

İNGİLİZCE İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

1. Programın Adı:

İngilizce İşletme Yüksek Lisans Programı

2. İngilizce İşletme Yüksek Lisans Programının Kapsamı

İngilizce İşletme yüksek lisans programı; eğitimde, küreselleşme, finans ve değişen ticaret hayatının yeni, karmaşık ve özen gerektiren üretim araştırmaları, yönetim süreçleri ve stratejileri ve pazarlama konularında gerekli ve yeterli teorik bilginin yanında pratik ve uygulama donanımlı bilgiler kazandırmak amacını güder. Ayrıca ülkemizde uzmanlaşmanın giderek arttığı yönetim, finans ve pazarlama alanlarında, öğrencilerin bilimsel araştırma yaparak bilgiye erişme, bilgiyi değerlendirme ve yorumlama yeteneği kazanmalarını ve bu bilgilerin pratik uygulamalarına ilişkin öngörülerinin artırılmasını sağlamayı amaçlamaktadır.

Bu kapsam doğrultusunda programın şekillendirilmesi ve gerekli derslerin verilmesi hedeflenmektedir. İngilizce İşletme bölümü; finans, yönetim, pazarlama ve muhasebe bilim dallarını içermektedir.

3. İngilizce İşletme Yüksek Lisans Programı Öğrenci Talebi ile İlgili Tahmini Bilgiler

	Programa Başlayacak Öğrenci Sayıları		Toplam Öğrenci Sayısı
	Güz	İlkbahar	
1. Yıl	15	0	15
2. Yıl	15	0	15
3. Yıl	15	0	15
4. Yıl	15	0	15
Genel Toplam			60

4. İngilizce İşletme Yüksek Lisans Programı Öğrenci Kabul Koşulları

Programa en az dört yıllık işletme, iktisadi ve idari bilimler, siyasal bilgiler, beşeri ve sosyal bilimler fakülteleri ile mühendislik fakültelerinin işletme ve endüstri mühendisliği mezunları başvurabilirler. Başvuru için adayların en az 2.50/4.00 (65/100) lisans not ortalamasına sahip olması, son beş yıl içinde eşit ağırlık puan türünde geçerli Akademik Lisansüstü Eğitim Giriş Sınavı (ALES) notunun en az 60 ve yüzde yüz ingilizce eğitim veren bir bölümden mezun olmuş olmak veya Yabancı Dil Sınavı (YDS), Yöktil Sınavı veya eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulu tarafından kabul edilen (Örneğin, TOEFL) bir yabancı dil sınavından 65 alması gerekmektedir. Bu şartları sağlayan adaylara bilimsel

değerlendirme sınavı yapılır ve başarılı olanlar kontenjan dâhilinde programa kabul edilirler.

5. İngilizce İşletme Yüksek Lisans Programı Başarı Koşulları ve Programda Okutulacak Derslerin Listesi

Her dönem 30 (otuz) kredilik ders alınacaktır. Programda yer alan zorunlu derslerle birlikte en az 60 kredi ders alan ve bunlarda başarılı olan öğrenciler, hazırladıkları yüksek lisans tezlerinin de tez jürisi tarafından başarılı bulunmaları durumunda gereken ölçütleri sağlamış olacak ve “**Bilim Uzmanı**” unvanı alacaklardır.

İngilizce İşletme Lisans Programında okutulacak derslerin listesi aşağıda belirtilmiştir. Programda okutulacak derslerin içerikleri EK’de verilmiştir.

I. YARIYIL DERSLERİ	Seçmeli/ Zorunlu	Dersin Kodu	Teori	Uygulama	AKTS
Research Methods	Zorunlu	BUS 101	3	0	5
Theories in Consumer Behavior	Seçmeli	BUS 103	3	0	5
Modern Manufacturing Systems	Seçmeli	BUS105	3	0	5
Strategic Cost Accounting	Seçmeli	BUS 107	3	0	5
Advanced Brand Management	Seçmeli	BUS 109	3	0	5
Strategic Reputation Management	Seçmeli	BUS111	3	0	5
Advanced Financial Accounting I	Seçmeli	BUS 113	3	0	5
International Financial Risk Management	Seçmeli	BUS115	3	0	5
Financial Markets, Institutions and Derivatives	Seçmeli	BUS 117	3	0	5
Corporate Finance	Seçmeli	BUS 119	3	0	5
Auditing and Fraud Detection	Seçmeli	BUS 121	3	0	5

II. YARIYIL DERSLERİ	Seçmeli/ Zorunlu	Dersin Kodu	Teori	Uygulama	AKTS
Seminars	Zorunlu	BUS 202	0	3	5
Special Topics in Marketing	Seçmeli	BUS 204	3	0	5
Supply Chain Management	Seçmeli	BUS 206	3	0	5
Digital Marketing	Seçmeli	BUS 208	3	0	5
Strategic Managerial Accounting	Seçmeli	BUS 210	3	0	5
Organization Theory and Design	Seçmeli	BUS 212	3	0	5
Financial Economics	Seçmeli	BUS 214	3	0	5
Advanced Finance	Seçmeli	BUS 216	3	0	5
International Financial Reporting Standards	Seçmeli	BUS 218	3	0	5
International Trade and Finance	Seçmeli	BUS 220	3	0	5
Advanced Financial Accounting II	Seçmeli	BUS 222	3	0	5

III. YARIYIL DERSLERİ	Seçmeli/ Zorunlu	Dersin Kodu	Teori	Uygulama	AKTS
Thesis	Zorunlu	BUS 123	0	1	21
Specialization Field Course	Zorunlu	BUS 125	8	0	9
TOPLAM			8	1	30

IV. YARIYIL DERSLERİ	Seçmeli/ Zorunlu	Dersin Kodu	Teori	Uygulama	AKTS
Thesis	Zorunlu	BUS 224	0	1	21
Specialization Field Course	Zorunlu	BUS 226	8	0	9
TOPLAM			8	1	30

6. Önerilen Programın Eğitim Dili

İngilizce İşletme Yüksek Lisans Programının öğretim dili İngilizce olacaktır.

EK- DERS İÇERİKLERİ (İNGİLİZCE)

Course Code and Name	BUS101-Research Methods in Social Sciences		
Course Instructor	Assoc. Prof. Dr. Mehmet Emre GÖRGÜLÜ		
Course Aim	To ensure that students have the basic knowledge about the research techniques, to teach the process of scientific research and writing methods of scientific paper.		
Basic Resources	1. Remzi Altunışık, S. Bayraktaroğlu, R. Coşkun, E. Yıldırım, Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Sakarya Kitapevi, Sakarya. 2. N. Karasar, Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler, Ankara, 3 A Araştırma, Eğitim ve Danışmanlık Ltd. Şti. 3. N. Karasar, Araştırmalarda Rapor Hazırlama, Ankara, Eğitim ve Danışmanlık Ltd. Şti. 4. K. D. Bailey, Methods of Social Research, New York, The Free Press.		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	0
Syllabus			
Week	Topics		
1	Introduction to research in social sciences		
2	Qualitative and quantitative perspectives		
3	Developing hypothesis		
4	Measurement		
5	Sampling		
6	Data collection		
7	Preparing survey form		
8	Midterm Exam- Review		
9	Basic analysis methods		
10	Quantitative research methods		
11	Interview		
12	Report writing		
13	Program and computer usage in social research		
14	Evaluation of homeworks		
15			

Course Output (At least 4):

1. Knows the process of social research.
2. Comprehends data collection.
3. Identifies analysis methods.
4. Learns writing scientific report.

Course Code and Name	BUS103-Theories in Consumer Behavior		
Course Instructor	Assist. Prof. Dr. Hale Fulya YÜKSEL		
Course Aim	The aim of this course is to give students a detailed understanding of consumer behavior and its importance to successful marketing strategies. The course covers important models and theories in consumer behavior literature that explain different aspects of consumer purchase behavior. After successful completion of the course, students will be able to understand the stages in consumer decision-making process; identify the factors that influence consumer behavior; understand different theories related to consumer behavior and their relevance to current marketing approaches.		
Basic Resources	<ul style="list-style-type: none"> Hoyer, W. D. and MacInnis, D. J. (2008). Consumer Behavior (5th edition). South-Western Cengage Learning. Hawkins, D. I. and Mothersbaugh, D. L. (2010). Consumer Behavior: Building Marketing Strategy (11th edition). McGraw-Hill. 		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Syllabus			
Week	Topics		
1	Introduction to consumer behavior		
2	Consumer decision making process		
3	Factors that affect consumer decision making: Psychological factors		
4	Factors that affect consumer decision making: Personal factors		
5	Factors that affect consumer decision making: Social factors		
6	Review of previous content		
7	Midterm exam		
8	Midterm exam		
9	Examination of consumer behavior theories in literature		
10	Examination of consumer behavior theories in literature		
11	Examination of consumer behavior theories in literature		
12	Student presentations		
13	Student presentations		
14	Student presentations		
15	Final exam		

Course Output (At least 4):

1. To gain knowledge about consumer behavior and consumer decision-making process.
2. To understand the factors that affect consumer decision-making process.
3. To identify different theories in consumer behavior literature and understand their relevance to marketing applications.
4. To increase students' ability to make research and present in class.

Course Code and Name	BUS105-Modern Manufacturing Systems		
Course Instructor	Assist. Prof. Dr. Hale Fulya YÜKSEL		
Course Aim	The objective of this course is to introduce students contemporary systems, techniques and approaches that are used in the manufacturing field and it provides a thorough knowledge of the potential and limitations of new manufacturing technologies.		
Basic Resources	<ul style="list-style-type: none"> Stevenson, William J. (2014). Production/Operations Management, 12th Ed., USA: McGrawHill. Heizer, J., Render, B., Munson, C. (2017). Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, 12th Ed., Pearson. 		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Syllabus			
Week	Topics		
1	Introduction to manufacturing systems		
2	Mass production and lean production systems		
3	Just-in-time production and agile production systems		
4	Group technology, cellular production and flexible manufacturing system		
5	Numerical Control		
6	Review of previous content		
7	Midterm exam		
8	Midterm exam		
9	Computer aided design and manufacturing (CAD/CAM)		
10	Industrial robotics		
11	Material Handling, Storage and Automatic Data Identification Systems		
12	Student presentations		
13	Student presentations		
14	Student presentations		
15	Final exam		

Course Output (At least 4):

1. To identify different manufacturing systems and their properties.
2. To understand modern techniques and approaches that are used in today's manufacturing enterprises.
3. To gain knowledge about how to implement these modern approaches and increase productivity.
4. To improve research and presentation skills.

