

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 731	Muhasebe Kuramı	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	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.
İçerik	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
Kaynaklar	Deegan Craig and Jeffrey Unerman. Financial Accounting Theory, european edition,Mc Graw Hill, 2006. Mathews, M.R. and Perera, M.H.B., Accounting Theory and development, Chapman & HallLondon, 1991. Riahi-Belkaoui, Ahmed, Accounting Theory, Fifth Edition, Thomson, 2007. Scott, William S., Financial Accounting Theory, fifth edition, Pearson, Toronto, 2009.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Finansal Muhasebe Teorisine Giriş
2	Finansal Raporlama Ortamı
3	Yasal Düzenlemeler
4	Uluslararası Muhasebe
5	Normatif Muhasebe Teorileri
6	Kavramsal Çerçeve Projeleri
7	Pozitif Muhasebe Teorisi
8	Sistem Yönelimli Teoriler
9	Sosyal ve Çevresel Faktörlerin Entegrasyonu
10	Sermaye Piyasalarının Reaksiyonu
11	Bireylerin Reaksiyonu: Davranışsal Araştırmalar
12	Muhasebede Kritik Perspektifler
13	Muhasebede Araştırma Yöntemleri 1
14	Muhasebede Araştırma Yöntemleri 2

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 741	Pazarlama Kuramı	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	Ders pazarlamanın temel ilkelerini ve stratejilerini öğretmeyi amaçlamaktadır.
İçerik	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 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
Kaynaklar	? ? 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

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Pazarlamanın Tarihsel Gelişimi
2	Pazarlamaya felsefik yaklaşımlar
3	Pazarlamaya felsefik yaklaşımlar
4	İnnovasyon ve pazarlama
5	Pazarlamada yeni kavramlar
6	Tüketicinin Önemi
7	Ara Sınav
8	Pazar kavramı: bölümlendirme, hedef pazar seçimi ve konumlandırma
9	Pazarlama planlaması ve stratejik pazarlama
10	Pazarlama araştırması
11	Ürün politikaları
12	Fiyatlandırma politikaları
13	Dağıtım politikaları
14	: İletişim politikaları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 743	Bütünleşik Pazarlama İletişimi	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	Bütünleşik pazarlama iletişimi sisteminin nasıl işlediğini ve farklı sektör ve işletmelerdeki uygulamalarını açıklamaya çalışmak
İçerik	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
Kaynaklar	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.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	BPİ felsefesi
2	BPİnin amaçları
3	BPİnin elemanları ve organizasyonu
4	Ürün iletişimi
5	Marka iletişimi
6	Fiyat iletişimi
7	Lojistik iletişimi
8	Perakendecilikte iletişim
9	Tutundurma stratejileri
10	Reklamcılık
11	Halkla İlişkiler
12	Satış özendirme
13	Kişisel Satış
14	E-iletişim ve doğrudan pazarlama

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE745	Perakendecilikte Stratejik Yönetim	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	- Perakendeciliğe ilişkin temel kavramların öğrenilmesi, - Perakende stratejilerine ilişkin dinamiklerin kavranması, - Perakendeci türlerinin öğrenilmesi, - Perakendecilik faaliyetleri ve politikalarının anlaşılması, - Perakendecilikte yeni trendlerin ve gelişmelerin kavranması
İçerik	1. Hafta: Perakendeciliğin Tanımı Kapsamı ve Fonksiyonları 2. Hafta: Mağaza Temelli Perakendecilik 3. Hafta: Mağazasız Perakendecilik 4. Hafta: Çok Kanallı Perakendecilik 5. Hafta: Tüketici Davranışı 6. Hafta: Perakendecilikte Pazar Stratejileri 7. Hafta: Lokasyon Perakende Yer Seçimi 8. Hafta: Ara sınav 9. Hafta: Perakendecilikte Örgüt Yapısı ve İnsan Kaynakları Yönetimi Bilgi Sistemleri ve Tedarik Zinciri Yönetimi 10. Hafta: Müşteri İlişkileri Yönetimi 11. Hafta: Ürün Yönetimi 12. Hafta: TATİL 13. Hafta: Fiyatlandırma 14. Hafta: Mağaza Yönetimi
Kaynaklar	Levy, Micheal ve Weitz, Barton A., Retailing Management, McGraw Hill Inc., NewYork.(Ders kitabı)

