ve Etik Pazarlama



Kurumsal Sosyal  
Sorumluluk  
(CSR) Uygulamaları

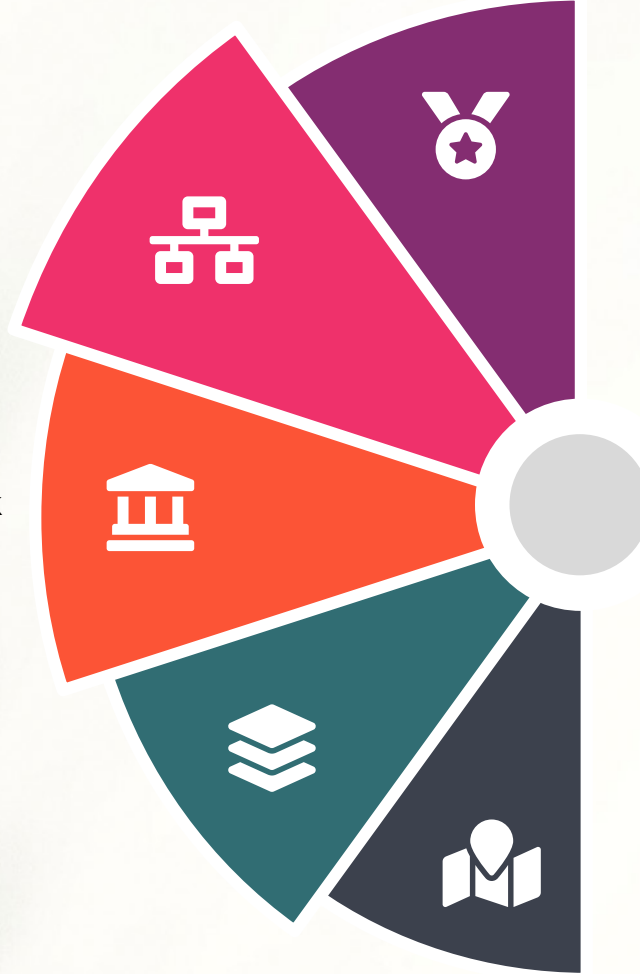
Stratejik Pazarlamanın Tanımı

Pazarlamanın Temel Fonksiyonları ve Amacı

Pazarlama Stratejileri ve Taktikleri Arasındaki Fark

Stratejik Planlama Süreci

Pazar Analizi ve Segmentasyon



## Stratejik Pazarlamanın Temelleri Modülü



**Süre: 6 Saat**

Bu modül, katılımcıların pazarlama stratejilerinin temel bileşenlerini kavramalarını, hedef kitle analizi yaparak rekabet avantajı oluşturabilmelerini ve etkili pazarlama planları geliştirmelerini desteklemeyi amaçlamaktadır. Katılımcılar, stratejik karar alma süreçlerinde yetkinlik kazanarak markalarını uzun vadeli başarıya taşıyacak becerileri uygulamalı olarak geliştirme fırsatı bulurlar.

Pazarlama Araştırmasının  
Önemi

Müşteri Davranışları  
ve Alıcı Psikolojisi

Nitel ve Nicel Araştırma  
Yöntemleri

Pazar Segmentasyonu ve  
Hedef Pazar Analizi

Rakip Analizinin Yapılması



## Pazarlama Araştırması ve Pazar Analizi Modülü



**Süre: 6 Saat**

Bu modül, katılımcıların pazarın dinamiklerini kavramalarına yardımcı olacak araştırma yöntemleri ve analiz tekniklerini edinmelerini sağlamaktadır. Katılımcılar, veri odaklı yaklaşımlar geliştirerek stratejik kararlar almayı öğrenirken, pazardaki fırsatları ve olası riskleri etkili bir şekilde belirleme becerisi kazanırlar.