Course Code and Name	BUS107-Strategic Cost Accounting		
Course Instructor	Assoc. Prof. Dr. Cengiz YILMAZ		
Course Aim	To study cost accounting which provides basic data of rational management which is effective in strategic success and management accounting methods including analysis of this information		
Basic Resources	<p>Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, Madhav Rajan Cost Accounting - A Managerial Emphasis, 14th Edition ____2011</p> <p>Edward J. Vanderbeck Principles of Cost Accounting, 15th Edition ____2009</p> <p>Michael R. Kinney, Cecily A. Raiborn Cost Accounting Foundations and Evolutions, 8th Edition ____2010</p> <p>Philip Jagolinzer Cost Accounting An Introduction to Cost Management ____1999</p> <p>Charles T. Horngren, Walter T. Harrison, M. Suzanne Oliver Financial & Managerial Accounting, Third Edition ____2012</p> <p>Carl S. Warren, James M. Reeve, Jonathan E. Duchac Managerial Accounting 10e ____2009-1</p> <p>Eric Noreen, Peter Brewer, Peter C. Brewer, Ray H Garrison Managerial Accounting for Managers, 2nd Edition ____2010</p> <p>Jerry J. Weygandt, Paul D. Kimmel, Donald E. Kieso Managerial Accounting Tools for Business Decision Making ____2011</p> <p>Thomas Edmonds, Bor-Yi Tsay, Philip Olds Fundamental Managerial Accounting Concepts, Sixth Edition ____2011-1</p>		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Course Contents			
Week	Topics		
1	Cost Management - Strategic Cost Management Concepts		
2	Strategic Cost Management Concept and Basic Features		
3	Balanced Score Cards		
4	Business cost analysis of business costs at strategic decisions		
5	Process costing		
6	Activity Based Costing		
7	Use of Activity Based Costing method in strategic decisions		
8	Standard Costing Methods		
9	Techniques Used in Strategic Cost Management		
10	Quality Costs		
11	Kaizen Costing		
12	Just in Time Production System (JIT) and Costing		
13	Costs and Value Engineering		
14	Change Engineering		
15	strategic costs in Supply Chain Management and its use in decisions		

Course Output (At least 4):

1. Use of basic costing methods such as job costing, process costing and activity-based costing in strategic decisions.
2. Calculating the selling price of products with the use of cost data
3. measurement of business and employee performances
4. Value engineering for strategic superiority and competitive advantage
5. Usage of change engineering to provide competitive advantage

Course Code and Name	BUS 109 – Advanced Brand Management		
Course Instructor	Assist. Prof. Dr. Hale Fulya YÜKSEL		
Course Aim	This course is aim to make students understand the importance of strategic brand management processes, and make them learn how to build, measure, and manage the brand equity		
Basic Resources	Keller, Kevin L. (2003), Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Upper Saddle River, NJ: Prentice		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Syllabus			
Week	Topics		
1	Introduction		
2	New Product Development and Branding		
3	Brand and Brand Management		
4	Building Customer-Based Brand Equity		
5	Brand Positioning		
6	Choosing Brand Elements for Building Brand Equity		
7	Designing Marketing Programs for Building Brand Equity		
8	Marketing Communication in Building Brand Equity		
9	Secondary Leverage Associations in Branding		
10	Measurement of Brand Performance		
11	Developing Branding Strategies		
12	Brand Management in Different Contexts (e.g., different markets segments; geographical region..)		
13	Group Project Presentation		
14	Group Project Presentation		
15	Final Exams		

Course Output (At least 4):

1. Provide an understanding to manage new product development process within the context of marketing perspective.
2. Help to discover brand management processes which are essential to manage brands successfully.
3. Develop skills to design required branding strategies for building brand equity.
4. Enhance oral and written communication skills and creativity.

Course Code	BUS111-Strategic Reputation Management		
Instructor	Dr. Volkan Yüncü		
Course Objectives	Organizations with strong reputations are better able to attract relevant stakeholders like customers, investors or quality employees. Organisations, therefore attach increasingly more importance to building, maintaining and protecting a sustainable corporate reputation. This course covers all the relevant knowledge, insight, capabilities and tools for doing so.		
Resources	6. The Oxford Handbook of Corporate Reputation (Oxford Handbooks) by Michael L. Barnett and Timothy G. Pollock 7. Reputation Management (Management for Professionals) by Sabrina Helm and Kerstin Liehr-Gobbers 8. <i>Reputation: Realizing Value from the Corporate Image</i> by Charles J. Fombrun		
Theory	Applied	ECTS	Compulsory/Elective
3	-	5	E
Course Contend			
Week	Class Schedule		
1	What is reputation? Why does it matter to an organization?		
2	The building Blocks of Corporate Reputation		
3	Corporate Reputation and Regulationin Historical Perspective		
4	Customer-Based Corporate Reputation: Introducing a New Segmentation Criterion		
5	The Economic Theory of Reputation		
6	Reputation Management in Different Stakeholder Groups		
7	Mid-Term Exam		
8	Financial Impacts of Corporate Reputation		
9	Online Reputation Management		
10	Strategic Character of Corporate Reputation		
11	Meeting expectations: A Role Theoretic Perspective on Reputation		
12	The Challenges of Measuring Corporate Reputation		
13	Case Study		
14	Case Study		
15	Final Exam		

LEARNING OUTCOMES:

At the end of the course, students will be able to;

1. identify what a corporate reputation is and why it is important
2. Analyze the impact that reputation has on achieving organizational objectives.

3. Gain a broad understanding of how reputation management fits with major disciplines of corporate & organizational communication.
4. Understand how to manage an organisation's online reputation
5. Demonstrate competence in applying reputational considerations into a strategic communication program
6. Formulate a plan to enhance or restore a real organization's reputation using practical tools and tactics.

Course Code and Name	BUS113-ADVANCED FINANCIAL ACCOUNTING 1		
Course Instructor	PROF. DR. HALİM SÖZBİLİR		
Course Aim	The objective of the course is to provide basic skills necessary to understand and analyze financial statements as well as to prepare students for more advanced financial statement analysis. The objective is not to train participants as accountants but to help students become informed users of financial statements. To this end, the course aims to introduce the technical background as well as the terminology of financial accounting, including tools of financial statement analysis besides key financial ratios.		
Basic Resources	INTRODUCTION TO FINANCIAL ACCOUNTING, PROF. DR. HALİM SÖZBİLİR, KOCATEPE AKADEMİ YAYINLARI		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Syllabus			
Week	Topics		
1	Emphasis of accounting and basic concepts of accounting		
2	Equality of basic accounting and financial Statements		
3	Accounting concepts in financial accounting		
4	Financial statements used in accounting		
5	Steps in accounting information process in a period		
6	Review of the chapters		
7	Mid-term exams		
8	Mid-term exams		
9	Nature of financial reporting		
10	The basics of financial statements		
11	Analyzing balance sheets		
12	Analyzing balance sheets		
13	Analyzing income statement		
14	Review of the chapters		

Course Output (At least 4):

1. Basic skills to understand financial statements
2. Basic skills to analyze financial statements
3. Terminology of financial accounting
4. Technical background to understand financial ratios

Course Code and Name	BUS 115 – International Financial Risk Management		
Course Instructor	Assoc. Prof. Dr. M.Emre Görgülü		
Course Aim	The course provides training in risk management theories and offers students a hands-on-job approach in which students will be involved in several project assignments that will equip them with the necessary tools		
Basic Resources	P. Hopkin (2010) Fundamentals of Risk Management		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Syllabus			
Week	Topics		
1	Introduction to Risk Management		
2	Capital Markets		
3	Portfolio Mathematics		
4	Risk and Return		
5	Constructing a Portfolio		
6	Investment Strategies		
7	Asset Pricing Models		
8	Optimal Investment Decision		
9	Individual Risk Management		
10	Institutional Risk Management		
11	Performance Evaluation		
12	Project Design		
13	Project Implementation		
14	Project Presentations		
15	Finals		

Course Output (At least 4):

1. Comprehending the concept of risk
2. Ability to manage a portfolio
3. Ability to hedge oneself against risk
4. Ability to obtain optimal utility from investment decisions

Course Code and Name	BUS117-FINANCIAL MARKETS, INSTITUTIONS AND DERIVATIVES		
Course Instructor	ASSOC. PROF. DR. CANTÜRK KAYAHAN		
Course Aim	The purpose of the course is to make a general survey of financial markets with special interest in capital markets and also the institutions and instruments of international financial markets. In addition, the study of economic role of derivative products like options, futures and swaps and pricing of financial derivatives on stocks, bonds and commodities investment strategies and effective use of derivatives in risk management are the other topics of the course.		
Basic Resources	-Mishkin and Eakins. "Financial Markets and Institutions." Fourth Edition. -Madura, J. "Financial Markets and Institutions, Second Edition		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Syllabus			
Week	Topics		
1	Overview of Financial Markets		
2	Overview of Financial Institutions		
3	Money Markets and Capital Markets		
4	Institutions and instruments of international financial markets		
5	Institutions and instruments of international financial markets		
6	Review of the chapters		
7	Mid-term exams		
8	Mid-term exams		
9	Economic roles of financial derivative products		
10	Forward and futures transactions		
11	Options and swaps		
12	Pricing of financial derivatives		
13	Effective use of derivatives in risk management		
14	Review of the chapters		

Course Output (At least 4):

1. Basic skills to understand financial markets
2. Basic skills to understand financial institutions
3. Basic skills to use of financial derivatives
4. Technical background to understand international financial markets

Name and Code of Lecture	BUS119- CORPORATE FINANCE		
Lecturer	Assist. Prof. Dr. Ender BAYKUT		
Aim of Course	This course aims to provide the students with the fundamental concepts, principles and approaches of corporate finance.		
Sources	1- Financial Management: Theory & Practice (with Thomson ONE – Business School Edition 1-Year Printed Access Card) (Finance Titles in the Brigham Family) 14th Edition —by— by Eugene F. Brigham and Michael C. Ehrhardt. 2- The Economist Guide to Financial Management (2nd Ed): Principles and practice (Economist Books) —by— The Economist and John Tennent. 3- Financial Management: Theory & Practice 15th Edition —by— Eugene F. Brigham and Michael C. Ehrhardt.		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Contents			
Week	Subjects		
1	Basic Concepts of Finance		
2	Ratio Analyze		
3	Working Capital Management		
4	Cash Management		
5	Inventory Management		
6	Investment Projects Analysis		
7	Mid-Term Examination		
8	Pricing Models For Primary Financial Assets		
9	Capital Assets Pricing Models		
10	Capital Structure Decisions		
11	Weighted Average Cost of Capital		
12	Portfolio Management		
13	Real Assets Valuation		
14	Derivative Assets		
15	Final Examination		

Output of Lecture

5. Enable the students to apply relevant principles and approaches
6. Increase the problem solving abilities about finance
7. Improve knowledge of students about overall finance.
8. Ability to use financial assessment methods.

