Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 601	Théories et modèles de la communication	1	2	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu derste iletişim kuram ve modelleri genel sosyal teori kapsamında ele alınıp öğrenciye eleştirel farkındalık kazandırmak amaçlanmaktadır.
Contenus	Başat Medya Medya Çalışmaları ve Başat Medya Teorilerinin Eleştirisi, Frankfurt Ekolü ve kültür endüstrisi eleştirisi
Ressources	Fiske John, İletişim Çalışmalarına Giriş.. Perry Anderson, Hapishane Defterlerinde Hegemonya ve Sosyalist Strateji. Tom Bottomore, Frankfurt Okulu. Adorno ve Horheimer, Aydınlanmanın Diyalektiği Martin Jay, Diyalektik İmgelem Thery Eagleton, İdeoloji. Alain Swingewood, Kitle Kültürü Efsanesi. Micheal Hardt ve Antonio Negri, İmparatorluk. Walter Benjamin Brecht ve Estetik .

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	A propos de l'importance des études sur les médias
2	Les théories des effets des médias (la théorie de la socialisation, la théorie de la culture, la théorie de l'agenda setting, etc.)
3	Les théories relatives à la consommation de puissance (two way flow, les usages et gratifications, le capital culturel, l'éducation aux médias)
4	Les théories normatives des médias (autoritaire, libéral, la responsabilité sociale)
5	Les théories normatives des médias (ex-communiste soviétique / totalitaire, moyen de développement et participation démocratique)
6	Hallin et Mancini, Trois modèles et Économie politique des médias (industries culturelles, espace public)
7	Économie politique des médias (l'impérialisme des médias, le modèle de propagande)
8	Partiel
9	Représentation (la sémiologie, l'idéologie, l'hégémonie, le genre, la sexualité, les représentations de race et d'origine ethnique)
10	Postmodernisme (postmodernisme et modernisme, l'image, l'intertextualité, l'hyperréalité)
11	L'information et société de surveillance
12	Nouveaux médias (convergence / remédiation)
13	Présentation
14	Présentation

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 631	Culture visuelle	1	2	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu dersin amacı, imgelerin üretimini, dolaşımını ve alımını görsel evreni anlaşılır kılan göstergebilim kuramları ışığında incelenecektir.
Contenus	Görsel kültürün özellikleri Görsel kültürün gelişimi İmge kavramı Göstergebilim Görsel göstergebilim
Ressources	Joseph Courtés, Semiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage. Hachette. 1994. Martine Joly, Introduction à l'analyse de l'image. Broché. Mariette Julien, L'Image Publicitaire des Parfums: Communication Olfactive, Paris, Harmattan, 1997. Hal Niedzviecki, Dikizleme Günlüğü, Ayrıntı Yayınları. Diana Crane, Moda ve Gündemleri, Ayrıntı Yayınları. Jean Baudrillard, Tam Ekran, YKY. Kevin Robins, İmaj, Ayrıntı Yayınları. Peter Burke, Tarihin Görgü Tanıkları, Kitap Yayınevi. Rudolf Arnheim, Görsel Düşünme, Metis. George Ritzer, Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek, Ayrıntı Yayınları. George Ritzer, Toplumun McDonaldlaştırılması, Ayrıntı Yayınları Halime Yücel, İmgeden Yoruma, Nobel Yayıncılık, 2021

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Les caractéristiques de la culture visuelle
2	L'évolution de la culture visuelle
3	La notion d'image
4	La notion d'image
5	Sémiotique
6	Sémiotique visuelle
7	Présentations
8	Présentations
9	L'analyse de l'image publicitaire
10	L'analyse de l'image publicitaire
11	L'analyse de l'image télévisuelle
12	L'analyse de l'image de cinématographique
13	Présentations
14	Présentations

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 621	Communication organisationnelle et gestion de réputation	1	2	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu derste, kurumsal iletişimin devamlılığı ve başarısı için önemi vurgulanarak, kurumsal iletişim kanalları, araçları ve yöntemleri aktarılacaktır. Kurumsal iletişimin itibar yönetiminde oynadığı rol ele alınacaktır.
Contenus	1.Hafta: Kurum, kurumsal iletişim kavram ve amaçları 2.Hafta: Örgüt Kuramları 3.Hafta: Kurumlarda İletişim Biçim ve Araçları, Kanallar 4.Hafta: Kurumsal Sosyal sorumluluk 5.Hafta: Kurum Kimliği ve İmajı 6.Hafta: Kurum Kültürü 7.Hafta: Vize 8.Hafta: Kurumsal İtibar 9.Hafta: Kurumsal İtibarın Değerlendirilmesi 10.Hafta: Kurumsal Krizler 11.Hafta: Liderlik ve İletişim 12.Hafta: Kurumlarda iletişim engel ve bozuklukları 13.Hafta: Örnek ve Uygulamalar 14.Hafta: Örnek ve Uygulamalar

Ressources	Haluk Gürgen. Örgütlerde İletişim Kalitesi. Der Yayınları, 1997. Zeyyad Sabuncuoğlu. Örgütlerde İletişim. Arıkan Yayınları, 2009. Ayla Okay. Kurum Kimliği. Mediacat Yayınları, 1999 Cees B.M. van Riel and Charles Fombrun. Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management. Routledge, 2007. Peter Steidl and Garry Emery, Corporate Image and Identity Strategies Designing the Corporate Future. Business & Professional Publishing, 1999. John M.T. Balmer and Stephan A.Greyser, Revealing the Corporation: Pespectives on Identity, Image, Reputation, Corporate Branding. Routledge. John Doorley and Helio Fred Garcia. Reputation Management, Routledge, 2007 Naomi Langford and Woodand Brian Salter, Critical Corporate Communications: a Best Practice Blueprint. John Wiley & Sons, 2003 James Horton, Integrating Corporate Communication, Quorum Books, 1995 Pekka Aula, Strategic Reputation Management: Towards Company of Good. Routledge, 2008.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Organisation/communication organisationnelle, les objectifs.
2	Les théories de management.
3	Les instruments de la communication organisationnelle.
4	Les réseaux de la communication organisationnelle.
5	Identité et image institutionnelle.
6	Culture d'entreprise.
7	Examen partiel.
8	La réputation d'entreprise.
9	La gestion de réputation et la préservation de la réputation d'entreprise.
10	L'évaluation de la réputation d'entreprise.
11	Leadership et communication.
12	L'application et analyse des étudiants.
13	L'application et analyse des étudiants.
14	L'application et analyse des étudiants.

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 661	Analyse des stratégies de gestion de marque	1	2	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Master

Objectif du Cours	Marka, markalama ve marka özvarlığı kavramları tanımlarıyla verilecek ve özvarlığı yüksek markaların stratejileri örneklerle aktarılacak; marka yönetimi için anahtar kavramlar olan marka sadakati, bilinirliği, algılanan kalite ve çağrışımlar detaylı şekilde açıklanacak ve birbirleriyle olan etkileşimleri ve bağıntıları verilecek; markanın doğru yol alması için uygulanması gereken stratejik analiz ve analizin komponentleri tanımlanacak; marka kimliğinin vaz geçilmez unsurları olan ürün, kurum, kişilik ve sembol kavramları ve bunların marka ile olan bağıntıları örneklerle açıklanacak; marka esnetme/genişletme stratejilerinin uygulanabileceği durumlar vaka'lar aracılığıyla açıklanacak.
Contenus	1. Hafta: Marka, markalama ve marka öz varlığı kavramları. 2. Hafta: Marka özvarlığını oluşturan anahtar kavramlar. 3. Hafta: Marka sadakati, bilinirliği. 4. Hafta: Kalite ve algılanan kalitenin markaya yansımaları. 5. Hafta: Marka çağrışımları. 6. Hafta: Çağrışımlar bağlamında isim, sembol ve slogan. 7. Hafta: Ara Sınav (vize). 8. Hafta: Stratejik marka analizi: müşteri, rekabet, içsel analiz. 9. Hafta: Stratejik marka analizi için vaka'lar 10. Hafta: Marka kimliğini oluşturan anahtar kavramlar ve tanımlar 11. Hafta: Ürün ve Kurum olarak marka 12. Hafta: Kişi ve Sembol olarak marka 13. Hafta: Marka genişletme kararları 14. Hafta: Marka genişletme stratejileri
Ressources	Kapferer, N.J., The New Strategic Brand Management Keller, K.L., Strategic Brand Management David, A.A. (1996). Building Strong Brands, New York: The Free Press. David, A.A. (1991). Managing Brand Equity, New York: The Free Press. Haig, M. (2006). Brand Royalty, London: Kogan Page Limited. İlgili Diğer Güncel Makale ve Kitaplar