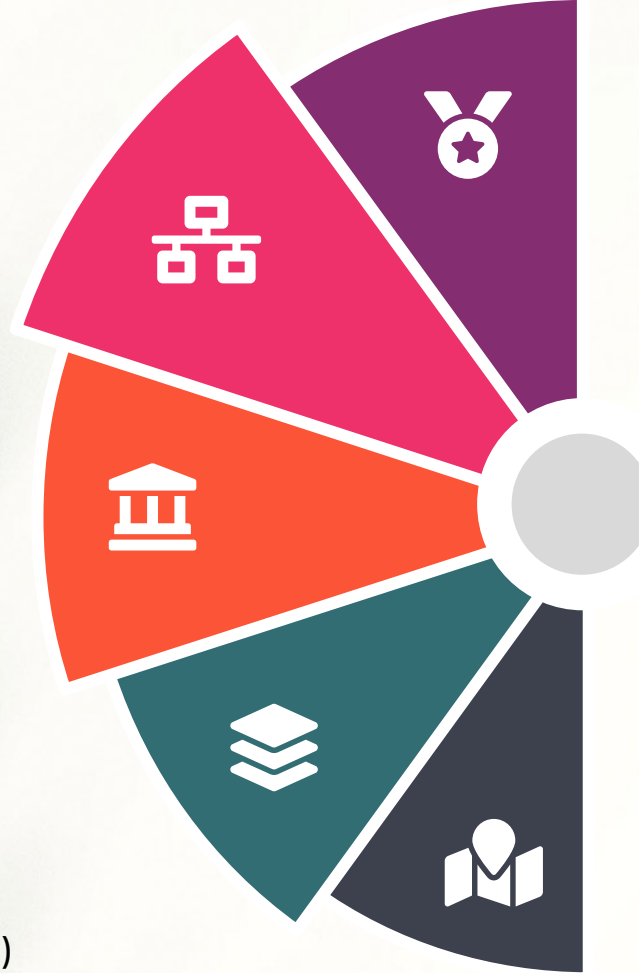
Pazarlama Stratejisi  
Geliştirme Adımları

Pazarlama Karması  
(4P): Ürün, Fiyat, Yer,  
Promosyon

Pazarlama Stratejisi,  
Hedef Kitle Belirleme ve  
Persona Oluşturma

Portföy Yönetimi ve  
Büyüme Stratejileri  
(Ansoff Matrix, BCG  
Matrix)

Farklı Pazarlama Strateji  
Türleri (Pazar Liderliği,  
Farklılaşma, Odaklanma)



## Pazarlama Stratejilerinin Oluşturulması Modülü



**Süre: 6 Saat**

Bu modül, katılımcıların etkili pazarlama stratejileri geliştirme becerisi kazanmalarını sağlayarak, hedef kitleye yönelik yenilikçi ve rekabetçi yaklaşımlar oluşturmalarına destek olur. Katılımcılar, markaların pazardaki konumlarını güçlendirecek stratejik planlar hazırlama süreçlerini öğrenerek, uygulamalı deneyimlerle bu becerilerini pekiştirirler.

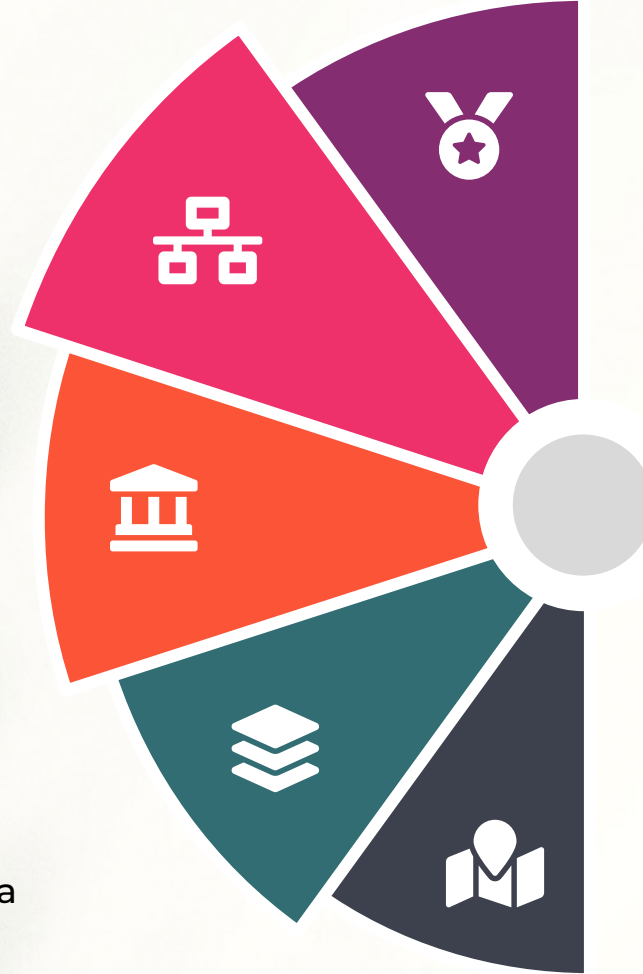
Marka Nedir ve Neden Önemlidir?