Name and Code of Lecture	BUS121- AUDITING AND FRAUD DETECTION		
Lecturer	Assist. Prof. Dr. Ender BAYKUT		
Aim of Course	The course is designed for the student to understand both the theory and practice of auditing and fraud detection.		
Sources	Auditing and Assurance Services (14th Edition) 14th Edition by Alvin A. Arens (Author), Randal J. Elder (Author), Mark S. Beasley (Author)		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Contents			
Week	Subjects		
1	Definition and Features of Auditing, Auditing Types		
2	Auditor and Types		
3	Generally Accepted Auditing Standards		
4	Aims of Independent Auditing of Financial Tables		
5	Auditing Proofs and Procedures		
6	Phases of Auditing Process		
7	Mid-Term Examination		
8	Audit planning		
9	Collecting Basic Information about the Enterprise		
10	Importance Planning in Auditing		
11	Risk Planning in Auditing		
12	Inspection of Internal Auditing Structure and Defining Control Risk		
13	Fraud Detection		
14	Types of Fraud		
15	Final Examination		

Output of Lecture

1. The students will be able to understand the basics of internal control.
2. The student will be able to understand the reasons of using Special Purpose of Auditing
3. The students will be able to understand reasons of accounting frauds and errors.
4. The students will be able to understand how to assess an audit report.

Course Code and Name	BUS202-Seminar		
Course Instructor	Assist. Prof. Dr. Ender BAYKUT		
Course Aim	To examine, research, present and discuss current vocational subjects		
Basic Resources	Sources that advisors suggest, all sources related to the subject		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
0	2	5	0
Syllabus			
Week	Topics		
1	Determining seminar subject		
2	Determining seminar subject		
3	Determining seminar subject		
4	Preparing seminar		
5	Preparing seminar		
6	Preparing seminar		
7	Midterm-Review		
8	Midterm-Review		
9	Making ready the presentation of seminar in accordance with recommendation and correction of advisor		
10	Presenting seminars		
11	Presenting seminars		
12	Presenting seminars		
13	Presenting seminars		
14	Presenting seminars		
15			

Course Output (At least 4):

1. Learns research for thesis
2. Gains experience in presentation
3. Develops understanding of scientific papers
4. Has knowledge about citation

Course Code and Name	BUS 204 – Special Topics in Marketing		
Course Instructor	Assist. Prof. Dr. Hale Fulya YÜKSEL		
Course Aim	This course aims to make students aware of the hottest special marketing topics.		
Basic Resources	Kotler, Philip & Armstrong, Gary (2016), Principles of Marketing, Prentice Hall, Inc., New Jersey, 16th Edition Kotler, P. and K. L., Keller, (2006), Marketing Management, New Jersey: Prentice Hall.		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Syllabus			
Week	Topics		
1	Core Marketing Concepts		
2	Basic Marketing Strategies		
3	Relationship Marketing and Current Implications		
4	Experiential Marketing and Current Implications		
5	Customer Relationship Management and Current Implications		
6	Brand Love vs. Brand Hate		
7	Sustainable Marketing and Current Implications		
8	Social Marketing and Current Implications		
9	Societal Marketing and Current Implications		
10	Sharing Economy and Collaborative Consumption		
11	Neuro-marketing and Current Implications		
12	International Marketing		
13	Group Project Presentation		
14	Group Project Presentation		
15	Final Exams		

Course Output (At least 4):

1. Provide understanding about recent developments and hottest special topics in marketing.
2. Make students aware of the threats and opportunities around the businesses and make them understand how they deal with them.
3. Develop their systematic knowledge on marketing as well as increasing their creativity.
4. Increase their oral and written communication skills with in class discussion, interaction, and presentation.

Course Code and Name	BUS206-Supply Chain Management		
Course Instructor	Assist. Prof. Dr. Hale Fulya YÜKSEL		
Course Aim	This course aims to provide fundamental knowledge about how to organize logistics and supply chain operations for companies. It is designed for students pursuing careers involving operations, business logistics and management.		
Basic Resources	<ul style="list-style-type: none"> Waters, D. (2003). Logistics: An Introduction to Supply Chain Management. USA: Palgrave MacMillan. 		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Syllabus			
Week	Topics		
1	Introduction to supply chain management		
2	Integrating the supply chain		
3	Planning the supply chain: Logistics Strategy and implementing the strategy		
4	Planning the supply chain: Locating Facilities, planning resources		
5	Planning the supply chain: Controlling material flow, measuring and improving performance		
6	Review of previous content		
7	Midterm exam		
8	Midterm exam		
9	Activities in the supply chain: Procurement, inventory management		
10	Activities in the supply chain: Warehousing and material handling		
11	Activities in the supply chain: Transport		
12	Student presentations		
13	Student presentations		
14	Student presentations		
15	Final exam		

Course Output (At least 4):

1. To understand the concept of supply chain management and its importance to enterprises.
2. To gain knowledge about how to plan an effective supply chain.
3. To understand how successful supply chain management affects a company's overall performance.
4. To improve research and presentation skills.

Course Code and Name	BUS208-Digital Marketing		
Course Instructor	Assist. Prof. Dr. Hale Fulya YÜKSEL		
Course Aim	This course is designed for students who are interested in current marketing applications on digital platforms and it will provide a basis for understanding consumer trends and developing marketing strategies and campaigns on digital channels. The course includes explanation of the types of digital channels and marketing strategies related to them. Topics such as social media marketing, search engine optimization, mobile marketing, content marketing, online gaming platforms, and other current subjects in the field are also covered in this course.		
Basic Resources	Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, (2012) Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Pearson.		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Syllabus			
Week	Topics		
1	Introduction to digital marketing		
2	Consumer behavior in the digital world		
3	Digital marketing platforms		
4	Marketing strategies for digital channels		
5	Current applications in digital marketing		
6	Review of previous content		
7	Midterm exam		
8	Midterm exam		
9	Current applications in digital marketing		
10	Case studies / student presentations		
11	Case studies / student presentations		
12	Case studies / student presentations		
13	Case studies / student presentations		
14	Case studies / student presentations		
15	Final exam		

Course Output (At least 4):

1. To understand trends about Internet usage and its effects on consumer purchase behavior.
2. To gain knowledge about different digital marketing platforms.
3. To understand how to plan digital marketing strategies.
4. To improve research and presentation skills.

Course Code and Name	BUS210-Strategic Managerial Accounting		
Course Instructor	Assoc. Prof. Dr. Cengiz YILMAZ		
Course Aim	To study cost accounting which provides basic data of rational management which is effective in strategic success and management accounting methods including analysis of this information		
Basic Resources	<p>Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, Madhav Rajan Cost Accounting - A Managerial Emphasis, 14th Edition ____ 2011</p> <p>Edward J. Vanderbeck Principles of Cost Accounting, 15th Edition ____ 2009</p> <p>Michael R. Kinney, Cecily A. Raiborn Cost Accounting Foundations and Evolutions, 8th Edition ____ 2010</p> <p>Philip Jagolinzer Cost Accounting An Introduction to Cost Management ____ 1999</p> <p>Charles T. Horngren, Walter T. Harrison, M. Suzanne Oliver Financial & Managerial Accounting, Third Edition ____ 2012</p> <p>Carl S. Warren, James M. Reeve, Jonathan E. Duchac Managerial Accounting 10e ____ 2009-1</p> <p>Eric Noreen, Peter Brewer, Peter C. Brewer, Ray H Garrison Managerial Accounting for Managers, 2nd Edition ____ 2010</p> <p>Jerry J. Weygandt, Paul D. Kimmel, Donald E. Kieso Managerial Accounting Tools for Business Decision Making ____ 2011</p> <p>Thomas Edmonds, Bor-Yi Tsay, Philip Olds Fundamental Managerial Accounting Concepts, Sixth Edition ____ 2011-1</p>		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Course Contents			
Week	Subjects		
1	Basic assumptions of Strategic Management		
2	In the context of performance audit Good management bad management evaluation		
3	Cost volume profit analysis in strategic decisions		
4	Cost-volume profit analysis in strategic decisions, examples of strategic decisions		
5	Management Accounting in Routine and Strategic Business Decisions		
6	Examples of Management Accounting Decisions in Routine and Strategic Business Decisions		
7	Business budgets		
8	Strategic role of budget analysis and feedback		
9	Alternative election decisions		
10	Responsibility accounting		
11	Transfer Pricing		
12	Economic value added (EVA) approach		
13	Customer Profitability Analysis		
14	Benchmarking analysis		
15	Analysis of Management Information System Reports		

Course Output (At least 4):

1. Teaching strategic management accounting tools and techniques to improve operations in the company and add value to the firm.

2. explanation and implementation of Benchmarking.
3. Explaining and implementing customer profitability analysis
4. To improve students' capabilities in planning, monitoring and completion in strategy
5. To learn the basic assumptions of rational management.

Course Code	BUS212-Organization Theory and Design		
Instructor	Dr. Volkan Yüncü		
Course Objectives	The aim of this course is to introduce the different views, topics and theories in the field of Organizational Theory, and to provide the students with a core knowledge through which they can critically evaluate these approaches and theories.		
Resources	<p>Tsoukas, H.ve Knudsen, C. Eds.(2005) The Oxford Handbook Of Organization Theory. Oxford: Oxford University Press</p> <p>Hatch, M.J.ve Cunliffe, A.L. (2006). Organization Theory. 2nd Edition,Oxford: Oxford University Press.</p> <p>A.Selami SARGUT, Şükrü ÖZEN, Örgüt Kuramları, İmge Kitabevi Yayınları,2007</p> <p>Örgüt Teorisi; Halit Keskin, Ali Ekber Akgün ve İpek Koçoğlu, Nobet Yayınları, 2016</p>		
Theory	Applied	ECTS	Compulsory/Elective
3	-	5	C
Course Contend			
Week	Class Schedule		
1	Introduction to Organizational Theories and Basic Concepts		
2	The Basics of Management Thought- Classical Management and Organization Theory		
3	The Basics of Management Thought- Neo-Classical Management and Organization Theory		
4	Fundamentals of Organization Structure		
5	Contingency Approach		
6	Resource-Dependency Theory		
7	Mid-term Exam		
8	System Approach		
9	Transaction Cost Theory		
10	The theory of Organizational Ecology		
11	New Institutional Theory		
12	Agency Theory		
13	Postmodern Organization Theory		
14	Case Study		
15	Final Exam		

Course Output (At least 4):

1. understand the content and scope of organization theory.
2. apply basic concepts and models of organization theory to real life managerial problems.
3. describe the approaches that are effective in the development of organizational theory discipline..
4. gain the ability to learn the basic concepts of Management and Organization Theory and to evaluate them critically.
5. have detailed information about the historical development of the organization theory, different perspectives on the organization theory and the application of these perspectives in the organizations.

