

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 761 Techniques approfondies dans l'analyse de marketing I	1	3	0	0	3	7
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours	Turc					
Type de Cours	Obligatoire					
Niveau du Cours	Doctorat					
Objectif du Cours	Dersin amacı, pazarlama araştırması yöntem ve işleyişi hakkında temel bilgilerin edinilmesi, pazarlama araştırması süreci ve her bir aşaması hakkında bilgi kazanılması ve pazarlama araştırması tasarlama becerisinin elde edilmesinin sağlanmasıdır.					
Contenus	Ders kapsamında, etki düzeyi yüksek akademik çalışmalar gerçekleştirebilmek için incelenmesi gereken pazarlama kavramları ile araştırma kavramları üzerinde durulacak; araştırma tasarımı, ikincil veri, kalitatif araştırmalar, kantitatif araştırmalar gibi konular işlenecektir. Dönem boyunca akademik makale okumaları gerçekleştirilecektir.					
Ressources	o Marketing Research Applied Insight, Daniel Nunan, David F. Birks and Naresh K. Malhotra, Pearson o Multivariate Data Analysis, Joseph F. Hair, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson, William C. Black, Cengage					

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
---------	----------------------

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 763 Techniques approfondies dans l'analyse des Sciences de Gestion I	1	3	0	0	3	7
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours	Turc					
Type de Cours	Obligatoire					
Niveau du Cours	Doctorat					
Objectif du Cours						
Contenus						
Ressources						

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
---------	----------------------

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 731 Théorie de la comptabilité	1	3	0	0	3	7
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours	Turc					
Type de Cours	Électif					
Niveau du Cours	Doctorat					

Objectif du Cours	Dersin amacı finansal muhasebe ve raporlama ile denetimin esaslarını oluşturan teori ve kavramları sunmak, öğrencilerin bu teori ve kavramlardan hareketle muhasebe ve denetim alandaki bilimsel araştırma yapabilme kabiliyetlerini artırmaktır.
Contenus	1. Ders: Finansal Muhasebe Teorisine Giriş 2. Ders: Finansal Raporlama Ortamı 3. Ders: Yasal Düzenlemeler 4. Ders: Uluslararası Muhasebe 5. Ders: Normatif Muhasebe Teorileri 6. Ders: Kavramsal Çerçeve Projeleri 7. Ders: Pozitif muhasebe Teorisi 8. Ders: Sistem Yönelimli Teoriler 9. Ders: Sosyal ve Çevresel Faktörlerin Entegrasyonu 10. Ders: Sermaye Piyasalarının Reaksiyonu 11. Ders: Bireylerin Reaksiyonu: Davranışsal Araştırmalar 12. Ders: Muhasebede Kritik Perspektifler 13. Ders: Muhasebede Araştırma Yöntemleri 14. Ders: Muhasebede Araştırma Yöntemleri Deegan Craig and Jeffrey Unerman. Financial Accounting Theory, International Edition, Mc Graw Hill, 2011. Kothari, S.P. (2001) Capital Market Research in Accounting. Journal of Accounting and Economics, 31, 105-231.
Ressources	Mathews, M.R. and Perera, M.H.B., Accounting Theory and Development, Chapman & Hall, London, 1991. Riahi-Belkaoui, Ahmed, Accounting Theory, Fifth Edition, Thomson, 2007. Scott, William S., Financial Accounting Theory, fifth edition, Pearson, Toronto, 2009.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	1. Introduction à la théorie de la comptabilité financière
2	L'environnement de l'information financière
3	La réglementation de la comptabilité financière
4	Comptabilité internationale
5	Théories normatives de la comptabilité: le cas de la comptabilisation des variations de prix
6	Les projets de cadre conceptuel
7	La théorie positive de la comptabilité
8	Décisions sur le reporting non réglementés
9	Systèmes étendus de la comptabilité: L'intégration des facteurs sociaux et environnementaux
10	Les réactions des marchés financiers à l'information financière
11	Réactions des individus à l'information financière: Un examen de la recherche comportementale
12	Perspectives critiques en comptabilité
13	Méthodes de Recherche en comptabilité
14	Méthodes de Recherche en comptabilité