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Perakendeciliğin Tanımı Kapsamı ve Fonksiyonları
2	Perakendeciliğin Tanımı Kapsamı ve Fonksiyonları
3	Mağaza Temelli Perakendecilik
4	Mağazasız Perakendecilik / Perakendecilikte Tüketici Davranışı
5	Perakendecilikte Pazar Stratejileri
6	Lokasyon
7	Perakende Yer Seçimi
8	Ara sınav
9	Perakendecilikte Örgüt Yapısı ve İnsan Kaynakları Yönetimi / Bilgi Sistemleri ve Tedarik Zinciri Yönetimi
10	Müşteri İlişkileri Yönetimi / Ürün Yönetimi
11	Fiyatlandırma
12	Perakende İletişim Karması
13	Mağaza Yönetimi
14	Mağaza Dizaynı / Müşteri Hizmetleri

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 734	Uluslararası Denetim Standartları	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	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 le 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.
İçerik	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
Kaynaklar	International Auditing and Assurance Standards. Deegan, Craig and Jeffrey Unerman, Financial Accounting Theory, European Edition, Mc Graw Hill, London, 2006.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Finansal Muhasebe ve Denetim Teorisine Giriş
2	Bağımsız Denetçinin Genel Hedefleri
3	Finansal Tablo Denetiminde Kalite Kontrol
4	Genel Prensipler ve Sorumluluk
5	Risklerin Değerlendirilmesi
6	Riskler Karşısında Denetçinin Tutumu
7	Dış Teyitler
8	Analitik İnceleme
9	Uzman Görüşünden Faydalanma
10	Denetim Raporu
11	Açıklık Projesi
12	Denetimde Kritik Perspektifler
13	Denetimde Araştırma Yöntemleri
14	Denetimde Araştırma Yöntemleri

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 714	Seminer	2	3	0	0	0	8

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilere şirket değerlendirme ile ilgili ileri düzeyde bilgi sağlayarak öğrencilerin şirket değerlendirme ile ilgili konularda teorik argümanlar geliştirebilmelerini ve şirket değerlemeyi ileri düzeyde uygulamalı olarak yapabilmelerini amaçlar.
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Bilimsel Çalışma ve Yazma Yöntemleri
2	Yayın/Araştırma Etiği
3	Yayın/Araştırma Etiği
4	Bilimsel Çalışma Türleri
5	Literatür Araştırması Yapma
6	Literatür Araştırması Yapma
7	Vize
8	Araştırma Sorusunun Tasarımı
9	Araştırma Sorusunun Tasarımı
10	Tez/Makale Tasarımı
11	Tez/Makale Tasarımı
12	Yazım Teknikleri
13	Araştırma Teknolojileri
14	Vaka Yazma Yöntemi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 716	Şirket Değerleme	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilere şirket değerlendirme ile ilgili ileri düzeyde bilgi sağlayarak öğrencilerin şirket değerlendirme ile ilgili konularda teorik argümanlar geliştirebilmelerini ve şirket değerlemeyi ileri düzeyde uygulamalı olarak yapabilmelerini amaçlar.
İçerik	
Kaynaklar	Penman, S. H. (2013). Financial Statement Analysis and Security Valuation (5th Ed.). New York: McGraw-Hill. Damodaran, A. (2015). Advanced Corporate Finance (4th Ed.). Wiley. (Bütün kaynaklar İngilizcedir)

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Değerleme ve Yatırımlara Giriş
2	Finansal Tablolara Değerleme Perspektifinden Bakış
3	Nakit ve Tahakkuk Bazlı Muhasebe Perspektifinden İndirgenmiş Nakit Akımı Yöntemi-1
4	Nakit ve Tahakkuk Bazlı Muhasebe Perspektifinden İndirgenmiş Nakit Akımı Yöntemi-2
5	Tahakkuk Bazlı Muhasebe Perspektifinden Değerleme: Defter Değeri
6	Tahakkuk Bazlı Muhasebe Perspektifinden Değerleme: Kazançlar
7	Vize
8	Bir İşletmeyi Finansal Tablolarından Anlamak
9	Reformülasyon
10	Büyüme ve Sürdürülebilir Kazançların Analizi
11	Faaliyetlerin ve İşletmenin Değerini Belirleme
12	Vaka Analizi-Sunum
13	Vaka Analizi-Sunum
14	Vaka Analizi-Sunum