Course Code and Name	BUS214 - Financial Economics		
Course Instructor	Assoc. Prof. Dr. M.Emre Görgülü		
Course Aim	Financial economics aims to explain how decisions are made under uncertainty by evaluating time, risk, opportunity costs and signaling/information can be used to affect one's financial decisions.		
Basic Resources	F. Fabozzi, Neave, E. and Zhou, G. (2011) Financial Economics		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Syllabus			
Week	Topics		
1	Behavioral Economics and Deviations from Rational Behavior		
2	Von Neuman-Morgenstern Expected Utility		
3	Disposition Effect vs. Momentum Strategy		
4	Strategic Form Games and Nash Equilibrium		
5	Signaling		
6	Asymmetric Information		
7	Arbitrage		
8	Financial Mathematics Revisited		
9	Risk and Return		
10	The Efficient Market Hypothesis		
11	Asset Pricing		
12	Derivatives		
13	Black & Scholes		
14	Financial Crises, Bubbles and Crashes		
15	Finals		

Course Output (At least 4):

1. Awareness of informed decision making
2. Being able to develop a counter-strategy
3. Better understanding of Financial Markets
4. Making better decisions under risk

Name and Code of Lecture	BUS216- ADVANCED FINANCE		
Lecturer	Assist. Prof. Dr. Ender BAYKUT		
Aim of Course	The course is focused on methodology of analysis of both investment and financing decisions and their empirical testing.		
Sources	Advanced Finance Theories by Ser-Huang Poon (Author) ISBN-13: 978-9814460378 ISBN-10: 9814460370		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Contents			
Week	Subjects		
1	A Review of Valuations		
2	Modigliani and Miller		
3	Recapitalization		
4	Bankruptcy and Distress		
5	Dividend Policy		
6	Investment Under Constraints		
7	Mid-Term Examination		
8	Investment Project Assessment under Uncertainty		
9	Corporate Governance		
10	Stock Markets		
11	Forecasting Models in Finance		
12	Finance in Emerging Markets		
13	Volatility in Financial Markets		
14	Final Examination		

Course Output (At least 4):

1. The students will be able to forecast direction of market.
2. The student will be able to understand the nature of stock markets.
3. The students will be able to understand reasons of volatility.
4. The students will be able to understand how to assess risky investment projects.

Course Code and Name	BUS218-INTERNATINAL FINANCIAL REPORTING STANDARTS		
Course Instructor	ASSOC. PROF. DR. CANTÜRK KAYAHAN		
Course Aim	The purpose of the course is to handle of conceptual framework of accounting; informational needs of accounting information users, accounting and financial reporting standards, standard setters in the world and Turkey, internationalization process of the accounting and financial reporting standards, conceptual framework of International Financial Reporting Standars and harmonization of the standards in Turkey, what brings the International Financial Reporting Standarts differently, and other topics about International Financial Reporting Standarts and its versions of Turkey such as tax advantages and disadvantages associated with different methods of IFRS, Financial Reporting Standard for Large and Medium-sized Entities (BOBI FRS)		
Basic Resources	H.V. Greuning, “International Financial Reporting Standards: A Practical Guide (World Bank Training Series)”, R. Hussey, “Fundamentals of International Financial Accounting and Reporting”		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Syllabus			
Week	Topics		
1	Overview of IFRS and Generally Accepted Accounting Principles		
2	Historical development of IFRS		
3	IAS 2 Inventories		
4	IFRS 13 Fair Value Measurement		
5	IAS 23 Borrowing Costs		
6	Review of the chapters		
7	Mid-term exams		
8	Mid-term exams		
9	IFRS 10 Consolidated Financial Statements		
10	IAS 32 Financial Instruments, IFRS 9 Financial Instruments		
11	IAS 16 Tangible Assets		
12	IAS 38 Intangible Assets		
13	Financial Reporting Standard for Large and Medium-sized Entities		
14	Review of the chapters		

Course Output (At least 4):

1. Basic skills to understand conceptual framework of IFRS
2. Basic skills to understand internationalization process of the accounting and financial reporting standards
3. Technical background to understand what brings the IFRS differently
4. Basic skills to understand conceptual framework of BOBIFRS

Course Code and Name	BUS220 – International Trade & Finance		
Course Instructor	Assoc. Prof. Dr. M.Emre Görgülü		
Course Aim	The course aims to equip students with an international understanding that will enable them to comprehend the global movements of goods, services and financial resources in a better way.		
Basic Resources	D. Salvatore (2011) International Economics		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Syllabus			
Week	Topics		
1	Introduction to International Economics		
2	Evaluation of International Financial Systems		
3	International Trade Theories		
4	The Balance of Payments		
5	Currency Markets		
6	Foreign Exchange Markets		
7	Dynamics of International Finance		
8	Hedging and Risk Management		
9	International Funding		
10	Portfolio Investments		
11	Foreign Direct Investments		
12	Multinational Corporations		
13	Foreign Aid		
14	International Policy Implications		
15	Finals		

Course Output (At least 4):

1. Being able to make international transactions
2. Comprehending foreign trade dynamics
3. Understanding international capital movements
4. Awareness of the impact of international corporations

Course Code and Name	BUS222-ADVANCED FINANCIAL ACCOUNTING 2		
Course Instructor	PROF. DR. HALİM SÖZBİLİR		
Course Aim	The purpose of the course is to examine several complex topics and their effect on financial reporting and disclosure. Topics include an introduction to tax implications of transactions frequently encountered in the area of corporate finance, including mergers, acquisitions, and divestitures; temporary and long-term investments in debt and equity securities; business combinations; consolidation at acquisition; foreign currency transactions; translation and consolidation of international operations; and accounting for not-for-profit organizations including public sector reporting.		
Basic Resources	INTRODUCTION TO FINANCIAL ACCOUNTING, PROF. DR. HALİM SÖZBİLİR, KOCATEPE AKADEMİ YAYINLARI		
Theory	App.	ECTS	Obligatory/Elective
3	-	5	E
Syllabus			
Week	Topics		
1	Forecasting financial statements		
2	Tax implications of corporate finance		
3	Mergers		
4	Temporary and long-term investments in debt and equity securities		
5	Acquisitions, and divestitures		
6	Review of the chapters		
7	Mid-term exams		
8	Mid-term exams		
9	Foreign currency transactions		
10	Consolidation at acquisition		
11	Translation of international operations		
12	Consolidation of international operations		
13	Accounting for none profit organizations		
14	Review of the chapters		

Course Output (At least 4):

1. Basic skills to understand tax implications
2. Basic skills to understand business combinations
3. Basic skills to understand translation of international operations
4. Basic skills to understand accounting for none profit organizations

EK- DERS İÇERİKLERİ (TÜRKÇE)

DersinKoduv eAdı	BUS101-Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri		
ÖğretimEl emanı	Doç. Dr. Mehmet Emre GÖRGÜLÜ		
DersinAmaçv eHedefleri	Öğrencilerin araştırma teknikleri hakkında temel bilgilere sahip olmasını sağlamak, bilimsel araştırma yapma sürecinin ve bilimsel yayın yazma yöntemlerinin öğretilmesidir.		
DersinTemelK aynakları	1. Remzi Altunışık, S. Bayraktaroğlu, R. Coşkun, E. Yıldırım, Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Sakarya Kitapevi, Sakarya. 2. N. Karasar, Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler, Ankara, 3 A Araştırma, Eğitim ve Danışmanlık Ltd. Şti. 3. N. Karasar, Araştırmalarda Rapor Hazırlama,		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	Z
Dersİçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Sosyal Bilimlerde Araştırmaya Giriş		
2	Nitel ve Nicel Bakış açıları		
3	Hipotez geliştirme		
4	Ölçme		
5	Örnekleme		
6	Veri toplama		
7	Anket formu hazırlama		
8	Ara Sınav-Ders Tekrarı		
9	Temel analiz yöntemleri		
10	Nicel araştırma yöntemleri		
11	Görüşme		
12	Rapor yazma		
13	Sosyal araştırmada program ve bilgisayar kullanımı		
14	Ödevlerin Değerlendirilmesi		
15			

DERSİNÖĞRENMEÇIKTILARI (Enaz 4 tane):

5. Sosyal araştırma sürecini bilir.
6. Veri toplamayı kavrar.
7. Analiz yöntemlerini tanır.
8. Bilimsel Rapor yazmayı öğrenir.

Dersin Kodu ve Adı	BUS103-Tüketici Davranışı Kuramı		
Öğretim Elemanı	Dr. Öğr. Üyesi Hale Fulya YÜKSEL		
Dersin Amaç ve Hedefleri	Bu dersin amacı tüketici davranışı kuramını detaylıca inceleyerek başarılı pazarlama stratejileri açısından önemini kavratmaktır. Dersin içeriğinde tüketici davranışı literatüründe yer alan ve satın alma davranışını farklı açılardan ele alan teoriler yer almaktadır. Dersi başarıyla tamamlayan öğrenciler tüketici karar alma sürecinin aşamalarını ve bu süreci etkileyen faktörler hakkında bilgi sahibi olacak; literatürdeki farklı teorileri öğrenecek ve bu teorilerin güncel pazarlama uygulamaları açısından önemini kavrayacaklardır.		
Dersin Temel Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> Hoyer, W. D. and MacInnis, D. J. (2008). Consumer Behavior (5th edition). South-Western Cengage Learning. Hawkins, D. I. and Mothersbaugh, D. L. (2010). Consumer Behavior: Building Marketing Strategy (11th edition). McGraw-Hill. 		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Ders İçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Tüketici davranışına giriş		
2	Tüketici karar alma süreci		
3	Tüketici karar alma sürecini etkileyen faktörler: Psikolojik faktörler		
4	Tüketici karar alma sürecini etkileyen faktörler: Kişisel faktörler		
5	Tüketici karar alma sürecini etkileyen faktörler: Sosyal faktörler		
6	Önceki konuların tekrarı		
7	Vize sınavı		
8	Vize sınavı		
9	Literatürdeki tüketici davranışı teorilerinin incelenmesi		
10	Literatürdeki tüketici davranışı teorilerinin incelenmesi		
11	Literatürdeki tüketici davranışı teorilerinin incelenmesi		
12	Öğrenci sunumları		
13	Öğrenci sunumları		
14	Öğrenci sunumları		
15	Final sınavı		

DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARI (Enaz 4 tane):

1. Tüketici davranışı ve tüketici karar alma süreci hakkında bilgi sahibi olmak
2. Tüketici karar alma sürecini etkileyen faktörleri anlamak
3. Literatürdeki farklı tüketici davranışı modellerini öğrenmek ve bunların güncel pazarlama uygulamalarıyla ilişkisini anlamak
4. Öğrencilerin araştırma yapma ve sınıfta sunma becerilerini geliştirmek.