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 733 Normes internationales d'information financière	1	3	0	0	3	7
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours	Turc					
Type de Cours	Électif					
Niveau du Cours	Doctorat					

Objectif du Cours	Uluslararası Finansal Raporlama Standartları hakkında öğrencileri bilgilendirmek, UFRS'nin Dünya'da ve ülkemizdeki önemini mevzuattaki yerini irdelemek.
	-Finansal Tabloların Sunumu -Bilanço, Gelir Tablosu, Nakit Akım Tablosu -UFRS'nin finansal tablolara uygulanması -Bilanço tarihinden sonra ortaya çıkan olaylar, ilişkili taraflar -Konsolidasyon -Konsolidasyon
Contenus	-Varlıklar (Stoklar, Maddi Duran Varlıklar) -Varlıklar (Maddi olmayan Duran Varlıklar, Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller) -Karşılıklar ve Yükümlülükler -Vergi Muhasebesi -Çalışanlara Sağlanan Faydalar -Kar-zarar, özsermaye -Finansal Enstrümanlar -Uygulama Çalışması
Ressources	Financial accounting : international financial reporting standards / Walter T. Harrison Jr. ... [et al.]. Boston : Pearson, 2014 : 9 edition

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine

Intitulés des Sujets

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 741 Théorie du marketing	1	3	0	0	3	7
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours	Turc					
Type de Cours	Électif					
Niveau du Cours	Doctorat					
Objectif du Cours	Ders pazarlamanın temel ilkelerini ve stratejilerini öğretmeyi amaçlamaktadır.					

	1. Hafta: Pazarlamanın Tarihsel Gelişimi
	2. Hafta: Pazarlamaya felsefik yaklaşımlar
	3. Hafta: Pazarlamaya felsefik yaklaşımlar
	4. Hafta: İnnovasyon ve pazarlama
	5. Hafta: Pazarlamada yeni kavramlar
	6. Hafta: Tüketicinin Önemi
	7. Hafta: Ara Sınav
Contenus	8. Hafta: Pazar kavramı: bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve konumlandırma
	9. Hafta: Pazarlama planlaması ve stratejik pazarlama
	10. Hafta: Pazarlama araştırması
	11. Hafta: Ürün politikaları
	12. Hafta: Fiyatlandırma politikaları
	13. Hafta: Dağıtım politikaları
	14. Hafta: İletişim politikaları
Ressources	? ? Principles of Marketing, Philip Kotler & Gary Armstrong
	? Marketing, Jean Pierre Helfer, Jacques Orsoni
	? Le Marketing Fondements et Pratique, Pierre-Louis Dubois, Alain Jolibert
	? Pazarlama İlkeleri, Mehmet Karafakioğlu
	? Marketing Theory, Jagdith Sheth
	? Marketing Theory, Shelby Hunt

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Le développement historique du marketing
2	Les approches philosophiques en marketing
3	Les approches philosophiques en marketing
4	L'innovation et marketing
5	Les concepts nouveaux en marketing
6	L'importance du consommateur
7	Examen Partiel
8	Le concept du marché et : segmentation/marché cible et positionnement
9	Le Marketing planning et stratégie marketing
10	: L'étude de marche
11	La politique de produit
12	La politique de prix
13	La politique de distribution
14	La politique de communication

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 743 Communication marketing intégrée	1	3	0	0	3	7
Cours Pré-Requis						

Conditions d'Admission au Cours

Langue du Cours

Turc

Type de Cours

Électif

Niveau du Cours

Doctorat

Objectif du Cours

Bütünleşik pazarlama iletişimi sisteminin nasıl işlediğini ve farklı sektör ve işletmelerdeki uygulamalarını açıklamaya çalışmak

Contenus

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

Ressources

1. Tony Yeslin, Integrated Marketing Communication, Butterworth-Heinemann Publish.
2. Yavuz Odabaşı, Mine Oyman, Bütünleşik Pazarlama İletişimi
3. Paul Copley, marketing Communication Manegemet, Elsevier Publish.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine