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	1 er cours: Les concepts comme la marque, branding et capital de marque.
2	2 ème cours: Concepts clés qui construisent le capital de marque.
3	3 ème cours: La fidélité à la marque et la connaissance d'une marque
4	4 ème cours : Qualité et l'influence de la qualité perçue sur la marque.
5	5 ème cours : Les connotations des marques (qu'est-ci qui nous rappellent les marques).
6	6 ème cours : Le nom, le symbole et le slogan dans le contexte des connotations.
7	7 ème cours : Examen Partiel.
8	8 ème cours : Analyse stratégique de la marque: Client, compétition, analyse interne.
9	9 ème cours : Les « cas » pour une analyse stratégique de la marque.
10	10ème cours: Les concepts clés et les définitions qui construisent l'identité d'une marque.
11	11ème cours : La marque en tant que produit et institution
12	12ème cours : La marque en tant que personne et symbole.
13	13ème cours : Décisions d'extension de marque.
14	14ème cours : Stratégies d'extension d'une marque.

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 619	Nouvelles approches en communication stratégique	1	2	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu ders kapsamında öğrencilerin stratejik iletişim yönetimi hakkında bilgi sahibi olması amaçlanmaktadır. Stratejik İletişim Yönetiminin kamuoyunu oluşturma üzerindeki rolünün yeni yaklaşımlar nezdinde ele alınması dersin bir diğer amacıdır.
Contenus	Bu ders kapsamında stratejik iletişim yönetimi kavramının ne olduğu, stratejik iletişim yönetimi ile halkla ilişkiler disiplininin arasındaki ilişki anlatılacaktır. Yeni kavramların stratejik iletişim yönetimi üzerindeki rolüne değinilecektir. Yine stratejik iletişim yönetiminin kullandığı uygulama stratejileri eleştirel bir bakış açısı ile aktarılacaktır.

Ressources	Ders notları. Bernays, Edward. Propaganda. Pegasus Yayınları, 2023, İstanbul. Biber, Ayhan. “Bir Meşrulaştırım Yöntemi Olarak Halkla İlişkilerin Meşruiyeti”, Amme İdaresi Dergisi. Cilt 36, Sayı 4, Aralık 2003, s. 43-53. Blowfied M ve Murray A (2008) Corporate Responsibility A Critical Introduction, Oxford University Press, Oxford. Canöz, Kadir. Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Lobicilik. Konya, Nüve Kültür Merkezi, 2007. Chomsky, Noam. Medya Denetimi: Immediast Bildirgesi. 2. Baskı, İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık, 1995. Coombs, Timothy., Holladay, Sherry. Managing Corporate Social Responsibility: A Communication Approach. Wiley Blackwell. 2012. Coombs, Timothy., Holladay, Sherry. PR Strategy and Application, Wiley Blackwell. 2010. Cutlip S.M., Center A.H. ve Broom G.M., Effective Public Relations, 8th. Edition, New Jersey: Prentice-Hall International, 2000. Çınarlı, İnci. Stratejik İletişim Yönetimi. 2. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 2013. Çınarlı, İnci. “Döngü Uzmanları (Spin Doctors), Medyatik Yalan ve Kamu Manipülasyonu”, İleti-ş-im, Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi, İstanbul, No.1, Aralık 2004, ss:165-174. Erdoğan, İrfan. Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler, Erk Yayınları, Ankara, 2006. Fitzpatrick, Kathy ve Bronstein., Carolyn. Ethics in Public Relations. Sage Publications. 2006. Jowett, Garth S. ve O’Donnell Victoria. Propaganda and Persuasion, 4th. Ed., California: Sage Publications, 2006. L’Etang, Jacquie ve Pieczka, Magda (der.). Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Vadi Yayınları, 2002. Okay, Ayla ve Okay, Aydemir. Halkla İlişkiler Teori ve Yaklaşımlarına Giriş. Der Yayınları, İstanbul, 2022. Özden, Zafer ve Saran, Mine. Halkla İlişkiler Alanında Etik Sorunlar. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt 8 Sayı 3, 2006, ss. 242-261. Peltekoğlu Balta, Filiz. Halkla İlişkiler Nedir?, 4. Baskı, Beta Yayınları: İstanbul, 2006. Paul, Christopher. Strategic Communication: Origins, Concepts and Current Debates. Praeger, 2011. Pratkanis, Anthony. ve Aronson Elliot, Propaganda Çağı: İknanın Gündelik Kullanımı ve Suistimali, Çev.Nagihan Haliloğlu, İstanbul: Paradigma Yayınları, 2008. Sancar, Gaye Aslı. Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler. 2. Basım, Beta Yayınları, İstanbul, 2014. Sancar, Gaye Aslı. (Ed.) Kamu Diplomasisinde Yeni Yaklaşımlar ve Örnekler. Beta Yayınları, İstanbul, 2016. Sancar, Gaye Aslı. (Ed.) Kurumların Yeni İletişim Biçimleri. Beta Yayınları. İstanbul, 2018 Sancar, Gaye Aslı. Aktivist Halkla İlişkiler Bağlamında WWF Dünya Saati Kampanya Örneği. Erciyes Akademia Dergisi. Cilt 5, Sayı 1. 2017. Sayımer, İdil. Halkla İlişkiler Etiğinde Öne Çıkan Modellerin Etik Sistemler Açısından Değerlendirilmesi, Küresel İletişim Dergisi. Sayı 2 Güz 2006. Smith, Ayten Görgün. Türkiye’de Yeni Bir İletişim Eğilimi: Spin Doctor. II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, 27-28 Nisan 2006 Tench Ralph., Sun, William., Jones, Brian. Corporate Social Irresponsibility: A Challengig Concept. Emerald Books, 2012. Toth, Elisabeth L. and Heath, Robert L.(ed.), Rhetorical and Critical Approaches to Public Relations, New Jersey: Lawrence and Erlbaum Associates, 2002. Yağmurlu, Aslı. “Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi”, İletişim Araştırmaları Dergisi. Ankara, Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi, 2011, ss. 9-39. Zerk, Jennifer. Multinationals and Corporate Social Responsibility. Cambriddge University Press, 2006. Diğer Kaynaklar Aristotales, Retorik. Yapı Kredi Yayınları, 2006. Berger, John. Görme Biçimleri. Metis Yayınları, 1999. Habermas, Jürgen, Kamusallığın Yapısal Dönüşümü, İletişim Yayınları, 12. Baskı, 2014. Huxley, Aldous. Cesur Yeni Dünya. İthaki Yayınları. 2003. Machiavelli, Niccolo. Prens. Alfa Yayıncılık, 2015. Orwell George. 1984. Can Yayınları, 2000. Postman. Neil. Teknopoli. Paradigma Yayınları.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 681	Processus de l'influence sociale et les médias	1	2	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu ders kapsamında medyanın ve özellikle sosyal medyanın iletişim sürecinde etki yaratmak için kullandığı sosyal etki formları tartışılacaktır. Tutum ve davranışların oluşturulmasında temel bir işleve sahip olan sosyal etki kavramı sosyal psikoloji alanında geliştirilen laboratuvar çalışmaları çerçevesinde irdelenecektir. Ders temelde sosyal medyanın bireylerin tutum ve davranışları ve toplum genelinde oluşturduğu etkinin kritik bir perspektifle sorgulanmasını amaçlamaktadır.
Contenus	1. Giriş: Medya Toplum ilişkisi çerçevesinde oluşan genel sorular, kritik perspektif 2. G. Le Bon " Kitleler Psikolojisi" 3. G. Tarde " Taklit Kanunları" 4. Normlar nasıl oluşur? 5. Neden Uyum gösteririz? S. Asch Deneyi 6. Otoriteye itaat ve sosyal rollerin etkisi - S.Milgram ve P. Zimbardo deneyleri 7. Yale Üniversitesi " Temel İletişim ve Tutum Değişimi " Laboratuvar deney sonuçları 8. Vize 9. Sosyal medyanın kullandığı sosyal etki formları I 10. Sosyal medyanın kullandığı sosyal etki formları II 11. Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları 12. Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları 13.Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları 14. Genel Değerlendirme, sosyal medyanın geleceğine ilişkin perspektif oluşturma
Ressources	Fuchs, Christian. Social media: A critical introduction. Sage, 2017. Hovland, Carl Iver, Irving Lester Janis, and Harold H. Kelley. "Communication and persuasion." 1953. Kağıtçıbaşı, Çiğdem. "Yeni insan ve insanlar." İstanbul: Evrim Yayınevi 326 1999. Le Bon, Gustave, and Hasan İlhan. Kitleler psikolojisi. Alter Yayıncılık, 2009. Tarde, Gabriel. Gabriel Tarde on Communication and social influence. Vol. 334. Chicago: University of Chicago Press, 1969. Tedeschi, James T., ed. The social influence processes. Routledge, 2017.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Les Medias comme un instrument de l'influence sociale
2	Approches théoriques I: Les processus de l'influence sociale - la production des normes
3	Approches théoriques II: Les processus de l'influence sociale – la conformité et l'obéissance
4	Influence Sociale et l'effet des Medias : la propagande, la politique et la société
5	La presse écrite et l'influence sociale
6	La presse et l'approche de « l'agenda setting »
7	Les reflets sociaux des séries télévisuelles
8	Le cinéma turc
9	L'examen partiel
10	Les réseaux sociaux et les nouvelles stratégies de persuasion I
11	Les réseaux sociaux et les nouvelles stratégies de persuasion II
12	La nouvelle fonction des Medias
13	Les projets
14	Les projets