Marka Kimliği, Marka İmaji, Marka Değeri

Marka Stratejisi Oluşturma

Markalaşma Süreci ve Marka Konumlandırma

Marka Sadakati ve Marka Değeri Yaratma



## Marka Yönetimi Temelleri Modülü



**Süre: 6 Saat**

Bu modül, katılımcıların güçlü ve etkili bir marka inşa edebilmek için gereken temel süreçleri öğrenmelerini sağlamaktadır. Katılımcılar, marka kimliği oluşturma, marka değerini yükseltme ve pazarda kalıcı bir yer edinme konularında stratejik yaklaşımlar geliştirerek, markalarının uzun vadeli başarısını destekleyecek yönetim becerilerini edinirler.

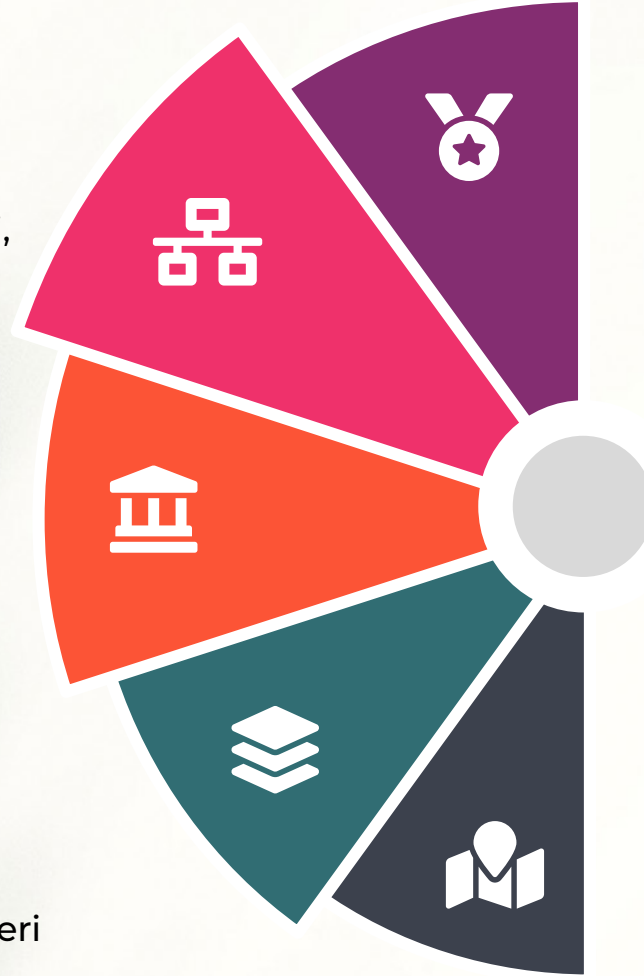
Dijital Pazarlamanın  
Temelleri ve Önemi

Veri Toplama, Veri Analizi,  
Veri Madenciliği,  
Algoritma Çözümleri

Sosyal Medya  
Platformları ve  
Dijital Reklamcılık

Sosyal Medya Stratejileri  
ve İçerik Planlaması

Influencer Marketing ve  
Dijital Pazarlama Trendleri



## Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Stratejileri Modülü



**Süre: 6 Saat**

Bu modül, katılımcıların dijital pazarlama araçlarını verimli bir şekilde kullanmalarını ve sosyal medya platformlarında etkili stratejiler geliştirmelerini desteklemektedir. Katılımcılar, dijital ekosistemde marka bilinirliğini artırmaya yönelik yenilikçi yaklaşımlar oluşturarak, hedef kitleyle etkileşimi güçlendirme becerisi kazanırlar.