Intitulés des Sujets

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 757 Analyse des Rapports Financiers	1	3	0	0	3	7
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours	Turc					
Type de Cours	Électif					
Niveau du Cours	Doctorat					
Objectif du Cours						
Contenus						
Ressources						

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine

Intitulés des Sujets

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 745 Gestion Stratégique Dans le Commerce de Détail	1	3	0	0	3	7
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Doctorat
Objectif du Cours	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. 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: Arasınay 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 Levy, Micheal ve Weitz, Barton A., Retailing Management, McGraw Hill Inc., NewYork.
Contenus	
Ressources	Journal of Retailing

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Définition, portée et fonctions du commerce de détail
2	Vente au détail en magasin
3	Vente au détail sans magasin
4	Comportement des consommateurs dans le commerce de détail
5	Stratégies de marché dans le commerce de détail
6	Localisation
7	Examen Partiel
8	Sélection des emplacements de vente au détail
9	Structure organisationnelle et gestion des ressources humaines dans le commerce de détail ; Gestion des systèmes d'information et de la chaîne d'approvisionnement
10	Gestion de la relation client ; Gestion des produits
11	Tarifs
12	Mix de communication au détail
13	Gestion du magasin

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 721 Théorie des organisations	1	3	0	0	3	7
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours	Turc					
Type de Cours	Électif					
Niveau du Cours	Doctorat					
Objectif du Cours	Dersin amacı öğrencilerin yönetim kuramındaki temel düşünce akımlarını, kuramları ve tartışmaları öğrenmelerini sağlamaktır.					
Contenus	Temel yönetim kuramları M.J.Hatch (2006) Organization Theory Modern, Symbolic and Postmodern Perspectives Oxford: Oxford University Press, ch 1. W. R. Scott (2003), Organizations: Rational, Natural, and Open Systems (5th edition), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, ch. 1. M. Reed (1996), 'Organizational theorizing: A historically contested terrain' in S. Clegg, C. Hardy, and W. R. Nord (eds), Handbook of Organization Studies, London: Sage, 31-56. M.J.Hatch (2006) Organization Theory Modern, Symbolic and Postmodern Perspectives Oxford: Oxford University Press, chap 2. Y. Shenhav (2003), 'The historical and epistemological foundations of organization theory: Fusing sociological theory with engineering discourse' in H. Tsoukas and C. Knudsen (eds.), The Oxford Handbook of Organization Theory, Oxford: Oxford University Press, 183-209 W. H. Starbuck (2003), 'The origins of organization theory' in H. Tsoukas and C. Knudsen (eds.), The Oxford Handbook of Organization Theory, Oxford: Oxford University Press, 143-182. W. R. Scott (2003), Organizations: Rational, Natural, and Open Systems (5th edition), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, chaps. 2 and 3. W. R. Scott (2003), Organizations: Rational, Natural, and Open Systems (5th edition), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, chap. 4. L. Donaldson (2000), The Contingency Theory of Organizations, Thousand Oaks, CA: Sage, chaps. 1, 2 and 3. Meyer, A.D., Tsui, A.S., Hinings, C.R. 1993. Configurational approaches to organizational analysis. Academy of Management Journal, 36: 1175-1195. L. Donaldson (2000), The Contingency Theory of Organizations, Thousand Oaks, CA: Sage, chap. 5. J. Child (2002), 'Strategic choice' in A. Sorge (ed.), Organization, Thomson Learning: London, 107-126. R. Emerson, "Power-Dependence Relations." American Sociological Review 27 (1962): 31-41. J. Pfeffer and G. R. Salancik (1978/2003), The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective, Palo Alto, CA: Stanford University Press, chaps 1, 2, 3 and 10 and the Introduction, xi-xxix (available as e-book) M. S. Mizruchi and M. Yoo (2002), 'Interorganizational power and dependence' in J. A. C. Baum (ed.), The Blackwell Companion to Organizations, Oxford: Blackwell, 599-620.					