DersinKoduv eAdı	BUS105-Modern Üretim Sistemleri		
ÖğretimEl emarı	Dr. Öğr. Üyesi Hale Fulya YÜKSEL		
DersinAmaçv eHedefleri	Bu dersin amacı, üretim alanında uygulanan modern sistemleri, teknikleri ve yaklaşımları tanıtarak yeni üretim teknolojilerinin potansiyeline ve sınırlarına dair kapsamlı bilgi sağlamaktır.		
DersinTemelK aynakları	<ul style="list-style-type: none"> Stevenson, William J. (2014). Production/Operations Management, 12th Ed., USA: McGraw Hill. Heizer, J., Render, B., Munson, C. (2017). Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, 12th Ed., Pearson. 		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Dersİçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Üretim sistemlerine giriş		
2	Kitlesele üretim ve yalın üretim sistemleri		
3	Tam zamanında üretim ve çevik üretim sistemleri		
4	Grup teknolojisi, hücresele imalat ve esnek imalat sistemleri		
5	Nümerik Kontrol		
6	Önceki konuların tekrarı		
7	Vize sınavı		
8	Vize sınavı		
9	Bilgisayar destekli tasarım ve üretim (CAD/CAM)		
10	Endüstriyel robotik		
11	Malzeme taşıma, depolama ve otomatik veri yakalama sistemleri		
12	Öğrenci sunumları		
13	Öğrenci sunumları		
14	Öğrenci sunumları		
15	Final sınavı		

DERSİNÖĞRENMEÇIKTILARI (Enaz 4 tane):

1. Farklı üretim sistemlerini ve onların özelliklerini tanımlamak.
2. Günümüzün üretim işletmelerinde kullanılan modern teknikleri ve yaklaşımları anlamak.
3. Bu modern yaklaşımların üretkenliği artırmak için nasıl kullanılacağına dair bilgi edinmek.
4. Araştırma ve sunum becerilerini geliştirmek.

Dersin Kodu ve Adı	BUS107-Stratejik Maliyet muhasebesi		
Öğretim Elemanı	Doç. Dr. Cengiz YILMAZ		
Dersin Amaç ve Hedefleri	Stratejik başarısında etkili olan Rasyonel yönetimin temel verilerini sağlayan maliyet muhasebesi ve bu bilgilerin analizini içeren yönetim muhasebesi yöntemlerini çalışmak		
Dersin Temel Kaynakları	<p>Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, Madhav Rajan Cost Accounting - A Managerial Emphasis, 14th Edition 2011</p> <p>Edward J. Vanderbeck Principles of Cost Accounting, 15th Edition 2009</p> <p>Michael R. Kinney, Cecily A. Raiborn Cost Accounting Foundations and Evolutions, 8th Edition 2010</p> <p>Philip Jagolinzer Cost Accounting An Introduction to Cost Management 1999</p> <p>Charles T. Horngren, Walter T. Harrison, M. Suzanne Oliver Financial & Managerial Accounting, Third Edition 2012</p> <p>Carl S. Warren, James M. Reeve, Jonathan E. Duchac Managerial Accounting 10e 2009-1</p> <p>Eric Noreen, Peter Brewer, Peter C. Brewer, Ray H. Garrison Managerial Accounting for Managers, 2nd Edition 2010</p> <p>Jerry J. Weygandt, Paul D. Kimmel, Donald E. Kieso Managerial Accounting Tools for Business Decision Making 2011</p> <p>Thomas Edmonds, Bor-Yi Tsay, Philip Olds Fundamental Managerial Accounting Concepts, Sixth Edition 2011-1</p>		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Ders İçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Maliyet Yönetimi- Stratejik Maliyet Yönetimi Kavramları		
2	Stratejik Maliyet Yönetimi Kavramı ve Temel Özellikleri		
3	Dengeli Puan Kartı temelleri		
4	İş maliyeti stratejik kararlarda iş maliyetleri analizi		
5	Safha maliyeti		
6	Faaliyet Tabanlı Maliyetleme		
7	Stratejik kararlarda Faaliyet Tabanlı Maliyetleme yönteminin kullanımı		
8	Standart Maliyetleme Yöntemi		
9	Stratejik Maliyet Yönetiminde Kullanılan Teknikler		
10	Kalite Maliyetleri		
11	Kaizen Maliyetlemesi		
12	Tam Zamanında Üretim Sistemi(JIT) ve Maliyetleme		
13	Maliyetler ve Değer Mühendisliği		
14	Değişim Mühendisliği		
15	Tedarik Zinciri Yönetiminde stratejik maliyetlerin belirlenmesi ve kararlarda kullanımı		

DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARI (Enaz 4 tane):

1. Temel maliyet hesaplama yöntemleri olan iş maliyeti, safha maliyet ve faaliyet tabanlı muhasebe yöntemlerinin stratejik kararlarda kullanımı

2. Maliyet verilerinin kullanımıyla ürünlerin satış fiyatını saptama
3. İşletme ve çalışan performanslarının ölçümü
4. Stratejik üstünlük için gerekli olan değer mühendisliği ve
5. Değişim mühendisliğinin rekabet avantajı sağlamak için kullanımı.....

Dersin Kodu ve Adı	BUS 109 İleri Marka Yönetimi		
Öğretim Elemanı	Dr. Öğr. Üyesi Hale Fulya YÜKSEL		
Dersin Amaç ve Hedefleri	Bu ders öğrencilerin marka yönetimi süreçlerini anlamalarını ve marka değerini nasıl yaratacakları, yönetecekleri ve ölçebileceklerini öğrenmelerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır		
Dersin Temel Kaynakları	Keller, Kevin L. (2003), Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Upper Saddle River, NJ: Prentice		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Ders İçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Marka Yönetimine Giriş		
2	Yeni Ürün Geliştirme ve Markalama		
3	Marka ve Marka Yönetimi		
4	Müşteri Tabanlı Marka Değeri Yaratma		
5	Marka Konumlandırılması		
6	Marka Değerinin Yaratılması için Marka Unsurlarının Seçilmesi		
7	Marka Değeri Yaratmada Pazarlama Programlarının Tasarlanması		
8	Marka Değeri Yaratmada Pazarlama İletişimi		
9	Marka Değeri Yaratmada İkincil Marka Çağrışımları		
10	Marka Performansının Ölçülmesi ve Yorumlanması		
11	Marka Stratejilerinin Tasarlanması ve Uygulanması		
12	Süreç İçerisinde ve Değişik Coğrafya ve Pazar Bölümlerinde Marka Yönetimi		
13	Grup Proje Sunumları		
14	Grup Proje Sunumları		
15	Finaller		

DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARI (Enaz 4 tane):

1. Yeni ürün geliştirme sürecini pazarlama bakış açısıyla yönetebilme becerisini kazandırmak.
2. Bir markayı etkili olarak yönetebilmek için zamani içindeki markayı yönetimi süreçlerini keşfetmelerini sağlamak.
3. Marka sermayesi oluşturabilmek için gerekli stratejileri tasarlayabilmek amacıyla marka sermayesindeğişik yönlerini ortaya koyma becerisini geliştirmek.
4. Yüksek iletişim becerileri ve yaratıcılıklarını artırmak.

Dersin Kodu ve Adı	BUS111-Stratejik İtibar Yönetimi		
Öğretim Elemanı	Dr. Volkan Yüncü		
Dersin Amaç ve Hedefleri	İyibiritibarolanışletmeler, müşteriler, yatırımcılarveyaçalışanlargibiilgilipaydaşlarınilgisiniçekmenoktasındadahayetenekliörgütlerdir. Bu nedenle, bugünartikişletmeler sürdürülebilirbirkurumsal itibarınışaetmek, sürdürmekvekorumak konularınagiderekdahafazlaönematfetmektedir. Bu ders, işletmelerinbusüreçtegereksinimduyduğıilgilitümbilgileri, içgörüyü, yeteneklerivearaçlarıkazandırmayıamaçlamaktadır.		
Dersin Temel Kaynakları	<p>5. The Oxford Handbook of Corporate Reputation (Oxford Handbooks) by Michael L. Barnett and Timothy G. Pollock</p> <p>6. Reputation Management (Management for Professionals) by Sabrina Helm and Kerstin Liehr-Gobbers</p> <p>7. Reputation: Realizing Value from the Corporate Image by Charles J. Fombrun</p>		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Ders İçerikleri			
Hafta	Konular		
1	İtibar nedir? Bir işletme için neden önemlidir?		
2	Kurumsal İtibarın Yapı Taşları: Kurumsal Kimlik ve Kurumsal İmaj,		
3	Tarihsel Perspektifte Kurumsal İtibar		
4	Müşteri Tabanlı Kurumsal İtibar: Yeni bir Segmentasyon Kriteri		
5	İtibarın İktisadi Teorisi		
6	Farklı Paydaş Gruplarında İtibar Yönetimi		
7	Ara Sınav		
8	Kurumsal İtibarın Finansal Etkileri		
9	Çevrimiçi İtibar Yönetimi		
10	Kurumsal İtibarın Stratejik Karakteri		
11	Beklentilerin Karşlanması: İtibar Üzerine Rol Kurumsal Bir Bakış		
12	Kurumsal İtibarın Ölçülmesinde Karşılaşılan Zorluklar		
13	Örnek Olay Çalışması		
14	Örnek Olay Çalışması		
15	Final Sınavı		

1. DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARI:

2. Kurumsal itibarın tam olarak ne anlama geldiği ve işletmeler için önemini anlar.
3. İtibarın örgütsel hedeflere ulaşma üzerindeki etkisini analiz eder.

4. İtibaryönetimininkurumsalveörgütseliletişiminanadisiplinleriyleenasılıyumsağladığınadairkapsamlıbiranla yışkazanır.
5. Birişletmeninçevrimiçiitibarınmasılyöneteceğininianlar.
6. İtibardeğerlendirmelerinistratejikbiriletişimprogramınauygulamadakiyeterliliğinigösterir.
7. Pratik araçlarıvetaktiklerikullanarakgerçekbirişletmenin itibarınıgeliştirmekveyaeskihalinegetirmek içinbir plan formüleedeabilir.

