Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
GE 766	Advanced Techniques of Research I	1	3	0	0	3	7

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Compulsory
Course Level	Doctoral Degree
Objective	
Content	
References	

Theory Topics

Week	Weekly Contents

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
GE 741	Marketing Theory	1	3	0	0	3	7

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Doctoral Degree
Objective	Bu dersin amacı, pazarlama disiplininin tarihsel gelişim sürecinde ortaya çıkan kurucu ve güncel kavram ve kuramları ele almak; pazarlamanın bir disiplin olarak ortaya çıkışından günümüze geçirdiği kuramsal ve düşünsel dönüşümü incelemek ve öğrencilerin pazarlama kuramlarını eleştirel bir perspektifle değerlendirebilmelerini sağlamaktır.
Content	1. Ders Giriş 2. Ders Pazarlama kavramı ve pazarlama düşüncesinin tarihsel gelişimi 3. Ders Pazarlama teorisi 4. Ders Pazarlama teorisi 5. Ders Pazarlama teorisi 6. Ders Hizmet baskın bakış açısı 7. Ders Ödev sunumu 8. Ders Vize 9. Ders Tüketim ve tüketici davranışı 10. Ders Yorumlayıcı ve eleştirel yaklaşımlar 11. Ders Yorumlayıcı ve eleştirel yaklaşımlar 12. Ders Yorumlayıcı ve eleştirel yaklaşımlar 13. Ders Ödev sunumu 14. Ders Proje sunumu
References	Principles of Marketing, Philip Kotler, Gary Armstrong & Sridhar Balasubramanian, Pearson. Marketing Management, A Cultural Perspective, Second Edition, Edited by Luca M. Visconti, Lisa Penaloza & Nil Toulouse Marketimg Theory, Evalution and Evaluation, Jagdish N. Seth, Atul Parvatiyar & Can Uslay.

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	Introduction
2	The Concept of Marketing and the Historical Development of Marketing Thought
3	Marketing Theory
4	Marketing Theory
5	Marketing Theory
6	Service-Dominant Logic
7	Assignment Presentation
8	Midterm
9	Consumption and Consumer Behavior
10	Interpretive and Critical Approaches
11	Interpretive and Critical Approaches
12	Interpretive and Critical Approaches
13	Assignment Presentation
14	Project Presentation

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
GE 743	Integrated Marketing Communication	1	3	0	0	3	7

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Doctoral Degree
Objective	Bütünleşik pazarlama iletişimi sisteminin nasıl işlediğini ve farklı sektör ve işletmelerdeki uygulamalarını açıklamaya çalışmak
Content	1. Hafta BPİ felsefesi 2. Hafta BPİ'nin amaçları 3. Hafta BPİ'nin elemanları ve organizasyonu 4. Hafta Ürün iletişimi 5. Hafta Marka iletişimi 6. Hafta Fiyat iletişimi 7. Hafta Lojistik iletişimi 8. Hafta Perakendecilikte iletişim 9. Hafta Tutundurma stratejileri 10. Hafta Reklamcılık 11. Hafta Halkla İlişkiler 12. Hafta Satış özendirme 13. Hafta Kişisel Satış 14. Hafta E-iletişim ve doğrudan pazarlama
References	1. Tony Yeshin, Integrated Marketing Communication, Butterworth-Heinemann Publish. 2. Yavuz Odabaşı, Mine Oyman, Bütünleşik Pazarlama İletişimi 3. Paul Copley, marketing Communication Manegemet, Elsevier Publish.

