

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 761	Pazarlama Araştırmalarında İleri Teknikler I	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

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

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Pazarlama araştırmalarına giriş
2	Pazarlama araştırmaları ve ilgili kavramlar
3	Pazarlama araştırmalarında problem ve çözüm yaklaşımları
4	Pazarlama araştırması tasarımı
5	Kalitatif araştırmalar I
6	Kalitatif araştırmalar II
7	Anket
8	Deney
9	Ölçme ve ölçeklendirme
10	Ara sınav
11	Ana kütle ve örneklem
12	Ölçüm aracı tasarımı ve uygulama
13	Pazarlama araştırması tasarımı uygulamaları
14	Pazarlama araştırması tasarımı uygulamaları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
-----------	------------	---------	-------	----------	-----	---------	------

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 763	Yönetim Bilimleri Araştırmalarında İleri Teknikler I	1	3	0	0	3	7

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 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, International Edition, Mc Graw Hill, 2011. Kothari, S.P. (2001) Capital Market Research in Accounting. Journal of Accounting and Economics, 31, 105-231. 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.
-----------	---

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 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	Uluslararası Finansal Raporlama Standartları hakkında öğrencileri bilgilendirmek, UFRS'nin Dünya'da ve ülkemizdeki önemini mevzuattaki yerini irdelemek.

İçerik	-Finansal Tabloların Sunumu -Bilanço, Gelir Tablosu, Nakit Akım Tablosu -UFRS'nin finansal tablolara uygulanması -Bilanço tarihinden sonra ortaya çıkan olaylar, ilişkili taraflar -Konsolidasyon -Konsolidasyon -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
Kaynaklar	Financial accounting : international financial reporting standards / Walter T. Harrison Jr. ... [et al.]. Boston : Pearson, 2014 : 9 edition

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Finansal Tabloların Sunumu
2	Bilanço, Gelir Tablosu, Nakit Akım Tablosu
3	UFRS'nin finansal tablolara uygulanması
4	Bilanço tarihinden sonra ortaya çıkan olaylar, ilişkili taraflar
5	Konsolidasyon
6	Konsolidasyon
7	Varlıklar (Stoklar, Maddi Duran Varlıklar)
8	Varlıklar (Maddi olmayan Duran Varlıklar, Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller)
9	Karşılıklar ve Yükümlülükler
10	Vergi Muhasebesi
11	Çalışanlara Sağlanan Faydalar
12	Kar-zarar, özsermaye
13	Finansal Enstrümanlar
14	Uygulama Çalışması

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

Hafta	Konu Başlıkları
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 BPİnin amaçları 3. Hafta BPİnin 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

Hafta	Konu Başlıkları
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
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 745	Perakendecilikte Stratejik Yönetim	1	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora

Dersin Amacı	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.
İçerik	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: Arasınava 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
Kaynaklar	Levy, Micheal ve Weitz, Barton A., Retailing Management, McGraw Hill Inc., NewYork. Journal of Retailing

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Perakendeciliğin Tanımı Kapsamı ve Fonksiyonları
2	Mağaza Temelli Perakendecilik
3	Mağazasız Perakendecilik
4	Perakendecilikte Tüketici Davranışı
5	Perakendecilikte Pazar Stratejileri
6	Lokasyon
7	Ara sınav
8	Perakende Yer Seçimi

Hafta	Konu Başlıkları
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	Müşteri Hizmetleri

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	Dersin amacı öğrencilerin yönetim kuramındaki temel düşünce akımlarını, kuramları ve tartışmaları öğrenmelerini sağlamaktır.
İçerik	Temel yönetim kuramları
Kaynaklar	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

Meyer, J.W., 1981, *Adapt. Hinnings, C.H. 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.