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 616	Séminaire	1	0	0	0	0	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu derste stratejik iletişim yönetimi ile bağlantılı konularda çeşitli bilimsel dergilerde yayınlanmış makaleler, araştırmalar, projeler incelenecektir. Ayrıca konuk öğretim elemanlarının katılımlarıyla iletişim alanındaki güncel sorunlar tartışılacaktır. Öğrencilerin sektörün içinden profesyonellerden alacakları derslerle stratejik iletişim yönetimiyle ilişkili farklı alanlar hakkında bilgi sahibi olması amaçlanmaktadır.
Contenus	1.Hafta: Sunum teknikleri 2.Hafta: Tez yazımına giriş, veri toplama 3.Hafta: Tez yazımı; problematik ve hipotez oluşturma 4.Hafta: Tez yazımı; kaynak gösterme 5.Hafta: Bilimsel yazı ve sunuş 6.Hafta: Sektörden konuklar 7.Hafta: Sektörden konuklar 8.Hafta: Sektörden konuklar 9.Hafta: Sektörden konuklar 10.Hafta: Sektörden konuklar 11.Hafta: Öğrenci sunumları 12.Hafta: Öğrenci sunumları 13.Hafta: Öğrenci sunumları 14.Hafta: Öğrenci sunumları
Ressources	Halil Seyidoğlu. Bilimsel Araştırma ve Yazma Teknikleri. 8. Baskı, İstanbul: 2000

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Les techniques de présentation.
2	Introduction de la préparation d’une thèse
3	La préparation d’une thèse: Développer une problématique et les hypothèses.
4	La préparation d’une thèse: la bibliographie
5	Rédaction et présentation scientifique.
6	Des enseignants invités.
7	Des enseignants invités.
8	Des enseignants invités.

Semaine	Intitulés des Sujets
9	Des enseignants invités.
10	Des enseignants invités.
11	Les présentations des étudiants.
12	Les présentations des étudiants.
13	Les présentations des étudiants.
14	Les présentations des étudiants.

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 693	Communication Scientifique	1	3	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu dersin amacı, öğrencilerin bilimsel bilgi ve süreçleri farklı hedef kitlelere etkili, anlaşılır ve etik bir biçimde aktarabilme becerilerini geliştirmeleridir. Öğrenciler, bilim iletişiminin temel kuramları, yöntemleri ve araçları hakkında bilgi edinecek; yazılı, görsel ve dijital mecralarda bilimsel içeriği nasıl yapılandıracaklarını öğreneceklerdir. Ayrıca, bilim insanı olarak kamuoyuyla, medya ile ve politika yapıcılarla iletişim kurarken karşılaşabilecekleri zorlukları analiz edecek ve çözüm stratejileri geliştireceklerdir. Ders, katılımcıların bilimsel çalışmalarını daha geniş kitlelerle paylaşmalarını, toplumsal etkisini artırmalarını ve bilim ile toplum arasındaki etkileşimi güçlendirmelerini hedeflemektedir.
Contenus	Hafta 1: Bilimin Toplumdaki Rolü ve İletişimin Temelleri Hafta 2: Bilimsel Okuryazarlık ve Kamuoyu Algısı Hafta 3: Medya ve Bilimsel Haber Üretimi Hafta 4: Yazılı Bilim İletişimi – Teknik ve Popüler Anlatılar Hafta 5: Sözlü İletişim ve Sunum Teknikleri Hafta 6: Görsel Bilim İletişimi Hafta 7: Dijital Bilim İletişimi – Medya ve İnteraktif Araçlar Hafta 8. Vize sınavı Hafta 9: Halkla Katılım ve Vatandaş Bilimi Hafta 10: Kriz, Risk ve Belirsizlik İletişimi Hafta 11: Politika ve Bilim İletişimi Hafta 12: Tartışmalı Konular ve Vaka Analizleri Hafta 13: Uzman konuk daveti Hafta 14: Öğrenci sunumları
Ressources	

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 694	Intelligence Artificielle Dans La Communication Stratégique	1	3	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu dersin amacı, güncel yapay zekâ (YZ) pratik ve uygulamalarını stratejik iletişim, halkla ilişkiler, reklamcılık ve pazarlama iletişimi odağında araçları, kullanımları ve örnek uygulamaları irdelemek, tanıtmak. YZ destekli yaratıcılık temelli iletişim kampanyalarında araştırma, planlama, uygulamalara ilişkin pratik beceri ve yetkinlikler kazandırmak. Üretken YZ'ya ilişkin iletişim sektöründeki güncel, akademik ve pratik tartışmalar bağlamında bu uygulamaları eleştirel bir şekilde incelemek, gelişimsel bir şekilde sınırlarını gözlemlemek, tartışmaktır.
Contenus	1. Hafta: Tanışma ve Ders Tanıtımı 2. Hafta: Stratejik İletişim ve YZ Tarih ve Gelişimine Kısa Bir Bakış, Güncel Araç ve Yönelimler 3. Hafta: YZ Nasıl Çalışıyor: Machine Learning, Deep Learning, İstem Mühendisliği Teknikleri I 4. Hafta: Uzman Konuk: Kreatif İşlerde YZ Nasıl ve Ne Kadar Mümkün? Kreatif Ajanslarda Güncel Uygulama, Deneyim, Süreçler 5. Hafta: Prompt Engineering II Uygulamaları, İletişim Kampanya Tasarımı: Yaratıcı Fikir, Stratejik Planlama, Senaryo ve İçerik Üretimi, Use Case Workshop (Uygulama Atölyesi) 6. Hafta: YZ Yaratıcı İletişim Kampanya Tasarımı: Araştırma, Yaratıcı Fikir, Strateji ve Planlama 7. Hafta: YZ Destekli İletişim Kampanyasında Uygulama: Stratejiye Uygun Görsel, Video ve Ses Üretim Araçları, Use Case Workshop (Uygulama Atölyesi) 8. Hafta: Vize Sınavı 9. Hafta: YZ Güncel Tartışmalar, Telif ve Etik Sorunlar 10. Hafta: Halkla İlişkilerde YZ ve Örnek Uygulamalar, Use Case Workshop (Uygulama Atölyesi) 11. Hafta: Reklamcılık ve Pazarlamada YZ ve Örnek Uygulamalar, Use Case Workshop (Uygulama Atölyesi) 12. Hafta: Akademik Araştırmalarda Yapay Zekâ Kullanımı: Yöntem, Araç ve Uygulamalar 13. Hafta: Final Sunumları I 14. Hafta: Final Sunumları II