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	Introduction
2	Corporate Image and Brand
3	Digital and alternative marketing and communication
4	IMC processes and planning
5	Advertising management
6	Advertising- agency and IMC changes
7	Ad design
8	New media possibilities
9	Database and direct marketing
10	Traditional media
11	Public relations and sponsoring
12	Evaluation of IMC programme
13	presentations
14	Communication and Social responsibility

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
GE 745	Strategic Management in Retailing	1	3	0	0	3	7

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Doctoral Degree
Objective	Bu ders perakende yönetiminin temel kavramlarını, ilke ve uygulamalarını ve perakendecilikte yeni eğilimleri ve gelişmeleri öğretmeye yöneliktir. Dersin amaçları şunlardır: - Perakendeciliğe ilişkin temel kavramların öğrenilmesi, - Perakende stratejilerine ilişkin dinamiklerin kavranması, - Perakendeci türlerinin öğrenilmesi, - Perakendecilik faaliyetleri ve politikalarının anlaşılması, - Perakendecilikte yeni trendlerin ve gelişmelerin kavranması.

Content	1. Hafta: Perakendeciliğin Tanımı Kapsamı ve Fonksiyonları 2. Hafta: Mağaza Temelli Perakendecilik 3. Hafta: Mağazasız Perakendecilik 4. Hafta: Perakendecilikte Tüketici Davranışı 5. Hafta: Perakendecilikte Pazar Stratejileri 6. Hafta: Lokasyon 7. Hafta: Arasınav 8. Hafta: Perakende Yer Seçimi 9. Hafta: Perakendecilikte Örgüt Yapısı ve İnsan Kaynakları Yönetimi; Bilgi Sistemleri ve Tedarik Zinciri Yönetimi 10. Hafta: Müşteri İlişkileri Yönetimi; Ürün Yönetimi 11. Hafta: Fiyatlandırma 12. Hafta: Perakende İletişim Karması 13. Hafta: Mağaza Yönetimi 14. Hafta: Müşteri Hizmetleri
References	Levy, Micheal ve Weitz, Barton A., Retailing Management, McGraw Hill Inc., NewYork. Journal of Retailing

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	The Definition, Scope and Functions of Retail
2	Store Based Retailing
3	Storeless Retailing
4	Consumer Behavior in Retailing
5	Market Strategies in Retailing
6	Location
7	Midterm Exam
8	Retail Location Selection
9	Organizational Structure and Human Resources Management in Retailing; Information Systems and Supply Chain Management
10	Customer Relationship Management; Product Management
11	Pricing
12	Retail Communication Mix
13	Store Management
14	Customer Service

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
GE 770	Advanced Topics In Accounting And Finance	2	3	0	0	3	7

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Doctoral Degree
Objective	
Content	
References	

Theory Topics

Week	Weekly Contents

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
GE 752	Corporate Management	2	3	0	0	3	7

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Doctoral Degree
Objective	Bu ders, öğrencileri kurumsal yönetimin teorik temelleri ve uygulama konuları ile tanıştırmayı hedeflemektedir. Kurumsal yönetimin model ve mekanizmaları finansal ve yönetimsel bakış açısı ile incelenecektir. Kurumsal yönetim uygulamaları ile ilgili vaka çalışmaları ve son gelişmelerden örnekler kullanılarak şirketler ile yönetim kurulları, tepe yönetimleri, hissedarları ve diğer paydaşları arasındaki etkileşimler incelenecektir.