DersinKoduv eAdı	BUS113-İLERİ FİNANSAL MUHASEBE 1		
ÖğretimEl emanı	PROF. DR. HALİM SÖZBİLİR		
DersinAmaçv eHedefleri	Bu dersin amacı, finansal tabloları anlamak ve analiz etmek için gerekli olan temel becerilerin edinilmesi ve bunun yanında öğrencileri ileri düzeyde finansal tablo analizi yapabilmeye hazırlamaktır. Bu doğrultuda, katılımcıların bilgili birer finansal tablo kullanıcısı olmalarına yardımcı olmak dersin amaçları arasındadır. Buna yönelik olarak, finansal tablo analizi araçları, finansal oranlar başta olmak üzere, finansal muhasebeye ilişkin terminoloji ve teknik altyapının oluşturulması amaçlanmaktadır.		
DersinTemelK aynakları	INTRODUCTION TO FINANCIAL ACCOUNTING, PROF. DR. HALİM SÖZBİLİR, KOCATEPE AKADEMİ YAYINLARI		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Dersİçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Muhasebenin önemi ve muhasebenin temel kavramları		
2	Temel muhasebe ve finansal tablolar eşitliği		
3	Finansal muhasebede muhasebe kavramları		
4	Muhasebede kullanılan mali tablolar		
5	Bir dönemde muhasebe bilgi sürecindeki adımlar		
6	Bölümlerin gözden geçirilmesi		
7	Vize Sınavları		
8	Vize Sınavları		
9	Finansal raporlamanın temelleri		
10	Finansal tabloların temelleri		
11	Bilanço Analizi		
12	Bilanço Analizi		
13	Gelir Tablosu Analizi		
14	Bölümlerin gözden geçirilmesi		

DERSİN ÖĞRENMEÇIKTILARI (Enaz 4 tane):

1. Finansal tabloları anlamak için gerekli temel özellikler
2. Finansal tabloları analiz etmek için gerekli temel özellikler
3. Finansal muhasebeye ilişkin terminoloji
4. Finansal oranları anlamak için gerekli teknik altyapı

Dersin Kodu ve Adı	BUS 115 – Uluslararası Finansal Risk Yönetimi		
Öğretim Elemanı	Doç. Dr. M.Emre Görgülü		
Dersin Amaç ve Hedefleri	Ders risk yönetimi teorileri konusunda bir eğitim sunarken, öğrencilerin çeşitli projelerde yer almasını sağlayarak, onları uygulamalı bir yaklaşımla gerekli araçlar ile donatmayı hedeflemektedir.		
Dersin Temel Kaynakları	P. Hopkin (2010) Fundamentals of Risk Management		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Ders İçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Risk Yönetimine Giriş		
2	Sermaye Piyasaları		
3	Portföy Matematiği		
4	Risk ve Getiri		
5	Bir Portföy İnşa Etmek		
6	Yatırım Stratejileri		
7	Varlık Fiyatlandırma Modelleri		
8	Optimal Yatırım Kararı		
9	Bireysel Risk Yönetimi		
10	Kurumsal Risk Yönetimi		
11	Performans Değerlendirmesi		
12	Proje Tasarımı		
13	Proje Uygulaması		
14	Proje Sunumu		
15	Finaller		

DERSİN ÖĞRENMEÇIKTILARI

1. Risk kavramının kavranması
2. Portföy yönetebilmek
3. Risk karşısında korunabilmek
4. Yatırım kararlarından optimal faydayı sağlayabilmek

DersinKoduv eAdı	BUS117-FİNANSAL PİYASALAR, KURUMLAR VE TÜREV ARAÇLAR		
ÖğretimEl emarı	DOÇ. DR. CANTÜRK KAYAHAN		
DersinAmaçv eHedefleri	Bu dersin amacı, uluslararası finansal piyasaların kurum ve araçları hakkında genel bir araştırma yapmaktır. Bunun yanında, opsiyon, vadeli işlemler ve swaplar gibi türev ürünlerin ekonomik rollerinin ve finansal türevlerin fiyatlandırılmasının ve risk yönetiminde türev ürünlerin etkin kullanımının incelenmesi de dersin diğer konuları arasındadır.		
DersinTemelK aynakları	-Mishkin and Eakins. "Financial Markets and Institutions." Fourth Edition. -Madura, J. "Financial Markets and Institutions, Second Edition		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Dersİçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Finansal Piyasalara Genel Bakış		
2	Finansal Kurumlara Genel Bakış		
3	Para ve Sermaye Piyasaları		
4	Uluslararası finansal piyasaların kurum ve araçları		
5	Uluslararası finansal piyasaların kurum ve araçları		
6	Bölümlerin gözden geçirilmesi		
7	Vize Sınavı		
8	Vize Sınavı		
9	Finansal türev ürünlerin ekonomik roller		
10	Forward ve futures işlemleri		
11	Opsiyon ve Swaplar		
12	Finansal türevlerin fiyatlandırılması		
13	Risk yönetiminde türev araçların etkin kullanımı		
14	Bölümlerin gözden geçirilmesi		

DERSİNÖĞRENMEÇIKTILARI (Enaz 4 tane):

1. Finansal piyasaları anlamak için temel beceriler
2. Finansal kurumları anlayabilmek için temel beceriler
3. Finansal türevlerin kullanımı için temel beceriler
4. Uluslararası finans piyasaları anlamak için teknik altyapı

Dersin Kodu ve Adı	BUS 119- İŞLETME FİNANSMANI		
Öğretim Elemanı	Dr. Öğr. Üyesi Ender BAYKUT		
Dersin Amaç ve Hedefleri	Bu dersin amacı, öğrencilere İşletme Finansmanı ile ilgili temel kavramları, yaklaşımları ve ilkeleri öğretmektir.		
Dersin Temel Kaynakları	<p>4- Financial Management: Theory & Practice (with Thomson ONE – Business School Edition 1-Year Printed Access Card) (Finance Titles in the Brigham Family) 14th Edition —by— by Eugene F. Brigham and Michael C. Ehrhardt.</p> <p>5- The Economist Guide to Financial Management (2nd Ed): Principles and practice (Economist Books) —by— The Economist and John Tennent.</p> <p>6- Financial Management: Theory & Practice 15th Edition —by— Eugene F. Brigham and Michael C. Ehrhardt.</p>		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Ders İçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Finansal Yönetimin Temel Kavramları		
2	Oran Analizi		
3	Çalışma Sermayesi Yönetimi		
4	Nakit Yönetimi		
5	Stok Yönetimi		
6	Yatırım Projeleri Değerlendirme		
7	Vize Sınavları		
8	Temel Finansal Varlıkların Fiyatlandırması		
9	Sermaye Varlıkları Fiyatlandırma Modeli		
10	Sermaye Yapısı Kararları		
11	Ağırlıklı Ortalama Sermaye Maliyeti		
12	Portföy Yönetimi		
13	Gayrimenkul Değerlemesi		
14	Türev Varlıklar		
15	Final Sınavı		

DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARI:

1. Öğrencilerin ilgili yaklaşımları ve ilkeleri uygulayabilmesi
2. Finans ile ilgili problemleri çözmeye yeteneğinde artış
3. Finans ile ilgili genel bilgi düzeyinin artması
4. Finansal değerlendirme yöntemlerini kullanabilmesi.

Dersin Kodu ve Adı	BUS 121- DENETİM VE HİLE TESPİTİ		
Öğretim Elemanı	Dr. Öğr. Üyesi Ender BAYKUT		
Dersin Amaç ve Hedefleri	Bu dersin amacı, öğrencilerin muhasebe denetimi ile hile tespiti arasındaki ilişkiyi kavramaları ve ilkeleri öğretmektir.		
Dersin Temel Kaynakları	Auditing and Assurance Services (14th Edition) 14th Edition by Alvin A. Arens (Author), Randal J. Elder (Author), Mark S. Beasley (Author)		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Ders İçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Muhasebe Denetiminin Tanımı ve Özellikleri, Denetim Türleri		
2	Denetim Türleri		
3	Genel Kabul Görmüş Denetim Standartları		
4	Mali Tabloların Bağımsız Denetiminin Hedefleri		
5	Denetim Kanıtları ve Prosedürleri		
6	Denetim Sürecinin Aşamaları		
7	Ara Sınav		
8	Denetim Planlaması		
9	İşletme ile ilgili Temel Bilgilerin Toplanması		
10	Denetimde Önemlilik Planlaması		
11	Denetimde Risk Planlaması		
12	İç Kontrol Yapısının İncelenmesi ve Kontrol Riskinin Belirlenmesi		
13	Hile Tespiti		
14	Hile Türleri		
15	Final Sınavı		

DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARI:

1. Öğrenciler dersin sonundaki iç kontrolün gerekliliklerini öğreneceklerdir.
2. Öğrenciler dersin sonunda özel amaçlı denetimler hakkında bilgi sahibi olacaklardır.
3. Öğrenciler dersin sonundaki muhasebe hilelerinin neler olabileceği hakkında bilgi sahibi olacaklardır.
4. Öğrenciler dersin sonundaki bağımsız denetim raporunu değerlendirebileceklerdir.

Dersin Kodu ve Adı	BUS202-Seminer		
Öğretim Elemanı	Dr. Öğr. Üyesi Ender BAYKUT		
Dersin Amaç ve Hedefleri	Güncel meslek konularının incelenmesi, araştırılması, sunumu ve tartışılması.		
Dersin Temel Kaynakları	Danışman önerdiği kaynaklar, konuyla ilgili her türlü kaynak		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
0	2	5	Z
Ders İçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Seminer konusunun belirlenmesi		
2	Seminer konusunun belirlenmesi		
3	Seminer konusunun belirlenmesi		
4	Seminerlerin hazırlanması		
5	Seminerlerin hazırlanması		
6	Seminerlerin hazırlanması		
7	Ara Sınav-Ders Tekrarı		
8	Ara Sınav-Ders Tekrarı		
9	Danışman önerdiği düzeltme, eklemeye ve çikarmalar yapılarak seminer anlatımına hazır hale getirilir.		
10	Seminerlerin sunulması		
11	Seminerlerin sunulması		
12	Seminerlerin sunulması		
13	Seminerlerin sunulması		
14	Seminerlerin sunulması		
15			

DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARI (Enaz 4 tane):

1. Tezi için araştırmayı yapmayı öğrenir.
2. Sunum konusunda deneyim kazanır.
3. Bilimsel makale anlayışı gelişir.
4. Kaynak gösterme hakkında bilgisi habi olur.

