Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 766	TECHNIQUES DE RECHERCHES AVANCEES 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

Code du Cours	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	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.
Contenus	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

Ressources	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.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Introduction
2	Le concept de marketing et l'évolution historique de la pensée marketing
3	Théorie du marketing
4	Théorie du marketing
5	Théorie du marketing
6	La logique dominante des services
7	Présentation/devoir
8	Partiel
9	Consommation et comportement du consommateur
10	Approches interprétatives et critiques
11	Approches interprétatives et critiques
12	Approches interprétatives et critiques
13	Présentation/devoir
14	Présentation/projet

Contenus

Code du Cours	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 Yeshin, 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
1	Introduction
2	Image d'entreprise et la Marque
3	Digital marketing et alternative marketing
4	le processus de planification de CMI
5	Management de la publicité
6	Agence de la pub et les changements de la CMI
7	Design de la publicité
8	Possibilités des NTIC
9	Base de données et marketing direct
10	les Médias traditionnels
11	Relations publiques et sponsoring
12	Evaluation du programme CMI
13	presentations
14	Responsabilité Sociale de l'entreprise et communication

Contenus

Code du Cours	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.
Contenus	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
Ressources	Levy, Micheal ve Weitz, Barton A., Retailing Management, McGraw Hill Inc., NewYork. 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
14	Service client

Contenus

Code du Cours	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
Niveau du Cours	Doctorat
Objectif du Cours	
Contenus	
Ressources	

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 752	Gestion d'entreprise	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 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.

Contenus	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
Ressources	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.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 732	Comptabilité de gestion stratégique	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

Semaine	Intitulés des Sujets

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Code du Cours	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.
Contenus	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
Ressources	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

	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.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Code du Cours	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.

Contenus	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

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 767		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

Code du Cours	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

Code du Cours	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

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 765	Théorie et Recherches en 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	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.
Contenus	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

Ressources	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

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Introduction à la théorie de comptabilité et d'audit
2	Les Normes internationales en audit, principes généraux et responsabilité
3	Management de qualité en audit
4	Objectifs de l'audit et éléments probants

Semaine	Intitulés des Sujets
5	Contrôle interne
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	Evaluation des risques
14	Méthodes de Recherche en Audit

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
GE 768		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

Semaine	Intitulés des Sujets