D. J. Brass (2002), 'Intraorganizational power and dependence' in J. A. C. Baum (ed.), *The Blackwell Companion to Organizations*, Oxford: Blackwell, 138-157.

W. Ocasio (2002), 'Organizational power and dependence' in J. A. C. Baum (ed.), *The Blackwell Companion to Organizations*, Oxford: Blackwell, 363-385.

Gulati, R., Dialdin, D. A. , & Wang, L. 2002. Organizational Networks. Pp. 181-303 in J. Baum (ed.), *Blackwell Companion to Organizations*. Oxford, UK: Blackwell. Podolny, J. M., & Baron, J. N. 1997. Resources and relationships: social networks and mobility in the workplace. *American Sociological Review*, 62: 673-693.

Burt, R. Chapter 1 in *Structural Holes*, 8-49. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992. ISBN: 067484372X.

Granovetter, M. "The Strength of Weak Ties." *American Journal of Sociology* 78 (1973): 1360-1380.

Granovetter, M. "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness." *American Journal of Sociology* 91 (1985): 481-510.

Uzzi, B. 1997. Social structure and competition in interfirm networks: the paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly* 42: 35-67.

Burt, R.S. 2000. The network structure of social capital. *Research in Organizational Behaviour*, 22: 345-423.

R. Swedberg (2003), 'Economic versus sociological approaches to organization theory' in H. Tsoukas and C. Knudsen (eds.), *The Oxford Handbook of Organization Theory*, Oxford: Oxford University Press, 373-391.

J. B. Barney and W. Westerly (1996), 'Organizational Economics: Understanding the relationship between organizations and economic analysis' in S. R. Clegg, C. Hardy and W. R. Nord (eds.), *Handbook of Organization Studies*, London, Sage, 115-147.

B. S. Silverman (2002), 'Organizational economics' in J. A. C. Baum (ed.), *The Blackwell Companion to Organizations*, Oxford: Blackwell, 467-493.

Selznick, P. 1957. *Leadership in Administration*. Berkeley, CA: University of California Press. – Chapters 1, 5

DiMaggio, P.J. & Powell, W.W., 1991. Introduction. Pp. 1-38 in *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, edited by Walter W. Powell and Paul J. DiMaggio. Chicago: University of Chicago Press.

DiMaggio, P., & Powell, W.W. 1983. The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48: 147-160.

Friedland, R. & Alford, R.R. 1991. Bringing Society Back in: Symbols, Practices, and Institutional Contradictions. Pp. 232-266 in *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, edited by Walter W. Powell and Paul J. DiMaggio. Chicago: University of Chicago Press

Meyer and Rowan, 1977. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83: 340-63.

Tolbert, P.S., Zucker, L. 1983. Institutional sources of change in the formal structure of organizations: The diffusion of civil service reform, 1880-1935. *Administrative Science Quarterly*, 30: 22-39.

Zucker, L.G. 1987. Institutional theories of organizations. *Annual Review of Sociology*, 13: 443-464.

Suddaby, R. & Greenwood, R. 2005. Rhetorical Strategies of Legitimacy. *Administrative Science Quarterly*, 50: 35-67.

R. Whitley (1999/ 2002), 'The nature of business systems and their institutional structuring' in R. Whitley (ed.), *Competing Capitalisms: Institutions and Economies*, Vol. 1, Cheltenham, UK: Edward Elgar, 161-194.

A. Sorge (1991/2002), 'Strategic fit and the societal effect: Interpreting cross-national comparisons of technology, organization and human resources' in R. Whitley (ed.), *Competing Capitalisms: Institutions and Economies*, Vol. 2, Cheltenham, UK: Edward Elgar, 354-383.

R. Whitley (1998/2002), 'Internationalization and varieties of capitalism: The limited effects of cross-national coordination of economic activities on the nature of business systems' in R. Whitley (ed.), *Competing Capitalisms: Institutions and Economies*, Vol. 2, Cheltenham, UK: Edward Elgar, 317-353.