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 732	Stratejik Yönetim Muhasebesi	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	Yönetim muhasebesinde kullanılan güncel maliyet ve performans ölçüm yöntemleri hakkında öğrencileri bilgilendirmek
İçerik	Geleneksel Maliyet Yöntemleri Geleneksel Performans Ölçüm Yöntemleri Çağdaş Maliyet Yöntemlerine Giriş Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Faaliyet Tabanlı Yönetim Faaliyet Tabanlı Bütçeleme Hedef Maliyetleme ve Fiyatlandırma Kararları Tam Zamanında Üretim Kısıtlar Teorisi Kalite Maliyetleri Müşteri Odaklı Yönetim ve Yönetim Muhasebesi Balanced Scorecard ve Performans Ölçümü Stratejik Yönetim Muhasebesi
Kaynaklar	* Maliyet Muhasebesinde Güncel Yaklaşımlar-Rüstem Hacırüstemoğlu, Münir Şakrak. ** Cost Management: A Strategic Emphasis-Edward Blocher, David E. Stout, Gary Cokins, Kung Chen.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Geleneksel Maliyet Yöntemleri
2	Geleneksel Performans Ölçüm Yöntemleri
3	Çağdaş Maliyet Yöntemlerine Giriş
4	Faaliyet Tabanlı Maliyetleme
5	Faaliyet Tabanlı Yönetim
6	Faaliyet Tabanlı Bütçeleme
7	Hedef Maliyetleme ve Fiyatlandırma Kararları
8	Tam Zamanında Üretim
9	Tam Zamanında Üretim
10	Kısıtlar Teorisi
11	Kalite Maliyetleri
12	Müşteri Odaklı Yönetim ve Yönetim Muhasebesi
13	Balanced Scorecard ve Performans Ölçümü
14	Stratejik Yönetim Muhasebesi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 724	Uluslararası Girişimler ve Stratejik İttifaklar	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	Bu dersin temel amacı, uluslararası stratejik ittifaklar ve ortaklıklar ile ilgili kuramsal ve görgül yazını görece kapsamlı olarak incelemesini sağlamak ve öğrencilerin bu yapılanmaların stratejik temelleri, yönetim yapıları ve işleyiş dinamikleri hakkında bir anlayış geliştirmelerine yardımcı olmaktır.
İçerik	Hafta 1. Uluslararası stratejik ittifaklar giriş: uluslararası işbirliği stratejileri ve rekabet üstünlüğü Hafta 2. Uluslararası stratejik işbirlikleri: Tanımı ve türleri Hafta 3. Uluslararası stratejik işbirlikleri: Teorik Perspektif Hafta 4. Uluslararası stratejik işbirlikleri oluşum aşamaları Hafta 5. Uluslar arası ittifak oluşturma süreci: Ortaklığa girme kararı, uluslararası ortak seçimi ve müzakere Hafta 6. Uluslararası stratejik ittifaklarda karşılıklı güven gelişimi Hafta 7. Uluslararası stratejik işbirliklerinde bilgi oluşturma ve yönetme Hafta 8. Ara sınav Hafta 9. Uluslararası stratejik ittifaklarda karşılıklı bağlılık ve uyumsuzluk çözümü Hafta 10. Uluslararası stratejik ittifaklarda iletişim, katılım ve bilgi paylaşımı süreçleri ve mekanizmaları Hafta 11. Uluslararası stratejik ittifakların kontrol yapıları ve süreçleri Hafta 12. Uluslararası stratejik ittifaklarda değerlendirme süreci Hafta 13. Araştırma projelerinin sunumu Hafta 14. Araştırma projelerinin sunumu
Kaynaklar	Doz Y.L. & Hamel G.; Alliance Advantage: The Art of Creating Value through Partnering, Harvard Business School Press, Boston MA. Garette B. & Dussauge P. Les Stratégies d'Alliance, Les Editions d'Organisation, Paris. Beamish Paul W. & Killing J. Peter (Eds.), Cooperative Strategies: Asian Pacific Perspectives, New Lexington Press Beamish Paul W. & Killing J. Peter (Eds.), Cooperative Strategies: North American Perspectives, New Lexington Press, San Francisco Beamish Paul W. & Killing J. Peter (Eds.), Cooperative Strategies: European Perspectives, New Lexington Press, San Francisco