Content	Hafta 1: Kurumsal yönetimin tanımı, tarihsel gelişimi ve temel konuları; Kurumsal yönetimin teorik temelleri Hafta 2: Kurumsal yönetim sistemleri, küreselleşme, ülkelerarası farklılıklar ve yakınlaşma potansiyeli Hafta 3: Türkiye ve gelişmekte olan ülkelerdeki kurumsal yönetim sistemi ve uygulamaları Hafta 4: Kurumsal yönetim kodları ve prensipleri, en iyi uygulamalar, OECD ve SPK Kurumsal Yönetim İlkeleri Hafta 5: Kurumsal yönetim kodları ve prensipleri, en iyi uygulamalar, OECD ve SPK Kurumsal Yönetim İlkeleri Hafta 6 : Hisse senedi borsalarının kurumsal yönetim çevresinin iyileştirilmesine yönelik uygulamaları Hafta 7: Şirket seviyesinde kurumsal yönetim kararı, kurumsal yönetim ve şirket performansı ilişkisi Hafta 8: Ortaklık yapısı, hissedarların hakları ve sorumlulukları, sahiplik ve yönetimin ayrışması, hissadarlar ve yöneticiler arası çıkar catışmaları, yoğun ortaklık yapısı, hakim hissedarlar ve azınlık hissedarlar arası çıkar çatışması, aile şirketleri, kurumsal hissedarlar Hafta 9: Kamuyu aydınlatma ve şeffaflık, açıklama gerekleri ve zorunlu ve gönüllü olarak açıklanması gerekli bilgiler, muhasebe ve denetimin rolü Hafta 10: Diğer paydaşlar, paydaş gruplarının hak ve sorumlulukları; kurumsal sosyal sorumluluk Hafta 11: Yönetim kurulları, yönetim kurullarının yapısı, yönetim kurulu üyelerinin nitelikleri ve seçilme kriterleri, yönetim kurullarının görevleri ve şirket performansına etkileri Hafta 12: Bankacılıkta kurumsal yönetimin önemi ve farklılıkları Hafta 13: Kurumsal yönetim skandalları ve bu skandalların gündeme getirdiği sorunlar
References	Kurumsal Yönetim ile ilgili temel makaleler Bainsbridge, S.M. (2008). The New Corporate Governance in Theory and Practice, Oxford University Press. Macey, J.R. (2008). Corporate Governance: Promises Kept, Promises Broken, Princeton University Press.

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	Definition of corporate governance, its history and main issues; theoretical foundations of corporate governance
2	Corporate governance models, globalization, international differences and potential for convergence
3	Corporate governance model in Turkey and in other emerging markets
4	Codes of governance and its principles; best practices, Corporate Governance Principles of OECD and Capital Market Board of Turkey
5	Codes of governance and its principles; best practices, Corporate Governance Principles of OECD and Capital Market Board of Turkey
6	Stock market initiatives to improve corporate governance
7	Corporate governance at the firm level and the relationship between corporate governance and firm performance
8	Ownership structure, rights and responsibilities of the shareholders, separation of ownership and management, conflicts of interests between shareholders and managers; concentrated ownership structure, conflicts of interests between controlling shareholders and minority shareholders; family firms, institutional investors
9	Transparency and disclosure, disclosure requirements, mandatory and voluntary disclosures, the role of accounting and auditing
10	Other stakeholders, rights and responsibilities of stakeholder groups; corporate social responsibility
11	Board of directors, composition of the board, qualitications and criteria for selection of directors, duties of the board, impact of board characteristics on performance
12	Importance and unique aspects of corporate governance in banking
13	Corporate governance scandals and issues arising from these scandals

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
GE 732	Strategic Management Accounting	2	3	0	0	3	7

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Doctoral Degree
Objective	
Content	
References	

Theory Topics

Week	Weekly Contents

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
GE 758	Consumer Psychology and Consumption Behavior	2	3	0	0	3	7

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Doctoral Degree
Objective	Bu dersin amacı tüketici psikolojisi ve tüketim davranışına ilişkin temel teorileri öğretmek ve bu alanda araştırma yapmak için bir temel oluşturmaktır.