R. Whitley (2005) 'How National are Business Systems? The Role States and Complementary Institutions in Standardizing Systems of Economic Coordination and Control at the National Level' in G. Morgan, R. Whitley, and E. Moon (eds) *Changing Capitalisms? Internationalization, Institutional Change, and Systems of Economic Organization*, 190-231. Oxford: Oxford University Press.

Haake, Sven. 2002. National business systems and industry-specific competitiveness. *Organization Studies*, 23 (5) 711-736.

Ressources

H. Aldrich (1999), *Organizations Evolving*, London: Sage, chaps. 9 and 10.
 J. A. C. Baum and T. L. Amburgey (2002), 'Organizational Ecology' J. A. C. Baum (ed.), *The Blackwell Companion to Organizations*, Oxford: Blackwell, 304-326.
 S.D. Dobrev, & Kim, T.Y. 2006. Positioning among Organizations in a Population: Moves between Market Segments and the Evolution of Industry Structure. *Administrative Science Quarterly*, 51(2): 230-261.
 R. C. Young. 1988. Is population ecology a useful paradigm for the study of organizations? *American Journal of Sociology*, 94: 1-24
 J. Freeman, and Hannan, M.T. 1989. Setting the record straight on organizational ecology: Rebuttal to Young. *American Journal of Sociology*, 95: 425-439.

H. Aldrich (1999), *Organizations Evolving*, London: Sage, chaps. 2 and 3.
 T. L. Amburgey and J. V. Singh (2002), 'Organizational Evolution' in J. A. C. Baum (ed.), *The Blackwell Companion to Organizations*, Oxford, Blackwell, 327-343.
 H. R. Greve (2002), 'Interorganizational evolution' in J. A. C. Baum (ed.), *The Blackwell Companion to Organizations*, Oxford, Blackwell, 557-578.

S.Clegg and D.Dunkerly (2005) *Critical issues in Organizations* in C. Grey and H. Willmott (eds) *Critical Management Studies* Oxford:Oxford University Press, 46-50.
 M.Alvesson and S. Deetz (2005) *Critical theory and postmodernism: Approaches to organizational studies* in C. Grey and H. Willmott (eds) *Critical Management Studies* Oxford:Oxford University Press, 60-106
 M. Parker (1992), "Post-Modern Organizations or Postmodern Organization Theory", *Organization Studies*, 13, 1-18.
 M. Kilduff and A. Mehra (1997), "Postmodernism and Organizational Research", *Academy of Management Review*, 22, 453-481.
 Deetz, S. (1996) 'Describing differences in approaches to organization science: rethinking Burrell and Morgan and their legacy', *Organization Science*, 7 (2): 191-207.
 S.R.Clegg, M. Kornberger & T. Pitsis (2005). *Managing and Organizations*, London :Sage

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine

Intitulés des Sujets

- 1 Introduction
- 2 Les organisations et la théorie organisationnelle
- 3 Les fondations et l'origine de la théorie organisationnelle
- 4 Théorie des systèmes et la théorie de la contingence
- 5 Critiques, paradoxes et débats
- 6 La théorie de la dépendance des ressources
- 7 Les perspectives de pouvoir
- 8 Les réseaux sociaux
- 9 Les coûts de transaction, la théorie de l'agence
- 10 La théorie institutionnelle
- 11 Les effets de sociétés et des systèmes nationaux de business
- 12 L'écologie des populations
- 13 L'évolution organisationnelle
- 14 Postmodernism

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 770 Sujets Avancés En Comptabilité Et En Finance	2	3	0	0	3	7
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours Turc						
Type de Cours Électif						

Semaine	Intitulés des Sujets
---------	----------------------

1	Méthodes classiques de comptabilité analytique
2	Méthodes classiques de mesure de performance
3	Introduction aux méthodes contemporaines de comptabilité analytique
4	Comptabilité basée sur les activités
5	Comptabilité basée sur les activités
6	Budgétisation basée sur les activités
7	Target costing et établissement des prix
8	Systèmes de production juste à temps
9	Systèmes de production juste à temps
10	Théorie de contraintes
11	Coûts de la qualité
12	Coûts de la qualité
13	Tableau de bord prospectif et évaluation de performance financière
14	Comptabilité managériale stratégique

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 758 Psychologie du Consommateur et Comportement de Consommation	2	3	0	0	3	7

Cours Pré-Requis

Conditions d'Admission au Cours

Langue du Cours Turc

Type de Cours Électif

Niveau du Cours Doctorat

Objectif du Cours Bu dersin amacı tüketici psikolojisi ve tüketim davranışına ilişkin temel teorileri öğretmek ve bu alanda araştırma yapmak için bir temel oluşturmaktır.