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 712	Nitel Araştırma Yöntemleri	2	3	0	0	3	9

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	Öğrenciler nitel araştırma yöntemlerini kullanarak; bağımsız araştırma yapmalarını ve bilimsel olayları geniş ve derin bir bakış açısı ile irdelerek yorumlamalarını sağlamak. Yeni ve kavrayıcı sentezlere ulaşabilmeleri için gerekli adımları belirleme yeteneklerini geliştirmektir.
İçerik	Dersin içeriği nitel araştırmanın diğer araştırma yöntemleri içindeki yerinin ele alınması, kullanım alanlarının tanıtımı, farklı nitel araştırma yöntemlerinin uygulamaları olarak açıklanmasını kapsamaktadır.
Kaynaklar	Agafonoff, N. «Adapting Ethnographic Research Methods to Ad Hoc Commercial Market Research.» Qualitative Market Research: An International Journal 9, no. 2 (2006): 115-125. Arnould, E.J., ve M. Wallendorf. «Market Oriented Ethnography: Interpretation Building and Marketing Strategy Formulation.» Journal of Marketing Research 31 (1994): 484-505. Bas, T. ve Akturan Ulun, Nitel Araştırma Yöntemleri, 3. Basım. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2013. Caelli, K. «The Changing Face of Phenomenological Research: Traditional and American Phenomenology in Nursing.» Qualitative Health Research 10, no. 3 (2000): 366-377. Canniford, R. «Moving Shadows: Suggestions for Ethnography in Globalised Cultures.» Qualitative Market Research: An International Edition 8, no. 2 (2005): 204-218. Elliot, R. «Discourse Analysis: Exploring Action, Function and Conflict in Social Texts.» Marketing Intelligence and Planning 14, no. 6 (1996): 65-68. Elliot, R., ve N.J. Elliot. «Using Ethnography in Strategic Consumer Research.» Qualitative Market Research: An International Journal 6, no. 4 (2003): 215-223. Giorgi, A., ve B. Giorgi. «Phenomenology.» Qualitative Psychology içinde, yazar J.A. Smith. London: Sage Publ., 2003. Goulding, C. «Grounded Theory, Ethnography and Phenomenology A Comparative Analysis of Three Qualitative Strategies for Marketing Research.» European Journal of Marketing 39, no. 3/4 (2005): 294-308. Harris, H. «Content Analysis of Secondary Data: A Study of Courage in Managerial Decision Making.» Journal of Business Ethics 34 (2001): 191-208. Harvey, L.J, ve M.D. Myers. «Scholarship and Practice: The Contribution of Ethnographic Research Methods to Bridging the Gap.» Information Technology and People 8, no. 3 (1995): 13-27. Hunter, K., S. Hari, C. Egbu, ve J Kelly. «Grounded Theory: Its Diversification and Application Through Two Examples From Research Studies on Knowledge and Value Management.» Electronic Journal of Business Research Methods 3, no. 1 (2005): 57-68. Jackson, P. «Principles and Problems of Participant Observation» Geographiska Annaler Series B Human Geography, 1983: 39-46. Marshall, C., ve G.B. Rossman. Designing Qualitative Research. 4th Edition. London: Sage Publ., 2006. Mulhall, A. «In The Field: Notes on Observation in Qualitative Research.» Journal of Advanced Nursing 41, no. 3 (2003): 306-313. Nahl, D. «A Discourse Analysis Technique for Charting the Flow of Micro Information Behavior.» Journal of Documentation 63, no. 3 (2007): 323-339. Turner, B.A. «The Use of Grounded Theory for the Qualitative Analysis of Organizational Behavior.» Journal of Management Studies 20, no. 3 (1983): 333-348. Van Dijk, T.A. «New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach.» Ethnic Minorities and the Media içinde, yazar M. Keynes, 33-49. London: Open University Press, 2000. Venkatesh, A., N. Stolzoff, E. Shih, ve S. Mazumdar. «The Home of the Future: An Ethnographic Study of New Information Technologies in the Home.» Advances in Consumer Research 28, no. 1 (2001): 88-97.