Ressources	IBM. History of artificial intelligence. Retrieved from https://www.ibm.com/think/topics/history-of-artificial-intelligence IBM. The future of artificial intelligence. Retrieved from https://www.ibm.com/think/insights/artificial-intelligence-future IBM. Prompt engineering. Retrieved from https://www.ibm.com/think/topics/prompt-engineering IBM. AI adoption challenges. Retrieved from https://www.ibm.com/think/insights/ai-adoption-challenges Google Cloud. What is prompt engineering? Retrieved from https://cloud.google.com/discover/what-is-prompt-engineering?hl=tr Google Cloud. Generative AI overview. Retrieved from https://cloud.google.com/vertex-ai/generative-ai/docs/learn/overview OpenAI. Text completion: Prompt engineering guide. Retrieved from https://platform.openai.com/docs/guides/text#prompt-engineering Prompting Guide. Prompt engineering rehberi. Retrieved from https://www.promptingguide.ai/tr Dastin, J. How AI works. Retrieved from https://books.google.com.tr/books/about/How_AI_Works.html?id=lE7OEAAAQBAJ Video Kaynakları: ColdFusion. (2023, August 21). The AI revolution: Learn how AI is transforming everything [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=qYNweeDHiyU 3Blue1Brown. (2017, April 5). But what is a neural network? [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=aircAruvnKk Veritasium. (2018, June 1). The most powerful computer you've never heard of [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=lHZwWFHWa-w Two Minute Papers. (2019, October 17). AI learns to play hide and seek – and it's epic! [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=llg3gGewQ5U Akademik Kaynaklar: Floridi, L. (2019). Establishing the rules for building trustworthy AI. Nature Machine Intelligence, 1(6), 261–262. https://doi.org/10.1038/s42256-019-0055-y Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? Business Horizons, 62(1), 15–25. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.08.004 Sundar, S. S. (2020). Rise of machine agency: A framework for studying the psychology of human–AI interaction. Journal of Computer-Mediated Communication, 25(1), 74–88. https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz026 Kitaplar: Russell, S., & Norvig, P. (2020). Artificial intelligence: A modern approach (4th ed.). Pearson. Crawford, K. (2021). Atlas of AI: Power, politics, and the planetary costs of artificial intelligence. Yale University Press. O'Neil, C. (2016). Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy. Crown Publishing. Raporlar: McKinsey & Company. (2023). The state of AI in 2023. Retrieved from https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-technology-trends/the-state-of-ai-in-2023 Deloitte. (2022). AI in marketing: Cutting through the hype. Retrieved from https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/cognitive-technologies/ai-in-marketing.html UNESCO. (2021). Recommendation on the ethics of artificial intelligence. Retrieved from https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Présentations et introduction au cours
2	Communication stratégique et intelligence artificielle : bref aperçu historique, évolution, outils actuels et tendances émergentes
3	Comprendre le fonctionnement de l'IA : apprentissage automatique, apprentissage profond et techniques d'ingénierie des requêtes I
4	Intervention d'un professionnel : possibilités et portée de l'IA dans les métiers de la création ; pratiques actuelles, retours d'expérience et processus de travail dans les agences de création
5	Applications de l'ingénierie des requêtes II et conception de campagnes de communication : idéation créative, planification stratégique, scénarisation et production de contenus ; atelier pratique consacré aux cas d'usage de l'IA
6	Conception de campagnes de communication créatives assistées par l'IA : recherche, idéation créative, stratégie et planification
7	Mise en œuvre de campagnes de communication assistées par l'IA : outils de production de contenus visuels, vidéo et audio adaptés à la stratégie de campagne ; atelier pratique consacré aux cas d'usage de l'IA.
8	Examen de mi-semestre

Semaine	Intitulés des Sujets
9	Débats contemporains sur l'IA : droit d'auteur et enjeux éthiques
10	L'IA dans les relations publiques : applications, études de cas et atelier pratique
11	L'IA dans la publicité et le marketing : applications, études de cas et atelier pratique
12	L'utilisation de l'IA dans la recherche universitaire : méthodes, outils et applications
13	Présentations des projets de fin de semestre I
14	Présentations des projets de fin de semestre II

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 628	Communication Politique	1	3	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Siyasal iletişim süreçlerini teorik ve pratik olarak analiz etmek; platformlaşma ve yapay zeka çağında güncel siyasal iletişim eğilimleri ile stratejilerini değerlendirmek; öğrencilerin siyasal kampanya yönetimi, eleştirel çözümleme, sunum ve iletişim becerilerini geliştirmek.
Contenus	1. Hafta Dersin tanıtımı ve ders izlencesi paylaşımı Alanın tarihsel evrimine ve kavramlara yönelik genel bakış 2. Hafta Siyasal söylem, retorik ve ikna teorisi Siyasal iletişimde aktörler: adaylar, partiler, medya, seçmen ve yeni aktörler 3. Hafta Medya etkileri ve kamuoyu Gündem belirleme (agenda-setting), çerçeveleme (framing), öne çıkarma (priming) Suskunluk sarmalı ve ana akımlaştırma Klasik etki kuramlarının dijital çağda yeniden okunması 4. Hafta Stratejik siyasal kampanya yönetimi Kampanya planlaması ve mesaj geliştirme Siyasal halkla ilişkiler ve kriz yönetimi Siyasal reklam, duygusal ikna ve seçmen davranışı 5. Hafta Platform çağında siyasal iletişim I: Sosyal medya ve algoritmik görünürlük Platformlaşma ve hibrit medya sistemi Algoritmik görünürlük, gündem oluşumu ve içerik dolaşımı Filtre balonu ve yankı fanusu tartışmaları 6. Hafta Platform çağında siyasal iletişim II: Influencer/kanaat önderleri ve siyasal görünürlük TikTok siyaseti ve sosyal medyada siyasal içerik üretimi Dijital estetik, mizah, "meme" kültürü ve provokasyon 7. Hafta

Duygular, popülizm ve kutuplaş(tır)ma:
Popülist söylem stratejileri
Duygusal kutuplaşma (Affective polarization)
Duygu/kimlik temelli mobilizasyon

8. Hafta
Ara Sınav

9. Hafta
Post-truth çağ, sahte haber ekosistemi ve organize dezenformasyon ağları
Bilişimsel propaganda, botlar ve koordineli sahte davranış
Dezenformasyona karşı direnç geliştirme