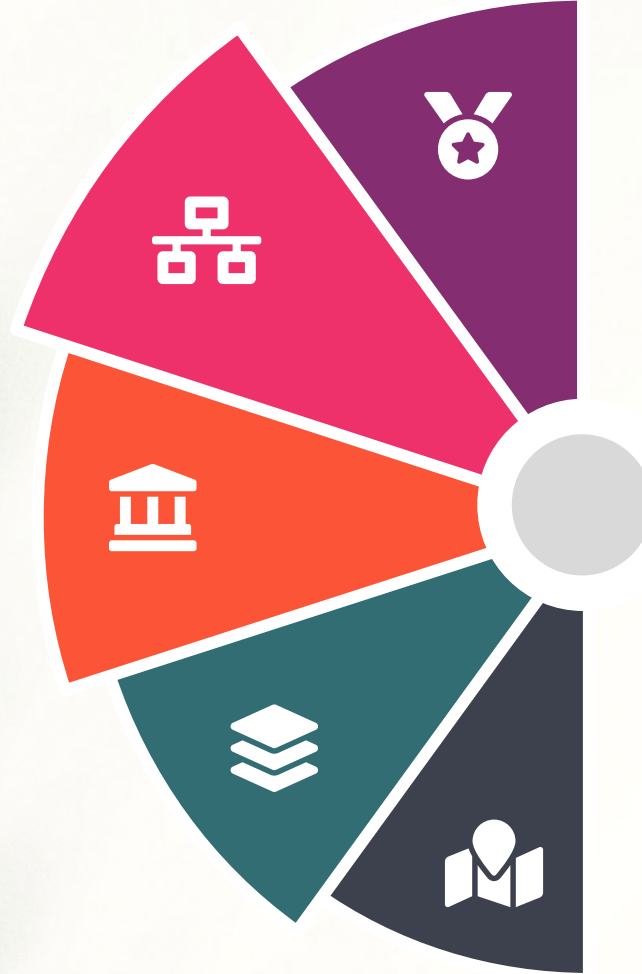
Marka İletişiminin  
Unsurları

Reklam, Halkla İlişkiler,  
Sponsorluk ve Etkinlik  
Yönetimi

İmaj Yönetimi ve  
Kriz İletişimi

Markanın Medya  
Planlaması ve  
Mesaj Yönetimi

İletişim Stratejileri ve  
İçerik Yönetimi



## Marka İletişimi ve İmaj Yönetimi Modülü



**Süre: 6 Saat**

Bu modül, katılımcıların marka mesajlarını doğru ve etkili bir şekilde iletmelerini, ayrıca marka imajını hedef kitle beklentileriyle uyumlu bir şekilde yönetmelerini sağlamaktadır. Katılımcılar, güçlü ve tutarlı bir marka algısı oluşturmak için stratejik iletişim tekniklerini öğrenerek uygulama becerisi geliştirirler.

Marka Değeri Nedir ve Nasıl Ölçölür?

Marka Ölçüm Araçları ve Yöntemleri (Marka Bilinirliği, Marka Sadakati, vb.)

Müşteri Deneyimi ve Marka Değeri İlişkisi

ROI (Yatırım Getirisi) ve Marka Performans Ölçütleri

Marka İzleme ve Analiz



## Markaların Değer Ölçümü ve Performans Yönetimi Modülü



**Süre: 6 Saat**

Bu modül, katılımcıların marka değerini ölçme ve performans analizi yapma yetkinliklerini geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. Katılımcılar, markaların pazardaki konumlarını değerlendirmek ve stratejik hedeflerine ulaşmalarını destekleyecek iyileştirme alanlarını belirlemek için gerekli analiz ve ölçüm tekniklerini öğrenirler.