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

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.

Ressources

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*.

Étik

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.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine

Intitulés des Sujets

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 734 Normes internationales d'audit	2	3	0	0	3	7
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours	Turc					
Type de Cours	Électif					
Niveau du Cours	Doctorat					
Objectif du Cours	Ce cours destiné aux étudiants de doctorat en gestion est principalement axé sur l'audit externe des états financiers de l'entreprise, l'éthique professionnelle et des responsabilités légales. Les séminaires présentent la théorie et la pratique d'audit dans la perspective des normes internationales d'audit. Le cours vise également initier l'étudiant à identifier et développer un sujet de recherche, définir une problématique de recherche, décrire le but de l'étude de recherche, et établir des questions de recherche associées.					
Contenus	1. Introduction à la théorie de comptabilité et d'audit 2. Objectifs généraux de l'auditeur indépendant 3. Contrôle qualité d'un audit d'états financiers 4. Principes généraux et responsabilité 5. Evaluation des risques 6. Éléments de réponse aux risques identifiés 7. Éléments probants : Confirmations externes 8. Procédures analytiques 9. Utilisation des travaux d'autres professionnels 10. Conclusion de l'audit et rapport 11. Projet des normes clarifiées 12. Perspectives critiques en audit 13. Méthodes de Recherche en Audit International Auditing and Assurance Standards.					
Ressources	Deegan, Craig and Jeffrey Unerman, Financial Accounting Theory, European Edition, Mc Graw Hill, London, 2006.					

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine

Intitulés des Sujets

- 1 Introduction à la théorie de comptabilité et d'audit
- 2 Objectifs généraux de l'auditeur indépendant

Semaine Intitulés des Sujets

3	Contrôle qualité d'un audit d'états financiers
4	Principes généraux et responsabilité
5	Evaluation des risques
6	Eléments de réponse aux risques identifiés
7	Eléments probants : Confirmations externes
8	Procédures analytiques
9	Utilisation des travaux d'autres professionnels
10	Conclusion de l'audit et rapport
11	Projet des normes clarifiées
12	Perspectives critiques en audit
13	Méthodes de Recherche en Audit
14	Méthodes de Recherche en Audit

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 742 Stratégies de marque	2	3	0	0	3	7

Cours Pré-Requis

Conditions d'Admission au Cours

Langue du Cours Turc

Type de Cours Électif

Niveau du Cours Doctorat

Objectif du Cours Marka yaratma stratejilerinin incelenmesi, dersin temel amacını oluşturmaktadır. Bu ana amaç kapsamında, marka stratejileri alanındaki yeni gelişmelerin ve trendlerin irdelenmesi dersin diğer yan amaçlarıdır.