Dersin Kodu ve Adı	BUS 204– Pazarlamada Güncel Konular		
Öğretim Elemanı	Dr. Öğr. Üyesi Hale Fulya YÜKSEL		
Dersin Amaç ve Hedefleri	Bu dersin amacı, pazarlama ve işletme çevresindeki güncel gelişmelerin temel bir çerçevesini vermektedir.		
Dersin Temel Kaynakları	Kotler, Philip & Armstrong, Gary (2016), Principles of Marketing, Prentice Hall, Inc., New Jersey, 16th Edition Kotler, P. and K. L., Keller, (2006), Marketing Management, New Jersey: Prentice Hall.		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Ders İçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Temel Pazarlama Kavramları		
2	Temel Pazarlama Stratejileri		
3	İlişkisel Pazarlama ve Güncel Örnekler		
4	Deneyimsel Pazarlama ve Güncel Örnekler		
5	Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Güncel Örnekler		
6	Marka Aşk ve Marka Nefreti		
7	Sürdürülebilir Pazarlama		
8	Sosyal Pazarlama ve Güncel Örnekler		
9	Toplumsal Pazarlama ve Güncel Örnekleri		
10	Paylaşım Ekonomisi ve Ortak Tüketim		
11	Nöropazarlama ve Güncel Örnekler		
12	Uluslararası Pazarlama		
13	Grup Proje Sunumları		
14	Grup Proje Sunumları		
15	Finaller		

DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARI (Enaz 4 tane):

1. Pazarlama ile ilgili ortaya çıkan güncel gelişmeler ve konuların anlayabilmek.
2. Fırsat ve tehditleri yorumlayabilmek için işletme çevresinin sorunlarını ve bu alanındaki çeşitlik konularını etkileme biçimlerini incelemek.
3. Grup projeleriyle pazarlama yönetimi için gerekli olan sistematik bilimsel analiz ve yaratıcı sanat ve muhakeme nindeğerini anlamak.
4. Sınıf tartışmalar ve sunumlarla öğrencilerin sözlü ve yazılı iletişim becerilerinin geliştirilmesi.

Dersin Kodu ve Adı	BUS206-Tedarik Zinciri Yönetimi		
Öğretim Elemanı	Dr. Öğr. Üyesi Hale Fulya YÜKSEL		
Dersin Amaç ve Hedefleri	Bu dersin amacı işletmelerde lojistik ve tedarik zinciri operasyonlarının nasıl organize edilebileceğine dair temel bilgi vermektir ve üretim, işletme lojistiği ve yönetim alanlarının kariyer hedefleyen öğrencileri çintasarlanmıştır.		
Dersin Temel Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> Waters, D. (2003). Logistics: An Introduction to Supply Chain Management. USA: Palgrave MacMillan. 		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Ders İçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Tedarik zinciri yönetimine giriş		
2	Tedarik zincirini bütünleştirmek		
3	Tedarik zincirini planlamak: Lojistik stratejisi ve stratejiyi uygulamak		
4	Tedarik zincirini planlamak: Tesisleri konumlandırmak ve kaynakları planlamak		
5	Tedarik zincirini planlamak: Malzeme alışımın kontrolü, performansın ölçümü ve geliştirilmesi		
6	Önceki konuların tekrarı		
7	Vize sınavı		
8	Vize sınavı		
9	Tedarik zincirindeki aktiviteler: Satın alma, envanter yönetimi		
10	Tedarik zincirindeki aktiviteler: Depolama ve malzeme yönetimi		
11	Tedarik zincirindeki aktiviteler: Taşıma		
12	Öğrenci sunumları		
13	Öğrenci sunumları		
14	Öğrenci sunumları		
15	Final sınavı		

DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARI (En az 4 tane):

1. Tedarik zinciri yöntemi kavramını ve işletmeler için önemini anlamak.
2. Etkin bir tedarik zincirinin nasıl planlanacağına dair bilgi edinmek.
3. Başarılı bir tedarik zinciri yönetiminin işletmelerin genel performansını nasıl etkileyeceğini anlamak.
4. Araştırma ve sunum becerilerini geliştirmek.

DersinKoduv eAdı	BUS208-Dijital Pazarlama		
ÖğretimEl emarı	Dr. Öğr. Üyesi Hale Fulya YÜKSEL		
DersinAmaçv eHedefleri	Bu ders dijital platformlardaki pazarlama uygulamalarıyla ilgilenen öğrenciler için tasarlanmıştır ve tüketici trendlerini anlayarak dijital kanallarda pazarlama stratejileri oluşturabilmek için bir temel sağlayacaktır. Dersin içeriğinde dijital kanal türleri ile bunlara ait pazarlama stratejileri yer almaktadır. Ayrıca, sosyal medya pazarlaması, arama motoru pazarlama, mobil pazarlama, içerik pazarlaması, online oyun platformları gibi dijital alandaki güncel uygulamalara da yer verilmektedir.		
DersinTemelK aynakları	Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, (2012) Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Pearson.		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Dersİçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Dijital pazarlamaya giriş		
2	Dijital dünyada tüketici davranışı		
3	Dijital pazarlama platformları		
4	Dijital kanallar için pazarlama stratejileri		
5	Dijital pazarlamada güncel uygulamalar		
6	Önceki konuların tekrarı		
7	Vize sınavı		
8	Vize sınavı		
9	Dijital pazarlamada güncel uygulamalar		
10	Vaka analizi / öğrenci sunumları		
11	Vaka analizi / öğrenci sunumları		
12	Vaka analizi / öğrenci sunumları		
13	Vaka analizi / öğrenci sunumları		
14	Vaka analizi / öğrenci sunumları		
15	Final sınavı		

DERSİNÖĞRENMEÇIKTILARI (Enaz 4 tane):

1. İnternet kullanımıyla ilgili trendleri ve bu trendlerin tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkilerini anlamak.
2. Farklı dijital pazarlama platformlarıyla ilgili bilgi sahibi olmak.
3. Dijital pazarlama stratejilerinin nasıl planlanacağını anlamak.
4. Araştırma ve sunum becerilerini geliştirmek.

Dersin Kodu ve Adı	BUS210-Stratejik yönetim muhasebesi		
Öğretim Elemanı	Doç. Dr. Cengiz YILMAZ		
Dersin Amacı ve Hedefleri	Stratejik başarısında etkili olan Rasyonel yönetimin temel verilerini sağlayan maliyet muhasebesi ve bu bilgilerin analizini içeren yönetim muhasebesi yöntemlerini çalışmak		
Dersin Temel Kaynakları	<p>Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, Madhav Rajan Cost Accounting - A Managerial Emphasis, 14th Edition 2011</p> <p>Edward J. Vanderbeck Principles of Cost Accounting, 15th Edition 2009</p> <p>Michael R. Kinney, Cecily A. Raiborn Cost Accounting Foundations and Evolutions, 8th Edition 2010</p> <p>Philip Jagolinzer Cost Accounting An Introduction to Cost Management 1999</p> <p>Charles T. Horngren, Walter T. Harrison, M. Suzanne Oliver Financial & Managerial Accounting, Third Edition 2012</p> <p>Carl S. Warren, James M. Reeve, Jonathan E. Duchac Managerial Accounting 10e 2009-1</p> <p>Eric Noreen, Peter Brewer, Peter C. Brewer, Ray H. Garrison Managerial Accounting for Managers, 2nd Edition 2010</p> <p>Jerry J. Weygandt, Paul D. Kimmel, Donald E. Kieso Managerial Accounting Tools for Business Decision Making 2011</p> <p>Thomas Edmonds, Bor-Yi Tsay, Philip Olds Fundamental Managerial Accounting Concepts, Sixth Edition 2011-1</p>		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Ders İçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Stratejik Yönetimin temel varsayımları		
2	Performans denetimi bağlamında İyi yönetim kötü yönetim değerlemesi		
3	Stratejik kararlarda maliyet hacim kar analizleri		
4	Stratejik kararlarda maliyet hacim kar analizleri stratejik karar örnekleri		
5	Rutin ve Stratejik İşletme Kararlarında Yönetim Muhasebesi		
6	Rutin ve Stratejik İşletme Kararlarında Yönetim Muhasebesi Karar Örnekleri		
7	İşletme bütçeleri		
8	Bütçe analizleri ve geri bildirimlerin stratejik rolü		
9	Alternatif seçim kararları		
10	Sorumluluk muhasebesi		
11	Transfer Fiyatlandırması		
12	Ekonomik katma değer (EVA) yaklaşımı		
13	Müşteri Kârlılık Analizi		
14	Benchmarking analizi		
15	Yönetim Bilgi Sistemi Raporlarının analizi		

DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARI (Enaz 4 tane):

1. Şirketteki faaliyetleri iyileştirmek ve firmaya değer katmak için stratejik yönetim muhasebe araç ve tekniklerini öğretmek
2. Benchmarking analizinin açıklanması ve uygulanması.

3. Müşteri kârlılık analizi açıklanması ve uygulanması
4. İşletme bütçelerinin hazırlanması ve analizi
5. Rasyonel yönetimin temel varsayımlarını öğrenmek.

Dersin Kodu ve Adı	BUS212-Örgüt Kuramı ve Tasarımı		
Öğretim Elemanı	Dr. Volkan Yüncü		
Dersin Amaç ve Hedefleri	Örgüt Kuramı alanındaki farklı bakış açılarını, konuları ve teorileri aktarmak; öğrencilere buyaklaşım ve teorileri eleştirel bir biçimde değerlendirebilecek bir altyapı kazandırmaktır.		
Dersin Temel Kaynakları	Tsoukas, H. ve Knudsen, C. Eds. (2005) The Oxford Handbook Of Organization Theory. Oxford: Oxford University Press Hatch, M.J. ve Cunliffe, A.L. (2006). Organization Theory. 2nd Edition, Oxford: Oxford University Press. A. Selami SARGUT, Şükrü ÖZEN, Örgüt Kuramları, İmge Kitabevi Yayınları, 2007 Örgüt Teorisi; Halit Keskin, Ali Ekber Akgün ve İpek Koçoğlu, Nobet Yayınları, 2016		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	Z
Ders İçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Örgüt Kuramlarına Giriş ve Temel Kavramlar		
2	Yönetim Düşüncesinin Temelleri - Klasik Yönetim ve Örgüt Teorisi		
3	Yönetim Düşüncesinin Temelleri – Neo-Klasik Yönetim ve Örgüt Teorisi		
4	Örgütsel Yapının Temelleri		
5	Durumsallık Yaklaşımı		
6	Kaynak Bağımlılığı Kuramı		
7	Ara sınav		
8	Sistem Yaklaşımı		
9	İşlem Maliyetleri Kuramı		
10	Örgütsel Ekoloji Kuramı		
11	Yeni Kurumsal Kuram		
12	Vekalet Kuramı		
13	Postmodern Örgüt Kuramı		
14	Örnek Olay Çalışması		
15	Final Sınavı		

DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARI:

1. Örgüt teorisinin içeriği ve kapsamını tanımlayabilecektir

2. Örgüt kuramının ilişkisel temel kavramları ve modelleri, gerçek hayattaki yönetsel problemlere uygulayabilir.
3. Örgüt teorisi disiplinin gelişmesinde etkili olan yaklaşımları açıklar.
4. Yönetim ve Örgüt Kuramı bağlamındaki temel kavramların öğrenilmesi ve eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirilebilmesi için kazanılır.
5. Örgüt kuramının tarihsel gelişimi, örgüt teorisi ile ilişkili farklı perspektifler ve söz konusu perspektiflerini işletmele rde uygulanması hakkında ayrıntılı bilgi sahibi olur.