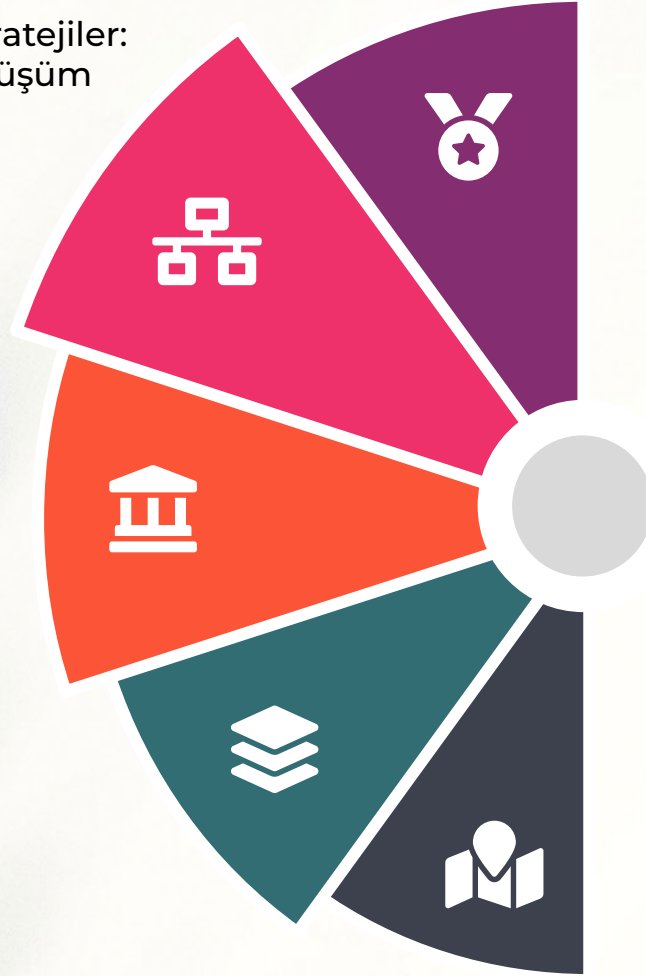


## İleri Düzey Pazarlama ve Marka Stratejileri Modülü



**Süre: 6 Saat**

Bu modül; katılımcılara gelişmiş stratejik yaklaşımlar ve yenilikçi pazarlama teknikleri sunarak rekabetçi pazarlarda öne çıkmalarını sağlamaktadır. Bu modül, katılımcıların markalarda sürdürülebilir büyüme ve pazar liderliği için kapsamlı ve etkili stratejiler geliştirmelerine katkı sağlar.



Pazarlamada Yenilikçi Stratejiler:  
Etkin Liderlik, Dijital Dönüşüm

Marka Yenilikleri ve  
Sürdürülebilirlik;  
Sürdürülebilir Marka  
Yönetimi

Global Pazarlama  
Stratejileri

Etik Pazarlama ve  
Sosyal Sorumluluk

Stratejik Markalar ve  
Liderlik İnşa Etme

# ÖLÇME-DEĞERLENDİRME SÜRECİ

BAUPRO eğitim paradigmamız doğrultusunda, ölçme ve değerlendirme sürecimiz katılımcıların yalnızca bilgi edinimini değil, kendi öğrenme deneyimlerini de değerlendirmelerini sağlayan çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Bu süreç, hibrit öğrenme modeli ve holistik yaklaşımı esas alarak katılımcıların eğitim deneyimlerini en üst seviyeye çıkarmayı amaçlamaktadır.

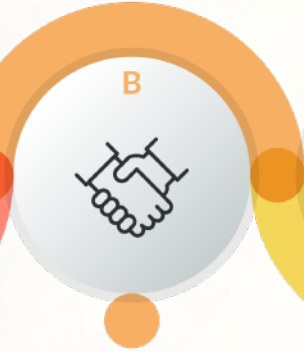
## Bireysel Öğrenme Değerlendirmesi

Katılımcılar, gelişim alanlarını belirleyerek öğrenme süreçlerini objektif bir bakış açısıyla değerlendirme fırsatı bulur.



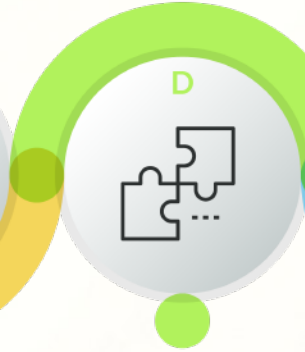
## Öğrenme Kazanımlarının Ölçülmesi

Katılımcıların öğrenme kazanımlarını hangi düzeyde edindiğini değerlendirmek amacıyla sınavlar, ödevler ve quizler gibi çeşitli ölçme yöntemleri uygulanır.



## Genel Memnuniyet ve Geliştirme Alanları

Katılımcıların genel memnuniyeti ve önerileri, programın sürekliliğini ve gelişimini sağlamak için kritik bir rol oynamaktadır. Eğitimlerin etkinliğini artırmak ve daha verimli bir öğrenme ortamı oluşturmak için bu geri bildirimler dikkate alınmaktadır.