Wimpenny, P., ve J. Gass. «Interviewing in Phenomenology and Grounded Theory: Is There a Difference.» Journal of Advanced Nursing 31, no. 6 (2000): 1485-1493.

Yıldırım, A., ve H. Şimşek. Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. 4. Basım. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2004.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Bilimsel Paradigmadaki Değişim
2	Nitel Araştırma Örnekleri
3	Problem Temelinde Araştırma Türünün Seçimi
4	Araştırma Probleminin Tanımlanması
5	Araştırma Önerisinin Oluşturulması
6	Evrenin Seçimi ve Yöntemin Belirlenmesi
7	Planlama ve Geçici Anahatların Oluşturulması
8	Söylem Analizinin Araştırma Projesinde Kullanımı
9	Etnoğrafyanın Araştırma Projesinde Kullanımı
10	Alt Teorinin Araştırma Projesinde Kullanımı
11	Fenemonolojinin Araştırma Projesinde Kullanımı
12	Gözlem ve Odak Grubu Çalışmasının Araştırma Projesinde Kullanımı
13	Proje Çalışmalarının Değerlendirilmesi - Tartışma
14	Proje Çalışmalarının Değerlendirilmesi - Tartışma

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 717	Uluslararası Pazarlama	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	L'objectif de ce cours est d'enseigner les principes de base et les stratégies de gestion du marketing international. Dans ce contexte, il est destiné aux étudiants à comprendre et analyser les facteurs environnementaux mondiaux, à développer des stratégies d'entrée sur le marché et à planifier des politiques et des stratégies en analysant les éléments du mix marketing pour les marchés internationaux.
İçerik	Semaine 1. Mondialisation Semaine 2. Mondialisation Semaine 3. Environnement économique et financier Semaine 4. Environnement culturel, juridique et politique Semaine 5. Recherche marketing mondiale, segmentation et positionnement mondiaux Semaine 6. Stratégies marketing mondiales Semaine 7. Entrée marketing Semaine 8. Examen à mi-parcours Semaine 9. Développement de produits Semaine 10. Prix Semaine 11. Ventes Semaine 12. Communication, distribution Semaine 13. Marchés en développement Semaine 14. Importation, exportation
Kaynaklar	Masaaki Kotabe ve Kristiaan Helsen, “Global Marketing Management”, 4th edition, USA: John Wiley and Sons Inc.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Küreselleşme
2	Küreselleşme
3	Ekonomik Çevre Finansal Çevre
4	Kültürel Çevre Yasal ve Politik Çevre
5	Küresel Pazarlama Araştırması Küresel Bölümlendirme ve Konumlandırma
6	Küresel Pazarlama Stratejileri
7	Pazara Giriş Stratejileri
8	Arasınava
9	Ürün Geliştirme
10	Fiyatlandırma
11	Satış
12	İletişim Dağıtım
13	Gelişen Pazarlar
14	İthalat İhracat

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 756	Varlık Değerlemesi	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 721	Örgüt Kuramı	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 757	Finansal Raporların Analizi	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 751	Finans Teorisi	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 752	Kurumsal Yönetim	2	3	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 711	Nicel Araştırma Metodolojisi	1	3	0	0	3	9

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 754	Davranışsal Finans	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 733	Uluslararası Finansal Raporlama Standartları	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 715	Çok Değişkenli Modelleme ve Veri Analizi	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 742	Marka Stratejileri	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 744	Dağıtım Kararları ve Rekabet Stratejileri	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------