10. Hafta
Veriye dayalı siyasal kampanyalar
Mikro-hedefleme ve kişiselleştirilmiş siyasal reklamın yeni biçimleri

11. Hafta
Güncel kampanya stratejileri ve karşılaştırmalı vakalar
Dünyadan ve Türkiye'den güncel kampanya örnekleri
Karşılaştırmalı kampanya çözümlemesi

12. Hafta
Siyasal iletişim araştırmalarında yöntem yaklaşımı
İçerik analizi, söylem analizi, deneysel araştırma tasarımı
Nitel/nicel araştırma örnekleri üzerinden tartışma

13. Hafta
Öğrenci sunumları ve tartışma I:
Araştırma/vaka analizi sunumları ve yönlendirilmiş sınıf tartışması

14. Hafta
Öğrenci sunumları ve tartışma II:
Araştırma/vaka analizi sunumları ve yönlendirilmiş sınıf tartışması

Ressources	Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics. Oxford University Press. Bennett, W. L., & Pfetsch, B. (2018). Rethinking political communication in a time of disrupted public spheres. Journal of communication, 68(2), 243-253. Brader, T. (2020). Campaigning for hearts and minds: How emotional appeals in political ads work. University of Chicago Press. Bourse, M., & Yücel, H. (2012). İletişim bilimlerinin serüveni. Ayrıntı Yayınları. Faucheux, R. (Ed.). (2003). Winning elections: Political campaign management, strategy & tactics. Rowman & Littlefield. Herman, E. S., & Chomsky, N. (2021). Manufacturing consent. In Power and inequality (pp. 198-206). Routledge. Highfield, T. (2017). Social media and everyday politics. John Wiley & Sons. Jowett, G. S., & O'donnell, V. (2018). Propaganda & persuasion. Sage publications. Kaid, L. L. (Ed.). (2004). Handbook of political communication research. Routledge. Kaid, L. L., & Holtz-Bacha, C. (2006). The Sage handbook of political advertising. Sage Publications. Lasswell, H. D. (1971). Propaganda technique in world war I. MIT press. Lippmann, W. (2017). Public opinion. Routledge. Marwick, A., & Lewis, R. (2017). Media manipulation and disinformation online. New York: Data & Society Research Institute, 359, 1146-1151. McNair, B. (2017). An introduction to political communication. Routledge. McCombs, M., & Valenzuela, S. (2020). Setting the agenda: Mass media and public opinion. John Wiley & Sons. Negrine, R. M. (2017). The transformation of political communication: Continuities and changes in media and politics. Bloomsbury Publishing. Neuman, W. L. (2014). Toplumsal araştırma yöntemleri (S. Özge, çev.). Ankara: Siyasal Kitapevi. Newman, B. I. (2017). Siyasette pazarlama devrimi: son amerikan başkanlık kampanyaları etkili pazarlamaya dair bize ne öğretebilir. ET Kocabıyık (Çev.). Ankara: Nobel Yaşam. O'Connor, C., & Weatherall, J. O. (2019). The misinformation age: How false beliefs spread. Yale University Press. Özçetin, B. (2018). Kitle iletişim kuramları: kavramlari okullar, modeller. İletişim Yayınları. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking (Vol. 27, pp. 1-107). Strasbourg: Council of Europe. Woolley, S. C., & Howard, P. N. (Eds.). (2018). Computational propaganda: Political parties, politicians, and political manipulation on social media. Oxford University Press. Woolley, S. (2023). Manufacturing consensus: Understanding propaganda in the era of automation and anonymity. Yale University Press. Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., ... & Nyhan, B. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. Political polarization, and political disinformation: a review of the scientific literature (March 19, 2018). Tufekci, Z. (2015). Algorithmic harms beyond Facebook and Google: Emergent challenges of computational agency. Colo. Tech. LJ, 13, 203.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 671	Gestion de communication stratégique sur le web	2	2	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu ders kapsamında öğrencilerin, stratejik iletişim yönetimi bağlamında büyük bir çeşitlilik gösteren etkileşimli medya ortamlarına yönelik hem biçim hem de içerik düzeyinde analitik değerlendirme becerilerinin geliştirmesi hedeflenmektedir. Ders kapsamında öncelikle internet ve web fenomenleri tarihselleştirme ve geleceğe yönelik öngörüler üzerinden detaylı olarak irdelenecektir. Hem kullanıcı hem de etkileşimli ortam düzeyinde büyük bir çeşitliliği beraberinde getiren söz konusu evrim, mevcut uygulamalar üzerinden yapılacak kavramsallaştırma eşliğinde ele alınacaktır. Bunu takiben “kullanıcı-bilgisayar etkileşimi”nin tarihçesi eşliğinde “grafik arayüzü” kavramı ve “kullanılabilirlik” kavramı, alandaki önemli ve güncel araştırmaların bulguları ve vaka analizleri üzerinden irdelenecektir. Bu bağlamda kullanıcılar ve etkileşimli medya ortamları arasında kurulacak olan kullanıcı deneyimini desteklemek ve geliştirmek için çeşitli arayüz tasarım kriterleri ve süreçleri, web sitesi, portal, mobil arayüz, etkileşimli televizyon, vb. gibi farklı etkileşimli medya ortamları üzerinden sunulacaktır. Dönem sonunda öğrencilerden, seçtikleri popüler etkileşimli medya ortamlarını oylumlu olarak analiz etmeleri ve gerekiyorsa revizyon önerileri sunmaları talep edilecektir.
Contenus	1.Hafta: Giriş. Temel Kavramlar, Teknolojiler ve Uygulamalar. 2.Hafta: İnternet ve Web Fenomenlerinin Evrimi 3.Hafta: Kullanıcı Merkezli Tasarım: Arayüz Tasarımı ve Kullanılabilirlik “Grafik Kullanıcı Arayüzü”nün tarihsel gelişimi Kullanılabilirlik Yaklaşımı: Amaç, Kullanılan Parametreler ve Ölçme Teknikleri 4.Hafta: Evrensel Kullanılabilirlik “Herkes için Web” -Kullanıcı Çeşitliliği: Farklı kültürlerden kullanıcılar, çocuk, yaşlı, özürlü, vb. kullanıcılar - Teknoloji Çeşitliliği -Evrensel Kullanılabilirlik için Stratejiler: Destek Teknolojileri, Çok-Katmanlı Arayüz Tasarımı, Evrensel Tasarım - Farklı Kullanıcı Grupları için Arayüz Tasarım Kriterleri 5.Hafta: “Kültürelleştirme” ve Küresel Web Siteleri -Farklı kültürlerden gelen kullanıcıların ihtiyaçlarına yönelik web tasarımı: Sorunlar, çözüm önerileri 6.Hafta: Etkileşim Ortam Geliştirme Süreci Sürecin tasarlanması ve yönetimi Ekiplerin yapısı, dağılımı, iş bölümü 7.Hafta: Bilgi Mimarisi Bilginin etkileşimli ortamlar için düzenlenmesi ve sunumu