## Eğitim Programı ve İçeriğinin Değerlendirilmesi

Katılımcı geri bildirimleri doğrultusunda program içeriği sürekli geliştirilerek, beklentilere uygun hale getirilir.



## Eğitmen Değerlendirmesi

Katılımcılar, eğitmenlerin anlatım yöntemleri, konuları sunma biçimi ve öğrenme deneyimlerine katkısı hakkında geri bildirim sağlayarak, eğitmenlerin sürekli gelişimlerine destek olurlar.



# ÖĞRETİM KADROMUZ



## Prof. Dr. Elif Yolbulan Okan

Prof. Dr. Elif Yolbulan Okan, ODTÜ İşletme Bölümü mezunudur. Yüksek lisans ve doktora eğitimini University of Salford'da Uluslararası Pazarlama alanında tamamlamıştır. Akademik ve profesyonel çalışmaları; pazarlama, marka yönetimi, müşteri deneyimi tasarımı, lüks marka yönetimi, trend analizi, kişisel markalaşma, işveren markası ve tüketici davranışları gibi alanlarda yoğunlaşmaktadır.

Beymen, Türk Telekom gibi önde gelen kurumlara eğitimler vermiş; ayrıca Turquality Programı kapsamında marka yönetimi ve pazarlama iletişimi dersleri sunmuştur. Halen Bahçeşehir Üniversitesi'nde BAU Markalama Merkezi Direktörü olarak görev yapmakta ve sektörel iş birliklerini yürütmektedir. Akademik yayınlarının yanı sıra Mall Report gibi sektörel dergilerde de yazıları yayımlanmaktadır.



## Reha Tartıcı

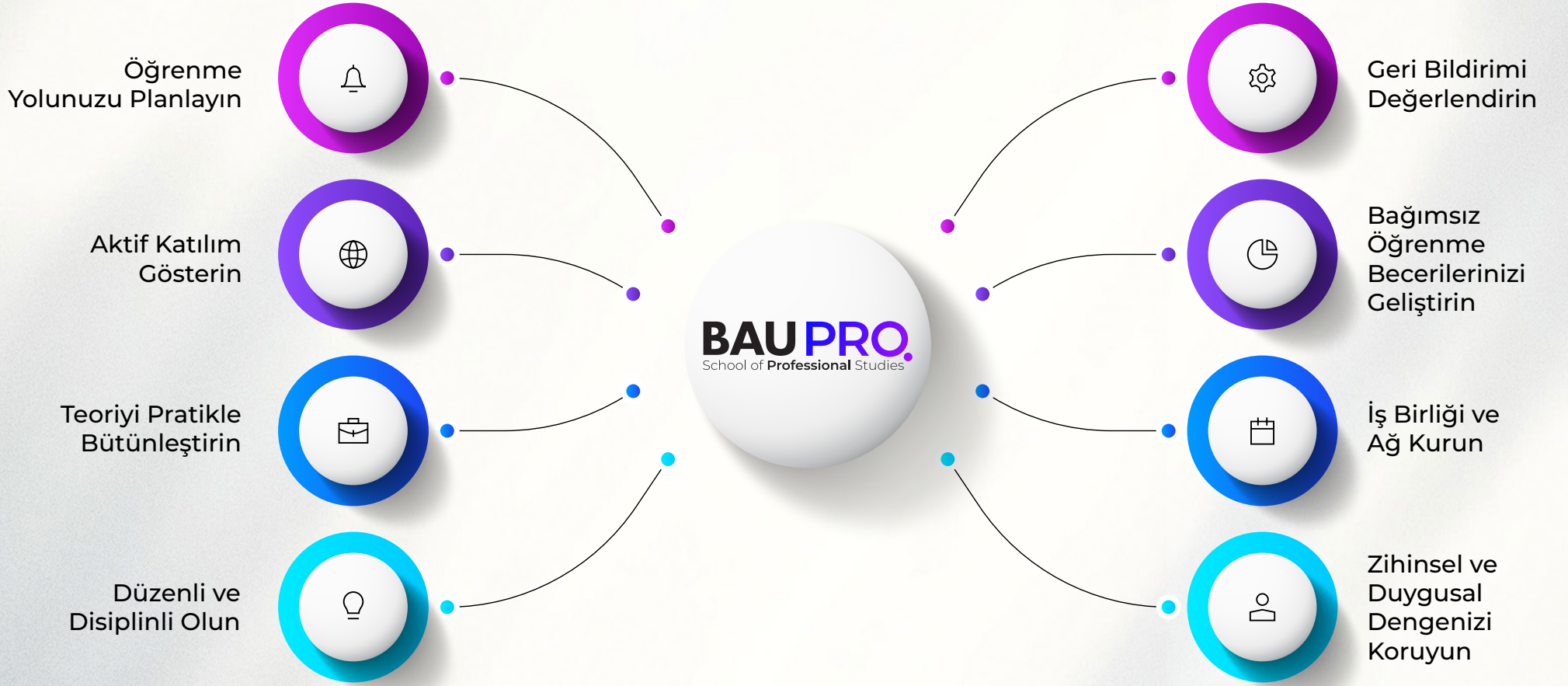
Reha Tartıcı, üniversite eğitimini İktisat Fakültesi'nde tamamlamıştır. Uzun yıllar Medya Pazarlama ve Pazar Araştırma sektörlerinde üst düzey yöneticilik görevleri icra etmiş olan Tartıcı, hali hazırda Kutadgu ve Zeta Danışmanlık şirketlerinde 'Kıdemli Medya ve İletişim Danışmanı', dört sene Pazarlama Grup Başkanlığı görevini yürüttüğü Element Eğitim Teknolojileri Şirketinde de 'Yönetim Danışmanı' olarak çalışmalarına devam etmektedir.