Content	1. Hafta: Tüketici Psikolojisi ve Tüketim Davranışı: Giriş 2. Hafta: Temel Teoriler 3. Hafta: Algılama 4. Hafta: Öğrenme 5. Hafta: Güdülenme 6. Hafta: Benlik 7. Hafta: Kişilik, Yaşam Stili ve Değerler 8. Hafta: Ara Sınav 9. Hafta: Tutum ve Niyet 10. Hafta: Karar Verme 11. Hafta: Satın Alma Sonrası Davranış 12. Hafta: Sosyal Medya 13. Hafta: Kültür 14. Hafta: Etik
References	Okuma Listesi Kitaplar: Micheal R. Solomon, Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, Pearson, 2018, Harlow Richard H. Thaler and Cass R. Sunstein, Nudge (Dürtme), Penguin Books, 2009, NY Dan Ariely, Predictably irrational : the hidden forces that shape our decisions, Harper Perennial, 2010, NY Daniel Kahneman, Thinking Fast and Slow, Farrar, Straus and Giroux, 2013, NY Makaleler: 1. ve 2. Hafta Thaler, R. H. (2018). From cashews to nudges: The evolution of behavioral economics. American Economic Review, 108(6), 1265-87. Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. Journal of business research, 22(2), 159-170. Algılama Krishna, A. (2012). An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior. Journal of consumer psychology, 22(3), 332-351. Schmitt, B. (2012). The consumer psychology of brands. Journal of consumer Psychology, 22(1), 7-17. Öğrenme Mathur, P., Chun, H. H., & Maheswaran, D. (2016). Consumer mindsets and self-enhancement: Signaling versus learning. Journal of Consumer Psychology, 26(1), 142-152. Krugman, H. E. (1994). Pavlov's dog and the future of consumer psychology. Journal of Advertising Research, 34(6), 67-71.

Güdülenme

Fitzsimons, Grainne M., Tanya L. Chartrand, and Gavan J. Fitzsimons (2008), “Automatic effects of Brand Exposure on Motivated Behavior: How Apple Makes You ‘Think Different’,” Journal of Consumer Research, 35 (1), 21-35.

Oyserman, D. (2009). Identity-based motivation and consumer behavior. Journal of Consumer Psychology, 19(3), 276-279.

Touré-Tillery, M., & Fishbach, A. (2018). Three sources of motivation. Consumer Psychology Review, 1(1), 123-134.

Benlik

Sirgy, M. J., Grewal, D., Mangleburg, T. F., Park, J. O., Chon, K. S., Claiborne, C. B., ... & Berkman, H. (1997). Assessing the predictive validity of two methods of measuring self-image congruence. Journal of the academy of marketing science, 25(3), 229-241.

Kişilik, Yaşam Stili ve Değerler

Baumgartner, H. (2002). Toward a personology of the consumer. Journal of consumer research, 29(2), 286-292.

Haugtvedt, C. P., Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1992). Need for cognition and advertising: Understanding the role of personality variables in consumer behavior. Journal of Consumer Psychology, 1(3), 239-260.

Tutum, Niyet

Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. Journal of applied social psychology, 28(15), 1429-1464.

Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action. Personality and social psychology Bulletin, 18(1), 3-9.

Karar Verme

Ariely, Dan (1998), “Combining experiences over time: The effects of duration, intensity changes and on- line measurements on retrospective pain evaluations,” Journal of Behavioral Decision Making, 11(1), 19-45

Dhar, Ravi; Wertenbroch, Klaus (2000), “Consumer choice between hedonic and utilitarian goods,” Journal of Marketing Research, 37(1), 60-71

Iyengar, Sheena S.; Lepper, Mark R. (2000), “When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing?” Journal of Personality and Social Psychology, 79(6), 995-1006

Satın Alma Sonrası

Aggarwal, Pankaj (2004), “The Effects of Brand Relationship Norms on Consumer Attitudes and Behavior,” Journal of Consumer Research; 31 (June); 87-101

Fournier, Susan (1995), “Consumers and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research,” Journal of Consumer Research, 24 (March), 343-373.

Sosyal Medya

Kizgin, H., Dey, B. L., Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Jamal, A., Jones, P., ... & Williams, M. D. (2020). The impact of social media on consumer acculturation: Current challenges, opportunities, and an agenda for research and practice. International Journal of Information Management, 51, 102026.

Kültür

Gelfand, M. J., Raver, J. L., Nishii, L., Leslie, L. M., Lun, J., Lim, B. C., ... & Yamaguchi, S. (2011). Differences between tight and loose cultures: A 33-nation study. science, 332(6033), 1100-1104.