Dersin Kodu ve Adı	BUS 214 - Finansal Ekonomi		
Öğretim Elemanı	Doç. Dr. M.Emre Görgülü		
Dersin Amaç ve Hedefleri	Finansal Ekonomi belirsizlik altında kararların, zamanı, riski, alternatif maliyeti değerlendirerek nasıl verildiğini ve sinyal verme ile bilgilerin finansal kararları etkilemede nasıl kullanılabileceğini açıklamayı hedefler		
Dersin Temel Kaynakları	F. Fabozzi, Neave, E. ve Zhou, G. (2011) Financial Economics		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Ders İçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Davranışsal İktisat ve Rasyonel Davranıştan Sapmalar		
2	Von Neuman-Morgenstern Beklenen Fayda		
3	Eğilim Etkisi - Momentum Stratejisi		
4	Stratejik Form Oyunları ve Nash Dengesi		
5	Sinyal Verme		
6	Asimetrik Bilgi		
7	Arbitraj		
8	Finansal Matematik Tekrarı		
9	Risk ve Getiri		
10	Etkin Piyasa Hipotezi		
11	Varlık Fiyatlaması		
12	Türevler		
13	Black & Scholes		
14	Finansal Krizler, Balonlar ve Çöküşler		
15	Finaller		

DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARI (En az 4 tane):

1. Bilgilendirilmiş karar verme farkındalığı
2. Karşı-strateji geliştirebilmek
3. Finansal piyasaları daha iyi algılayabilmek
4. Risk altında daha iyi karar verebilmek

Dersin Kodu ve Adı	BUS216- İLERİ DÜZEY FİNANS		
Öğretim Elemanı	Dr. Öğr. Üyesi Ender BAYKUT		
Dersin Amaç ve Hedefleri	Bu ders.Finansman ve yatırım kararlarının metodolojisine odaklanılmakta ve bunları ampirik olarak test etmeyi amaçlamaktadır.		
Dersin Temel Kaynakları	Advanced Finance Theories by Ser-Huang Poon (Author) ISBN-13: 978-9814460378 ISBN-10: 9814460370		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Ders İçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Değerleme Yöntemleri		
2	Modigliani ve Miller		
3	Rekapitalizasyon		
4	İflas ve Mali Sorunlar		
5	Kırsal Politikası		
6	Kısıtlar Altında Yatırım		
7	Ara Sınav		
8	Belirsizlik Altında Yatırım Projeleri		
9	Kurumsal Yönetim		
10	Hisse Senedi Piyasaları		
11	Finansta Tahmin Modelleri		
12	Gelişmekte olan Piyasalarda Finans		
13	Finansal Piyasalarda Volatilité		
14	Final Sınavı		

DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARI:

1. Öğrenciler dersin sonundaki piyasanın yönünü tahmin edebileceklerdir.
2. Öğrenciler dersin sonundaki hisse senedi piyasalarının genel yapısını anlayacaklardır.
3. Öğrenciler dersin sonundaki volatilitenin nedenlerini öğrenebileceklerdir.
4. Öğrenciler dersin sonunda, riskli yatırım projelerinin nasıl değerlendirileceklerini öğreneceklerdir.

DersinKoduv eAdı	BUS218-ULUSLARARASI FİNANSAL RAPORLAMA STANDARTLARI		
ÖğretimEl emanı	ASSOC. PROF. DR. CANTÜRK KAYAHAN		
DersinAmaçv eHedefleri	Dersin amacı, muhasebe kavramının çerçevesini ele almaktır; Muhasebe bilgilerinin kullanıcı ihtiyaçları, muhasebe ve finansal raporlama standartları, dünya ve Türkiye'deki standart belirleyiciler, muhasebe ve finansal raporlama standartlarının uluslararasılaşma süreci, Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarının kavramsal çerçevesi ve Türkiye'de standartların uyumlaştırılması, Uluslararası Finansal Raporlama Standartları ve Uluslararası Finansal Raporlama Standartları ve diğer UFRS, Büyük ve Orta Ölçekli İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS)'ye ilişkin farklı yöntemlerle ilgili vergi avantajları ve dezavantajları ile ilgili konular bu dersin kapsamına girmektedir.		
DersinTemelK aynakları	H.V. Greuning, "International Financial Reporting Standards: A Practical Guide (World Bank Training Series)", R. Hussey, "Fundamentals of International Financial Accounting and Reporting"		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Dersİçerikleri			
Hafta	Konular		
1	UFRS ve Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkelerine Genel Bakış		
2	UFRS'nin tarihsel gelişimi		
3	UMS 2 Stoklar		
4	UFRS 13 Gerçeğe Uygun Değer Ölçümü		
5	UMS 23 Borçlanma Maliyetleri		
6	Bölümlerin gözden geçirilmesi		
7	Vize Sınavı		
8	Vize Sınavı		
9	UFRS 10 Konsolide Finansal Tablolar		
10	UMS 32 Finansal Araçlar, UFRS 9 Finansal Araçlar		
11	UMS 16 Maddi Duran Varlıklar		
12	UMS 38 Maddi Olmayan Duran Varlıklar		
13	BOBİ FRS		
14	Bölümlerin gözden geçirilmesi		

DERSİNÖĞRENMEÇIKTILARI (Enaz 4 tane):

1. UFRS'nin kavramsal çerçevesini anlamak için temel beceriler
2. Muhasebe ve finansal raporlama standartlarının uluslararasılaşma sürecini anlayabilmek için temel beceriler
3. UFRS'nin getirdikleri ile ilgili teknik altyapı
4. BOBİFRS'nin kavramsal çerçevesini anlamak için temel beceriler

Dersin Kodu ve Adı	BUS 220 – Uluslararası Ticaret ve Finans		
Öğretim Elemanı	Doç. Dr. M.Emre Görgülü		
Dersin Amaç ve Hedefleri	Dersin amacı öğrencileri, küresel mal, hizmet ve finansal kaynakların hareketliliğini daha iyi kavrayabilecekleri bir uluslararası yaklaşım ile donatmaktır.		
Dersin Temel Kaynakları	D. Salvatore (2011) Uluslararası Ekonomi		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Ders İçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Uluslararası İktisata Giriş		
2	Uluslararası Finansal Sistemlerin Değerlendirilmesi		
3	Uluslararası Ticaret Teorileri		
4	Ödemeler Dengesi		
5	Para Piyasaları		
6	Döviz Piyasaları		
7	Uluslararası Finans Dinamikleri		
8	Risk Yönetimi ve Riskten Korunma		
9	Uluslararası Fonlama		
10	Portföy Yatırımları		
11	Doğrudan Yabancı Yatırımlar		
12	Uluslararası Şirketler		
13	Dış Yardımlar		
14	Uluslararası Politika Çıkarımlar		
15	Finaller		

DERSİN ÖĞRENME ÇIKTILARI (Enaz 4 tane):

1. Uluslararası işlem yapabilmek
2. Dış ticaret dinamiklerini kavramak
3. Uluslararası sermaye hareketlerini anlamak
4. Uluslararası şirketlerin etkilerinin farkına varmak

DersinKoduv eAdı	BUS222-İLERİ FİNANSAL MUHASEBE 2		
ÖğretimEl emanı	PROF. DR. HALİM SÖZBİLİR		
DersinAmaçv eHedefleri	Dersin amacı, çeşitli karmaşık konuları ve bunların finansal raporlama üzerindeki etkilerini incelemektir. Bu amaca yönelik olarak, kurumsal finansman alanında sıkça karşılaşılan işlemlerin vergi etkileri, birleşme, satın almalar ve elden çıkarmalar dahil; borç ve hisse senedi menkul kıymetlerine geçici ve uzun vadeli yatırımlar; işletme kombinasyonları; satın almada konsolidasyon; döviz işlemleri; uluslararası ticari işlemlerin çeviri ve konsolidasyonu; kamu sektörü raporlaması da dahil olmak üzere kar amacı gütmeyen kuruluşlar için muhasebe konuları ele alınacaktır.		
DersinTemelK aynakları	INTRODUCTION TO FINANCIAL ACCOUNTING, PROF. DR. HALİM SÖZBİLİR, KOCATEPE AKADEMİ YAYINLARI		
Teori	Uyg.	ECTS	Zorunlu/Seçmeli
3	-	5	S
Dersİçerikleri			
Hafta	Konular		
1	Proforma finansal tablolar		
2	Kurumsal finansmanda vergi etkileri		
3	İşletme birleşmeleri		
4	Borç ve hisse senedi menkul kıymetlerine geçici ve uzun vadeli yatırımlar		
5	Satın alma ve elden çıkarmalar		
6	Bölümlerin gözden geçirilmesi		
7	Vize Sınavı		
8	Vize Sınavı		
9	Yabancı para işlemleri		
10	Satın almada konsolidasyon		
11	Uluslararası ticari işlemlerin çevrilmesi		
12	Uluslararası ticari işlemlerin konsolidasyonu		
13	Kar amacı gütmeyen kuruluşlar için muhasebe		
14	Bölümlerin gözden geçirilmesi		

DERSİNÖĞRENMEÇIKTILARI (Enaz 4 tane):

5. Vergi etkilerini anlamak için temel beceriler
6. İşletme kombinasyonlarını anlamak için temel beceriler
7. Uluslararası işlemlerin çevirisini anlayabilmek için temel beceriler
8. Kar amacı gütmeyen kuruluşların muhasebesini anlamak için temel beceriler