Tartıcı, önceki yıllarda; Element Eğitim Teknolojileri'nde Pazarlama Grup Başkanı, CNR Holding'de Pazarlama ve İletişim Grup Başkanı ve eş zamanlı olarak Holding Sözcüsü, Konsensus Araştırma ve Danışmanlık Şirketinde Yönetici Ortak, Star TV'de Yönetmen, CNBC-E'de Teknik İşletme Müdürü ve İcra ve Yayın Kurulu Üyesi, NTV'de Teknik İşletme Müdürü ve İcra Kurulu Üyesi, ATV televizyonunda Yönetmen olarak görevler almıştır.

Tartıcı, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu'nda on yıl boyunca uzmanlık alanıyla ilgili dersler, Galatasaray Üniversitesi ve Okan Üniversitesi'nde de uzmanlık alanıyla ilgili seminerler ve konferanslar vermiş olup, bu süre içerisinde ayrıca Alem FM'de 'Reha Tartıcı ile EKSEN' programının yapımcılığı ve sunuculuğu görevlerini de icra etmiştir.

# BAŞARILI OLMANIN İPUÇLARI

BAUPRO'nun sunduğu hibrit ve esnek eğitim modeli, bireysel öğrenme hızınıza ve ihtiyaçlarınıza uyum sağlar. Hibrit öğrenme modeli ve yaşam boyu öğrenme felsefesi doğrultusunda başarılı olmak için aşağıdaki ipuçlarını uygulayabilirsiniz:



# SIKÇA SORULAN SORULAR

## 1- BAUPRO'da eğitimler çevrimiçi mi yüz yüze mi?

BAUPRO eğitim modeli, hibrit öğrenme yaklaşımına dayanmaktadır. Bu model, hem çevrimiçi (online) hem de yüz yüze eğitimlerin bir kombinasyonunu sunarak, katılımcılara esneklik sağlamaktadır. Programın detayları ve hangi eğitimlerin hangi formatta sunulduğu ilgili eğitim sayfasında belirtilmiştir.

## 2- Eğitimlere nasıl kaydolabilirim? Son kayıt ve ödeme tarihi nedir?

Eğitime katılmak için aşağıdaki adımları takip edebilirsiniz:

1. İlgili eğitim sayfasına gidin.
2. "Bireysel Olarak Başvur" butonuna tıklayın.
3. Ödemenizi online olarak güvenli bir şekilde gerçekleştirin.

**Son Kayıt Tarihi:** Eğitimlerin kayıt süreci, eğitim başlamadan bir gün önce, saat 15.30'da sona ermektedir.

**Ödeme Süresi:** Kayıt işleminizin tamamlanabilmesi için ödemenizin son kayıt tarihine kadar yapılmış olması gerekmektedir.