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

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş
2	Örgüt kuramına genel bakış
3	Yönetim kuramının temelleri
4	Sistem kuramı ve durumsallık yaklaşımı
5	Eleştiriler ve tartışmalar
6	Kaynak bağımlılığı yaklaşımı
7	Güç yaklaşımları
8	Sosyal şebekeler
9	İşlem maliyeti, vekalet kuramı, kaynak temelli yaklaşım
10	Kurumsal kuram
11	Ulusal sistemler
12	Örgütsel ekoloji
13	Örgütsel gelişim
14	Postmodernizm

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 770	Muhasebe ve Finasta İleri Konular	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 752	Kurumsal Yönetim	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 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 Hacirüstemoğlu, 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

Hafta	Konu Başlıkları
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 758	Tüketici Psikolojisi ve Tüketici Davranışı	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Doktora
Dersin Amacı	Bu dersin amacı tüketici psikolojisi ve tüketim davranışına ilişkin temel teorileri öğretmek ve bu alanda araştırma yapmak için bir temel oluşturmaktır.

İçerik	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
Kaynaklar	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.
--	---

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tüketici Psikolojisi ve Tüketim Davranışı: Giriş
2	Temel Teoriler
3	Algılama
4	Öğrenme
5	Güdülenme
6	Benlik
7	Kişilik, Yaşam Stili ve Değerler
8	Ara Sınav
9	Tutum ve Niyet
10	Karar Verme
11	Satın Alma Sonrası Davranış
12	Sosyal Medya
13	Kültür

Hafta	Konu Başlıkları
14	Etik

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. 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
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	Denetim Teorisine Giriş
2	Denetim Standartları, Genel Prensipler ve Sorumluluk
3	Finansal Tablo Denetiminde Kalite Yönetimi
4	Denetim Hedefleri
5	Planlama, Risk ve Önemlilik
6	İç Kontrol

Hafta	Konu Başlıkları
7	Dış Teyitler
8	Analitik İncelemele
9	Uzman Görüşünden Faydalanma
10	İşlem Döngülerinin Denetimi
11	Uygunluk Denetimi
12	Denetimde veri Analitiği
13	Denetimin Tamamlanması ve Raporlama
14	Denetimde Araştırma Yöntemleri

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

İçerik	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 Denklığı 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
Kaynaklar	Richard Elliott, Larry Percy, Strategic Brand Management, Second Edition, Oxford University Press, 2011.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Marka Kavramı
2	Markanın Önemi
3	Marka Yönetimi
4	Marka İletişimi
5	Marka Yapılandırma
6	Marka Stratejileri
7	Marka Kimliği
8	Marka Değeri
9	Marka Denklığı
10	Stratejik Marka Yönetimi Süreci
11	Marka Konumlandırma
12	Marka Genişletme
13	Marka Performansı
14	Bütünleşik Pazarlama İletişimi ve Marka

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	Bu dersin amacı genel dağıtım stratejilerini açıklamak ve teoriyi genel rekabet stratejileri çerçevesinde değerlendirmektir.
İçerik	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
Kaynaklar	Öğretim Üyesi Ders Notları ve Sunumlar Logistics Management, Stock and Lambert, Pearson Publishing, 2000

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
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	Vize
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

Hafta	Konu Başlıkları
13	Dağıtım ve rekabet stratejileri üzerine vaka çalışmaları
14	Dağıtım ve rekabet stratejileri üzerine vaka çalışmaları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 764	Yönetim Bilimleri Araştırmalarında İleri Teknikler II	2	3	0	0	3	7

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 762	Pazarlama Araştırmalarında İleri Teknikler II	2	3	0	0	3	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

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

Kaynaklar	- 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 Alınışık, Beta. - o Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Recai Coşkun, Remzi Altunışık ve Engin Yıldırım, Sakarya. - o ...
-----------	---

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Veriye bakış: Veri analizinde ilk adımlar
2	Veri hazırlığı ve veriye yönelik incelemeler
3	Tanımlayıcı istatistikler
4	Parametrik ve parametrik olmayan testlere giriş
5	Varyans, kovaryans analizleri
6	Korelasyon ve regresyon analizi
7	Regresyon analizi- devam
8	Ara sınav
9	Yapısal eşitlik modellemesine giriş
10	Kovaryans temelli yapısal eşitlik modellemesi
11	Kısmi en küçük kareler modellemesi
12	Nitel araştırmalarda veri analizi
13	Raporlama ve pazarlama araştırmalarına “bilimsel makale üretimi” açısından bakış
14	Pazarlama araştırması uygulamaları

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	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

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

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
GE 759	Stratejik Yönetimde Öncelikli Konular	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
-------	-----------------