	Site yapısı Arama Motoru Optimizasyonu 8.Hafta: Etkileşimli Ortamlarda Sayfa Yapısı ve Tasarımı - Sayfa Bileşenleri: Header, Footer, Content Area - Sayfa Ölçüleri ve Dolaşım - Ana sayfa Bileşenleri ve Tasarımı 9.Hafta: Etkileşimli Ortamlarda Tipografi Web'de Metin Okunabilirlik Yazı Karakterleri Vurgu Tipografi ve grafik Editoryal Yaklaşım 10.Hafta: Form Tasarımı 11.Hafta: Etkileşimli Ortamlarda Görsel Malzemenin Kullanımı Web görsellerinin özellikleri Grafik dosya formatları Renk Teorisi ve Etkileşimli Ortamlarda Renk Kullanımı 12.Hafta: Etkileşimli Ortamlarda Çoklu-Ortam İçeriğinin Kullanımı Görsel ve İşitsel Malzemeler: Ses, video, animasyon, vs. Çoklu-ortam içeriğinin hazırlanması ve sunulması: Formatlar, oynatıcılar, vs... 13.Hafta: Öğrenci Sunumları 14.Hafta: Öğrenci Sunumları
Ressources	1 Key Concepts • Brown, T. (2008) Design Thinking, Harward Business Review, June. ? Nielsen, J. (2012) Usability 101: Introduction to Usability, http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/ • User Experience White Paper: Bringing Clarity to the Concept of User Experience (2011) • Grudin, J. (2008) A Moving Target: The Evolution of HCI, in The Human-Computer Interaction Handbook: Fundamentals, Evolving Technologies and Emerging Applications (Edi.) Sears, A and Jacko, J. A. , Lawrence Erlbaum Associates, Taylor and Francis Group. 1-24. • Carrol, J. M. (2012) Human-Computer Interaction, Encyclopedia of Human-Computer Interaction, http://www.interaction-design.org/encyclopedia/human_computer_interaction_hci.html • Shneidermann, B. and Plaisant, C. (2005) Designing the User Interface 4th Edition, Addison-Wesley. • Zaphiris, P. and Siang Ang, C. (2009) Human-Computer Interaction: Concepts, Methodologies, Tools and Applications, Information Science Reference, Hershey, New York. • Nielsen, J., 2008, Usability ROI Declining, But Still Strong, ?http://www.useit.com/alertbox/roi.html • Shneiderman, B., 2011, The Next 25 Years of HCI Research: Technology-Mediated Social Participation, HCII2011 Keynote Speech • UXPA (Usability Professionnals Association), ?www.uxpa.com • Mesut, J., 2009, Brighton BarCamp • Knemeyer, D. and Svoboda,E., 2008 User Experience _ UX, ?www.interaction.gov.tr • Andersen, S., P. 2008, Fundamentals of Experience Design, ?www.poetpainter.com • Morville, P., 2004, User Experience Design, ?www.semanticstudios.com • Raabe,P., 2010, User-Centered Design, ?www.paznow.com • Revang, M., 2007, User Experience Design Project • Brown, T., 2008, Design Thinking, Harward Business Review • Reichenstein, O., 2009, The Spectrum of User Experience, iA, ?www.informationarchitects.jp • Marsh, N., 2011, Service Design is Dead. The New Product is Alive, www.choose nick.com • Nielsen, J., 2006, Corporate Usability Maturity: Stages 1–4, ?www.alertbox.com • Nielsen, J., 2006, Corporate Usability Maturity: Stages 5–8, ?www.alertbox.com

• Nielsen, J., 2006, Corporate Usability Maturity: Stages 5–8, ?www.alertbox.com
• UX Professionalism: Building Tomorrows' Digital Cathedrals, 2012
• Jeff Gothelf, Lean UX: Getting Out Of The Deliverables Business, 2011, http://uxdesign.smashingmagazine.com/2011/03/07/lean-ux-getting-out-of-the-deliverables-business/
• Wreblovski, L., 2011, An Event Apart: Persuasive Design, ?www.lukew.com
• Høgenhaug, P. S., 2012, Gamification and UX: Where Users Win or Lose, Smashing Magazine.
• Wreblovski, L., 2012, Luke Wreblovski, Evolving E-Commerce Checkout.
• The New Multi-Screen World: Understanding Cross-Platform Consumer Behavior, /Ipsos/Sterling,2012.
• Bustos, L., 2012, Maximizing Conversion with Checkout Optimization.
• Holst, C., 2012, The State Of E-Commerce Checkout Design, Smashing Magazine
• Frost, B., 2012, For a Future Friendly Web.
• Attrill, R., 2012, Mobile Last: Considering the Mobile Experience When It's Too Late for "Mobile First", Mobile East.
• Budd, A., 2012, UX Professionalism: Building Tomorrows Digital Cathedrals.
• Fogg, BJ (2009) A Behavior Model for Persuasive Design, http://blog.hcilab.org/uui/files/2013/04/a40-fogg.pdf
• Fogg, BJ (2009) Creating Persuasive Technologies: An Eight-Step Design Process, http://ejournal.narotama.ac.id/files/an%20eight-step%20design%20process..pdf

2 Universal Usability

• Shneiderman, B. (2000) Pushing Human-Computer Interaction Research to Empower Every Citizen: Universal Usability, Communications of the ACM, Vol. 43, No: 5, 85-91.
• Nielsen, J. (2010) Children's Websites: Usability Issues in Designing for Kids, Jakob Nielsen's Alertbox, ? http://www.nngroup.com/articles/childrens-websites-usability-issues/
• Loranger, H. and Nielsen J. (2013) Teenage Usability: Designing Teen-Targeted Websites, Jakob Nielsen's Alertbox, ? http://www.nngroup.com/articles/usability-of-websites-for-teenagers/
• Nielsen, J. (2013) Seniors as Web Users, Jakob Nielsen's Alertbox, http://www.nngroup.com/articles/usability-for-senior-citizens/
• Nielsen, J. (2008) Middle-Aged Users' Declining Web Performance, http://www.useit.com/alertbox/middle-aged-users.html
• Lolanger, H. and Nielsen, J. (2013) Teenage Usability: Designing Teen-Targeted Websites,https://www.nngroup.com/articles/usability-of-websites-for-teenagers/
• Meyer, K. (2016) Young Adults/Millennials as Web Users (Ages 18–25), https://www.nngroup.com/articles/young-adults-ux/?utm_source=...6&utm_medium=email&utm_term =0_7f29a2b335-d96da19306-24233293
• Nielsen, J. (2001) Beyond Accessibility: Treating Users with Disabilities as People, http://www.nngroup.com/articles/beyond-accessibility-treating-users-with-disabilities-as-people/
• Cassell, J. (2008) Genderizing Human-Computer Interaction. J. A. Jacko ve A. Sears (eds,), The Human-Computer Interaction Handbook: Fundamentals, Evolving Technologies and Emerging Applications (Human Factors And Ergonomics), New York: Lawrence Erlbaum Assoc, 401-412.
• Marcus, A. (2008) Global And Intercultural User-Interface Design. J. A. Jacko ve A. Sears (eds.) The Human-Computer Interaction Handbook: Fundamentals, Evolving Technologies and Emerging Applications (Human Factors And Ergonomics) 2nd Edition. New York: Lawrence Erlbaum Assoc, 355-380.
• Gould, E. (2005) Sythesizing the Literature on Cultural Values. Nuray Aykın (ed.) Usability and Internationalization of Information Technology, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, New Jersey, 79-122.

3 Information Architecture

• ?Resmini, A. and Rosati, L. (2011) A Brief History of Information Architecture, Journal of Information Architecture, Vol. 3, Issue 2, p. 33-45, http://journalofia.org/volume3/issue2/03-resmini/jofia-0302-03-resmini.pdf
• ?Barker, I. (2005) What is information architecture?, ?Step Two Design, http://www.steptwo.com.au/papers/kmc_whatisinfoarch/index.html
• ?Nielsen, J. (2009) ?Top 10 Information Architecture (IA) Mistakes, http://www.nngroup.com/articles/top-10-ia-mistakes/
• ?TECED (2013) IA Evaluation Methodologies, http://teced.com/services/information-architecture-ia/ia-evaluation-methodologies/
• Righi, C., James, J., Beasley, M., Day, D. L., Fox, J. E., Gieber, J., Howe, C. and Ruby, L. (2013) Card Sort Analysis Best Practices, ?Journal of Usability Studies, Vol. 8, Issue 3, May 2013 pp. 69-89, http://www.upassoc.org/upa_publications/jus/2013may/JUS_Righi_May_2013.pdf
• Richards, J. (2013) The Grammar of Interactivity, ?UX Booth, http://www.uxbooth.com/articles/the-grammar-of-interactivity/?utm_source=twitterfeed&utm_mediu m=twitter
• Anderson, C. (2004) The Long Tail, Wired, Issues 12.10, October 2014, http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html
• Nielsen, J. (2012) ?SEO and Usability,? ?http://www.nngroup.com/articles/seo-and-usability/
• Morville, P. and Rosenfeld, L. (2007) Information Architecture for the World Wide Web: Designing Large-Scale Web Sites, O'Reilly Media, USA.
• Nielsen, J. (2009) ?Mental Models,? ?http://www.nngroup.com/articles/mental-models/
• Hudson, W. (2013) Card Sorting, ?Encyclopedia of Human-Computer Interaction, http://www.interaction-