# SIKÇA SORULAN SORULAR

## 3- Üyelik veya ödeme işlemlerinde sorun yaşıyorum, ne yapmalıyım?

Web sitemizde üyelik, kayıt veya ödeme işlemleri sırasında herhangi bir sorun yaşamanız durumunda, aşağıdaki iletişim kanallarından destek alabilirsiniz:

E-posta: Sorununuzu detaylı bir şekilde açıklayarak bausem@bau.edu.tr adresine e-posta gönderebilirsiniz.

Telefon: Doğrudan destek almak için; 0212 3815934 - 0212 3815940 - 41 ya da 0212 3815793 numaralı telefonlardan ya da 0537 3089979 numaralı WhatsApp hattı üzerinden BAUPRO ile iletişime geçebilirsiniz.

## 4- Eğitimlere katılım için teknik gereksinimler nelerdir?

Eğitilmelere kesintisiz ve verimli bir şekilde katılabilmek için aşağıdaki teknik gereksinimlerin sağlanması önerilir:

- İnternet Bağlantısı: Minimum 10 Mbps hızında kararlı bir internet bağlantısı gereklidir. Daha yüksek hızlar, kesintisiz bir deneyim sunar.
- Cihaz Seçimi: Eğitimlere bilgisayar, tablet veya akıllı telefon üzerinden katılım mümkündür. Ancak, daha verimli bir deneyim için bilgisayar kullanımı tavsiye edilir.
- Ses ve Görüntü Ekipmanları: Net bir iletişim sağlamak için mikrofon ve kulaklık kullanılması önerilir. Bazı eğitimlerde kameranın açık olması zorunlu tutulabilir.
- Güncel Yazılım: Microsoft Teams ve eğitim materyallerinin sorunsuz çalışabilmesi için güncel bir işletim sistemi ve web tarayıcısı kullanılması önerilir.

Bu gereksinimlerin sağlanması, eğitim sürecinden maksimum verim almanıza yardımcı olacaktır.



# SIKÇA SORULAN SORULAR

## 5- Eğitimlere hangi program üzerinden bağlanacağım ve nasıl hazırlık yapmalıyım?

1. Microsoft Teams uygulamasını indirin ve kurun: Eğitimlere bilgisayar, tablet veya cep telefonunuz üzerinden katılabilirsiniz. Uygulamayı cihazınıza indirmek için aşağıdaki bağlantıyı kullanabilirsiniz:

<https://www.microsoft.com/tr-tr/microsoft-teams/download-app#desktopAppDownloadregion>

2. Giriş yapın: Kurulum tamamlandıktan sonra, eğitim sırasında kullanacağınız ve size daha önce iletilen link ile Microsoft Teams üzerinden derse katılın.

3. Bağlantıyı kontrol edin: Eğitime başlamadan önce internet bağlantınızı ve ses/görüntü ekipmanlarınızı test ederek herhangi bir teknik aksaklık yaşamamak için önlem alın.

Bu adımları tamamladıktan sonra, size iletilecek eğitim bağlantısı üzerinden oturumlara kolayca katılabilirsiniz.

## 6- Hangi programlarda sertifika, hangilerinde katılım belgesi alabilirim? Şartlar nelerdir?

### • Katılım Belgesi

42 saatten kısa süreli programlar için en az %80 devam koşulu aranmakta olup başka bir şart bulunmamaktadır.

Katılım Belgesi, Merkez Müdürü tarafından imzalanmaktadır.

### • Başarı Sertifikası

42 saat ve üzeri programlarda başarı sertifikası alabilmek için %80 devam koşulunun yanı sıra eğitim sonunda yapılan sınav veya proje ödevinden en az 70 puan alma şartı vardır. Sertifika, Merkez Müdürü ve Rektör tarafından imzalanmaktadır.

### • Katılım Sertifikası

42 saat ve üzeri programlara katılan ancak sınav veya proje ödevinden 70 puan altında kalan, sınava girmeyen veya proje teslim etmeyen katılımcılara verilir. Bu sertifika, Merkez Müdürü ve Rektör tarafından imzalanmaktadır.

%80 devam şartını karşılamayan veya sınava/projeye katılmayan katılımcılara yalnızca Katılım Belgesi verilir. Devam oranı %49'un altında katılımcılara ise hiçbir belge verilmemektedir.



**BAU PRO.**  
School of **Professional** Studies