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

Ressources Richard Elliott, Larry Percy, Strategic Brand Management, Second Edition, Oxford University Press, 2011.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine		Intitulés des Sujets						
Contenus								
Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS	
GE 744	Décisions de distribution et stratégies compétitives	2	3	0	0	3	7	
Cours Pré-Requis								
Conditions d'Admission au Cours								
Langue du Cours		Turc						
Type de Cours		Électif						
Niveau du Cours		Doctorat						
Objectif du Cours		Bu dersin amacı genel dağıtım stratejilerini açıklamak ve teoriyi genel rekabet stratejileri çerçevesinde değerlendirmektir.						
Contenus	1- İleri dağıtım stratejileri- genel kavramlar							
	2- İleri dağıtım stratejileri- genel kavramlar							
	3- İleri dağıtım stratejileri- genel kavramlar							
	4- Dağıtım stratejilerine ilişkin vaka çalışmaları							
	5- Dağıtım stratejilerine ilişkin vaka çalışmaları							
	6- Dağıtım stratejilerine ilişkin vaka çalışmaları							
	7- VİZE SINAVI							
	8- İleri Rekabet Stratejileri							
	9- İleri Rekabet Stratejileri							
	10- İleri Rekabet Stratejileri							
	11- Dağıtım ve rekabet stratejileri üzerine vaka çalışmaları							
	12- Dağıtım ve rekabet stratejileri üzerine vaka çalışmaları							
	13- Dağıtım ve rekabet stratejileri üzerine vaka çalışmaları							
	14- FINAL SINAVI							
Ressources		Öğretim Üyesi Ders Notları ve Sunumlar						
		Logistics Management, Stock and Lambert, Pearson Publishing, 2000						

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine		Intitulés des Sujets					
Contenus							
Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 764	Techniques approfondies dans l'analyse des Sciences de Gestion II	2	3	0	0	3	7
Cours Pré-Requis							
Conditions d'Admission au Cours							
Langue du Cours	Turc						
Type de Cours	Obligatoire						
Niveau du Cours	Doctorat						
Objectif du Cours							
Contenus							
Ressources							

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
---------	----------------------

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 762 Techniques approfondies dans l'analyse de marketing II	2	3	0	0	3	7
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours	Turc					
Type de Cours	Obligatoire					
Niveau du Cours	Doctorat					
Objectif du Cours	Dersin amacı, pazarlama araştırmasında veri analizi hakkında temel bilgilerin edinilmesi, pazarlama araştırmalarında veri analizi sürecinin her bir aşaması hakkında bilgi kazanılması ve pazarlama araştırması uygulama ve raporlama becerisinin elde edilmesinin sağlanmasıdır.					
Contenus	Ders kapsamında, ilk olarak veri hazırlığı ve veriye yönelik ilk incelemeler üzerinde durulacak; parametrik ve parametrik olmayan testler genel olarak aktarılacak, sonrasında varyans, kovaryans analizleri, korelasyon ve regresyon analizi hakkında detaylı incelemeler gerçekleştirilecektir. Takiben, yapısal eşitlik modellemesine giriş yapılacak ve farklı türleri çalışılacaktır. Nitel araştırmalarda veri analizi incelemesi yapıldıktan sonra ise, tüm bu analizler kapsamında raporlama ve pazarlama araştırmalarına “bilimsel makale üretimi” perspektifinden bakılarak uygulamaya dönük çıktılar elde edilmesi üzerine çalışılacaktır.					
Ressources	- o Marketing Research Applied Insight, Daniel Nunan, David F. Birks and Naresh K Malhotra, Pearson - o Multivariate Data Analysis, Joseph F Hair, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson, William C. Black, Cengage - o A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), Joseph F Hair, Jr., G. Thomas M. Hult, Christian M. Ringle and Marko Sarstedt, Sage. - o Discovering statistics using IBM SPSS statistics, Andy Field, Sage. - o Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact, Sarah J. Tracy, John Wiley & Sons. - o Pazarlamada Araştırma Teknikleri, Mahir Nakip ve Eyyup Yaraş, Seçkin. - o Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Ahmet Hamdi İslamoğlu ve Ümit Alınayık, Beta. - o Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Recai Coşkun, Remzi Altunışık ve Engin Yıldırım, Sakarya. - o ...					

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
---------	----------------------

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 714 Séminaire	2	3	0	0	0	8
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours	Turc					
Type de Cours	Obligatoire					
Niveau du Cours	Doctorat					
Objectif du Cours						
Contenus						
Ressources						

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
---------	----------------------

Contenus

Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 759	2	3	0	0	3	7
Cours Pré-Requis						
Conditions d'Admission au Cours						
Langue du Cours	Turc					
Type de Cours	Électif					
Niveau du Cours	Doctorat					
Objectif du Cours						
Contenus						
Ressources						

Intitulés des Sujets Théoriques

SemaineIntitulés des Sujets