design.org/encyclopedia/card_sorting.html
• Sauro, J. (2012) Card Sorting + Tree Testing: The Science of Great Site Navigation, ?Measuring Usability,? ? http://www.measuringusability.com/blog/cardsort-tree-test.php
• Nielsen, J. (2011) ?Mini-IA: Structuring the Information About a Concept, http://www.nngroup.com/articles/mini-ia-structuring-information/
• Nielsen, J. (2009) ?IA Task Failures Remain Costly, http://www.nngroup.com/articles/ia-task-failures-remain-costly/
• Nielsen, J. (2009) ?Card Sorting: How Many Users to Test, http://www.nngroup.com/articles/card-sorting-how-many-users-to-test/

4 UI Design for Desktop Environments

• Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, Page Structure, http://webstyleguide.com/wsg3/6-page-structure/index.html
• Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, Page Design, http://webstyleguide.com/wsg3/7-page-design/index.html
• Nielsen, J. (2011) Top 10 Guidelines for Homepage Usability, http://www.nngroup.com/articles/top-ten-guidelines-for-homepage-usability/
• Holst, C., (2104), The Current State Of E-Commerce Search, http://www.smashingmagazine.com/2014/08/18/the-current-state-of-e-commerce-search/
• Appleseed, J. (2014), Deconstructing E-Commerce Search: The 12 Query Types, http://baymard.com/blog/ecommerce-search-query-types
• Whintenton, K., 2014, Filters vs. Facets: Definitions, http://www.nngroup.com/articles/filters-vs-facets/
• Sherwin, K., 2014, The Magnifying-Glass Icon in Search Design: Pros and Cons, http://www.nngroup.com/articles/magnifying-glass-icon/
• Cardello, J., 2014, Killing Off the Global Navigation: One Trend to Avoid, http://www.nngroup.com/articles/killing-global-navigation-one-trend-avoid/
• Loranger, H., 2014, Infinite Scrolling Is Not for Every Website, http://www.nngroup.com/articles/infinite-scrolling/
• Whintenton, K., 2014, 3 Guidelines for Search Engine "No Results" Pages, http://www.nngroup.com/articles/search-no-results-serp/
• Whintenton, K., 2014, Filters vs. Facets: Definitions, http://www.nngroup.com/articles/filters-vs-facets/
• Sherwin, K., 2014, The Magnifying-Glass Icon in Search Design: Pros and Cons, http://www.nngroup.com/articles/magnifying-glass-icon/
• Cardello, J., 2014, Killing Off the Global Navigation: One Trend to Avoid, http://www.nngroup.com/articles/killing-global-navigation-one-trend-avoid/
• Loranger, H., 2014, Infinite Scrolling Is Not for Every Website, http://www.nngroup.com/articles/infinite-scrolling/
• Whintenton, K., 2014, 3 Guidelines for Search Engine "No Results" Pages, http://www.nngroup.com/articles/search-no-results-serp/
• Cordello, J. (2013) Four Dangerous Navigation Approaches that Can Increase Cognitive Strain, http://www.nngroup.com/articles/navigation-cognitive-strain/
• Pernice, K. (2013) Designing Effective Carousels: Create a Fanciful Amusement, Not a House of Horrors, ? http://www.nngroup.com/articles/designing-effective-carousels/
• Nielsen, J. (2009) Mega Menus Work Well for Site Navigation, http://www.nngroup.com/articles/mega-menus-work-well/
• Krug, S., 2000, Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability, Que. ? Usabilla Blog, 2012, How to design effective navigation menus.

5 UI Design for Mobile Environments

• Nielsen, J. (2011) ?Mobile Usability Update, http://www.nngroup.com/articles/mobile-usability-update/
• Hoober, S. 2014, The Rise of the Phablet, Designing for Larger Phones, UXmatters, http://www.uxmatters.com/mt/archives/2014/11/the-rise-of-the-phablet-designing-for-larger-phones .php?sthash.p9hQFNW6.mjjo&utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter
• Budiu, R. (2013) ?Mobile: Native Apps, Web Apps, and Hybrid Apps, http://www.nngroup.com/articles/mobile-native-apps/
• AnswerLab. 2014, Principles of Mobile Site Design: Delight Users and Drive Conversions, http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/en//intl/ALL_ALL/think/multiscreen/pdf/multi- screen-moblie-whitepaper_research-studies.pdf
• S?cott, H. 2014, How to design for thumbs in the Era of Huge Screens, http://scotthurff.com/posts/how-to-design-for-thumbs-in-the-era-of-huge-screens
• Peatt?, K. 2015, An Exploration of Carousel Usage on Mobile E-Commerce Websites,? ?Smashing Magazine, http://www.smashingmagazine.com/2015/02/carousel-usage-exploration-on-mobile-e-commerce-websites/
• Wreblovski, L. 2014, Designing for Large Screen Smartphones, http://www.lukew.com/ff/entry.asp?1927
• Attrill, R., 2012, Mobile Last: Considering the Mobile Experience When It's Too Late for "Mobile First", Mobile East.
• Itzkovitch, A., 2012, Designing For Device Orientation: From Portrait To Landscape, Smashing Magazine, http://www.smashingmagazine.com/2012/08/designing-device-orientation-portrait-landscape/

• Robles, P. (2015), App download interstitials drive users away: Google, https://econsultancy.com/blog/66751-app-download-interstitials-drive-users-away-google/
• Appleseed, J., (2015) The State of Mobile E-Commerce Search and Category Navigation, http://baymard.com/blog/mobile-ecommerce-search-and-navigation?utm_medium=feed&utm_sour ce=twitter.com&utm_campaign=Feed%3A+baymard
• Appleseed, J., (2015) 8 UX Requirements for Designing a User-Friendly Homepage Carousel, http://baymard.com/blog/homepage-carousel
• Peatt, K. (2015) An Exploration Of Carousel Usage On Mobile E-Commerce Websites, https://www.smashingmagazine.com/2015/02/carousel-usage-exploration-on-mobile-e-commerce- websites/
• AnswerLab. 2014, Principles of Mobile Site Design: Delight Users and Drive Conversions, http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/en//intl/ALL_ALL/think/multiscreen/p df/multi-screen-moblie-whitepaper_research-studies.pdf
• Russell-Rose, T. (2013) Designing Search: Results Pages, UX Magazine, Article No: 1124, https://uxmag.com/articles/designing-search-results-pages
• Holst, C. (2016) Infinite Scrolling, Pagination Or “Load More” Buttons? Usability Findings In eCommerce, https://www.smashingmagazine.com/2016/03/pagination-infinite-scrolling-load-more-buttons/
• Whitenton, K. (2015) Mobile Faceted Search with a Tray: New and Improved Design Pattern, https://www.nngroup.com/articles/mobile-faceted-search/
• Hewlett, L. (2014) How to plan your next mobile e-commerce website https://www.smashingmagazine.com/2014/03/how-to-plan-your-next-mobile-e-commerce-website/
• Appleseed, J., (2013) Mobile Product Pages: Always Offer a List of Compatible Products, http://baymard.com/blog/mcommerce-compatible-products-list
• Denney, H. (2012) Sticky Menus Are Quicker To Navigate, https://www.smashingmagazine.com/2012/09/sticky-menus-are-quicker-to-navigate/
• Kirmani, A. (2016) Mobile-First eCommerce: What Customers Expect and Value in Mobile Shopping Experiences, http://www.uxmatters.com/mt/archives/2016/02/mobile-first-ecommerce-what-customers-expect-an d-value-in-mobile-shopping-experiences.php#sthash.Yfz7eweY.dpuf