Milner, L. M., Fodness, D., & Speece, M. W. (1993). Hofstede's research on cross-cultural work-related values:

	Implications for consumer behavior. ACR European Advances. Etik Sachdeva, Sonya, Rumen Iliev, and Douglas L. Medin. "Sinning Saints and Saintly Sinners: The Paradox of Moral Self-Regulation." Psychological science 20.4 (2009): 523-528. Zhong, Chen-Bo and Liljenquist, Katie (2006), “Washing Away Your Sins: Threatened Morality and Physical Cleansing,” Science, 313(5792), 1451-1452 Khan, Uzma, and Ravi Dhar. (2006), "Licensing effect in consumer choice," Journal of Marketing Research, 43 (2), 259-266.

Theory Topics

Week	Weekly Contents

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
GE 742	Brand Strategies	2	3	0	0	3	7

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Doctoral Degree
Objective	Marka yaratma stratejilerinin incelenmesi, dersin temel amacını oluşturmaktadır. Bu ana amaç kapsamında, marka stratejileri alanındaki yeni gelişmelerin ve trendlerin irdelenmesi dersin diğer yan amaçlarıdır.
Content	1. hafta Marka Kavramı 2. hafta Markanın Önemi 3. hafta Marka Yönetimi 4. hafta Marka İletişimi 5. hafta Marka Yapılandırma 6. hafta Marka Stratejileri 7. hafta Marka Kimliği 8. hafta Marka Değeri 9. hafta Marka Denkliği 10. hafta Stratejik Marka Yönetimi Süreci 11. hafta Marka Konumlandırma 12. hafta Marka Genişletme 13. hafta Marka Performansı 14. hafta Bütünleşik Pazarlama İletişimi ve Marka
References	Richard Elliott, Larry Percy, Strategic Brand Management, Second Edition, Oxford University Press, 2011.

Theory Topics

Week	Weekly Contents

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
GE 767		2	3	0	0	3	7

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Compulsory
Course Level	Doctoral Degree
Objective	
Content	
References	

Theory Topics

Week	Weekly Contents

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
GE 714	Seminar	2	3	0	0	0	8

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Compulsory
Course Level	Doctoral Degree
Objective	
Content	
References	

Theory Topics

Week	Weekly Contents

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
GE 759		2	3	0	0	3	7

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective

Course Level	Doctoral Degree
Objective	
Content	
References	

Theory Topics

Week	Weekly Contents

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
GE 765	Auditing Theory and Research	2	3	0	0	3	7

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Doctoral Degree
Objective	Bu doktora dersinin amacı denetim ve güvence hizmetleri ana başlığı altında, finansal tablo denetimi, mesleki etik kuralları ve denetçinin yükümlülükleri konularında uluslararası denetim ve güvence standartlarını inceleyerek öğrencileri bu alandaki bilimsel araştırma ve yayınları izleme ve analiz teknikleriyle donatmaktır.
Content	1. Denetim Teorisine Giriş 2. Bağımsız Denetim ve Güvence Hizmetleri - Sürdürülebilirlik Denetimi 3. Denetimde Kalite Yönetimi 4. Genel Prensipler ve Sorumluluk 5. Risklerin Değerlendirilmesi 6. Riskler Karşısında Denetçinin Tutumu 7. Dış Teyitler 8. Analitik İncelemeler 9. Uzman Görüşünden Faydalanma 10. Denetimin Tamamlanması ve Denetim Raporu 11. Denetimde Veri Analitiği 12. Denetimde Kritik Perspektifler 13. Denetimde Araştırma Yöntemleri

References	Arens, Alvin A., Randal J. Elder, Mark S. Beasley and C. E. Hogan, Auditing and Assurance Services An Integrated Approach, 18th Edition, Pearson, Boston, 2023. Deegan, Craig and Jeffrey Unerman, Financial Accounting Theory, European Edition, Mc Graw Hill, London, 2006. Güredin, Ersin Denetim ve Güvence Hizmetleri,13. Baskı, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2011. International Auditing and Assurance Standards. Türkiye Denetim Standartları Makaleler: Aobdia, A. et al. (2024) The Economics of Audit Production: What Matters for Audit Quality? An Empirical Analysis of the Role of Midlevel Managers within the Audit Firm, The Accounting Review, Volume 99 No.2, 1–29, DOI: 10.2308/TAR-2019-0453 Aobdia, D., Do practitioner assessments agree with academic proxies for audit quality? Evidence from PCAOB and internal inspections, Journal of Accounting and Economics, 67 (2019) 144-177.. https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2018.09.001 Bogdani, E; Causholli, M; Rakipi, R., Data Analytics Adoption, Social Support, and Internal Auditor Performance, Auditing: A Journal of Practice & Theory, 2024. Draeger, M. A.; Lohwasser, E. R. (2023) The Effects of Internal Controls on the Audit Completeness and Reliability of Earnings Announcements. Accounting Horizons, [s. l.], v. 37, n. 4, p. 9–32, 2023. DOI 10.2308/HORIZONS-2021-097. Habib, Ahsan; Jiang, Haiyan; Bhuiyan, Md. Borhan Uddin; Islam, Ainul. Regular Paper: Litigation Risk, Financial Reporting and Auditing: A Survey of the Literature. Research in Accounting Regulation. October 2014 26(2):145-163 Language: English. DOI: 10.1016/j.racreg.2014.09.005, Veritabanı: ScienceDirect Habib, A. (2007). Legal environment, accounting information, auditing and information intermediaries: Survey of the empirical literature. Journal of Accounting Literature, 26, 1-75. Retrieved from https://search.proquest.com/docview/216303876?accountid=15955 Hairston, S.; Johnston, J. A.; Zhang, J. H. Auditing the Derivative Usage of Bank-Holding Companies. Accounting Horizons, [s. l.], v. 37, n. 4, p. 67–84, 2023. DOI 10.2308/HORIZONS-2020-197. Hay, D.. The Frontiers of Auditing Research. Meditari Accountancy Research, 1 December 2015, 23(2):158-174 Language: English. Emerald Group Publishing Ltd. DOI: 10.1108/MEDAR-12-2014-0062 , Veritabanı: Scopus® Gal-Or, R.; Hoitash, R.; Hoitash, U. Auditor Expertise in Mergers and Acquisitions. Auditing: A Journal of Practice & Theory, [s. l.], v. 41, n. 4, p. 135–162, 2022. DOI 10.2308/AJPT-2019-120. Glover, S. M., Taylor, M. H., & Yi-Jing, W. (2017). Current Practices and Challenges in Auditing Fair Value Measurements and Complex Estimates: Implications for Auditing Standards and the Academy. Auditing: A Journal Of Practice & Theory, 36(1), 63-84. doi:10.2308/ajpt-51514 Lesage, C., & Wechtler, H. (2012). An Inductive Typology of Auditing Research. Contemporary Accounting Research, 29(2), 487-504. doi:10.1111/j.1911-3846.2011.01111.x Malsch, B., & Salterio, S. E. (2016). "Doing Good Field Research": Assessing the Quality of Audit Field Research. Auditing: A Journal Of Practice & Theory, 35(1), 1-22. doi:10.2308/ajpt-51170

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	Introduction to Financial Accounting and Auditing Theory
2	General Principles, Standards and Responsibilities
3	Quality for an Audit of Financial Statements
4	Overall Objectives of the Independent Auditor and Audit Evidences

Week	Weekly Contents
5	Internal Control
6	Assurance Services
7	Audit of Sustainability Reports
8	Analytical Procedures
9	Using the Work of an Auditor's Expert
10	Forming an Opinion and Reporting on Financial Statements
11	Audit Data Analytics
12	Critical Perspectives of Auditing
13	Risk evaluation and The Auditor's Responses to Assessed Risks
14	Research Methods in Auditing

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
GE 768		2	3	0	0	3	7

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Doctoral Degree
Objective	
Content	
References	

Theory Topics

Week	Weekly Contents