6 Typography, Graphics and Multimedia in UX Design

• Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3r?d? Edition, ?Typography, http://webstyleguide.com/wsg3/8-typography/index.html
• Arditi, A. (2007) Letter case and text legibility in normal and low vision, Vision Research 47 (2007) 2499–2505, http://ac.els-cdn.com/S0042698907002830/1-s2.0-S0042698907002830-main.pdf?_tid=216ec1ca- 6c0a-11e4-b7c4-00000aab0f27&acdnat=1415975329_94d6659035b562a3eb7b803990bd6a50
• Yi, X., Hong, L., Zhong, E., Nathan, N. and L. S. Rajan (2014) Beyond clicks: dwell time for personalization, Proceeding ? RecSys’14, October 6–10, 2014, Foster City, Silicon Valley, CA, USA,? ?http://labs.yahoo.com/_c/uploads/recsys2014.pdf
• Manjoo, F., (2012), You Won’t Finish This Article: Why people online don’t read to the end., Slate Magazine,? http://www.slate.com/articles/technology/technology/2013/06/how_people_read_online_why_you_won_t_finish_this_article.html
• Nielsen, J., (2011), Defer Secondary Content When Writing for Mobile Users, http://www.useit.com/alertbox/mobile-content.html
• Nielsen, J., (2011), Mobile Content is Twice as Difficult, http://www.useit.com/alertbox/mobile-content-comprehension.html
• Reichenstein, O., 2012, Responsive Typography: The Basics?, http://informationarchitects.net/blog/responsive-typography-the-basics/
• Krishnan, S. S. and Sitaraman, R. K., 2012, Video Stream Quality Impacts Viewer Behavior: Inferring Causality Using Quasi-Experimental Designs, Proc. of IMC’12, November 14–16, 2012, Boston, Massachusetts, USA.?·? ?Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3r? d? Edition, Editorial Design,? ?http://webstyleguide.com/wsg3/9-editorial-style/index.html
• Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3r?d? Edition, ?Graphics, http://webstyleguide.com/wsg3/11-graphics/index.html
• Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3r?d? Edition, ?Multimedia, http://webstyleguide.com/wsg3/12-multimedia/index.html
• Nielsen, J., (2009), Powers of 10: Time Scales in User Experience, http://www.useit.com/alertbox/timeframes.html
• Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3r?d? Edition, ?Forms and Applications, http://webstyleguide.com/wsg3/10-forms-and-applications/index.html
• Wreblovski, L. (2012) Best Practices for Form Design, http://static.lukew.com/webforms_lukew.pdf
• Constantin, J. (2013) Typographic Design Patterns And Current Practices (2013 Edition), Smashing Magazine, http://www.smashingmagazine.com/2013/05/17/typographic-design-patterns-practices-case-study-201

7 Form Design

• Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, Forms and Applications, http://webstyleguide.com/wsg3/10-forms-and-applications/index.html
• Wreblovski, L. (2012) Best Practices for Form Design, ?http://static.lukew.com/webforms_lukew.pdf ? Appleseed, J. (2013) Why Your Checkout Process Should Be Completely Linear, http://baymard.com/blog/checkout-process-should-be-linear?utm_source=feedburner
• Appleseed, J. (2012) 6 Mobile Checkout Usability Considerations, Baymard Institute, http://baymard.com/blog/mobile-checkout

• Appleseed, J. (2013) Mobile Form Usability: Avoid Splitting Single Input Entities, http://baymard.com/blog/mobile-form-usability-single-input-fields?utm_source=twitterfeed&utm_med ium=twitter
• Appleseed, J. (2011) Form Field Usability: Avoid Multi-Column Layouts, http://baymard.com/blog/avoid-multi-column-forms
• Derek, N.. (2013) Designing A Better Mobile Checkout Process, Smashing Magazine, http://uxdesign.smashingmagazine.com/2013/03/14/designing-a-better-mobile-checkout-process/
• Horton, S., 2008, Web Style Guide 3rd Edition, ?http://www.webstyleguide.com/index.html
• Wreblovski, L., 2008, Best Practices for Form Design, ?www.lukew.com
• Wreblovski, L., 2012, Design Solutions for New Log In Problems, https://bagcheck.com/blog/02-design-solutions-for-new-log-in-problems
• Anthony T., 2012, UX MEETS SECURITY, Better Password Masking For Sign-Up Forms, Smashing Magazine, http://uxdesign.smashingmagazine.com/2012/10/26/password-masking-hurt-signup-form/?utm_source =twitterfeed&utm_medium=twitter
• Wreblovski, L., 2012, Mobile Design Details: Hide/Show Passwords, http://www.lukew.com/ff/entry.asp?1653
• Budiu, R , 2014, Login Walls Stop Users in Their Tracks, http://www.nngroup.com/articles/login-walls/
• Linda Bustos, 2013, 5 Ways to Handle Long Drop-Downs In Mobile Forms, http://www.getelastic.com/5-ways-to-handle-long-drop-downs-in-mobile-forms/
• T, A. (2012) Better Password Masking For Sign-Up Forms, Smashing Magazine, http://uxdesign.smashingmagazine.com/2012/10/26/password-masking-hurt-signup-form/?utm_source =twitterfeed&utm_medium=twitter
• R. B., J. and Schall, A. (2014) Eye Tracking in User Experience Design: Forms and Surveys, UX Matters, ? http://www.uxmatters.com/mt/archives/2014/09/eye-tracking-in-user-experience-design.php ? Rhea, B. (2014) Structured Search in an Omnibox: Turning Sentences in to Input Fields, https://medium.com/@brhea/structured-search-in-an-omnibox-5a4c4958ff32
• Sherwin, K. (2014) Progress Indicators Make a Slow System Less Insufferable, http://www.nngroup.com/articles/progress-indicators/

8 User Research

8.1 Methodology

• Dumas, S. J. and Fox, J. E. (2008) Usability Testing: Current Practice and Future Directions. J. A. Jacko ve A. Sears (eds,),? The Human-Computer Interaction Handbook: Fundamentals, Evolving Technologies and Emerging Applications (Human Factors And Ergonomics), New York: Lawrence

Erlbaum Assoc, 1129-1149.
• Preece, J., Y. Rogers ve H. Sharp. (2002). Chapter 10: Introducing Evaluation, ?Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. New York: John Wiley & Sons, Inc., 317-336.
• Preece, J., Y. Rogers ve H. Sharp. (2002). Chapter 11: Evaluation Framework, ?Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. New York: John Wiley & Sons, Inc., 339-356
• Rohrer, C. (2008) When to Use Which User Experience Research Methods, http://www.nngroup.com/articles/which-ux-research-methods/
• Rohrer, C. (2009) User Experience Research Methods in 3D: What to Use When and How to Know You’re Right, ?BayCHI, SF chapter of ACM SIGCHI, Palo Alto, CA, USA.
• Sauro, J. (2013) What UX Methods To Use And When To Use Them, ?Measuring Usability, http://www.measuringusability.com/blog/method-when.php
• Sauro, J. (2013) Comparison Of Usability Testing Methods, ?Measuring Usability, http://www.measuringusability.com/blog/method-comparison.php
• Brandi, S. (2014) Bias in the UX Lab, ?UX Reflections, http://akendi.com/blog/bias-in-the-ux-lab/? utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter
• Schade, A. (2015) Pilot Testing: Getting It Right (Before) the First Time, http://www.nngroup.com/articles/pilot-testing/? utm_term=0_7f29a2b335-276b9d555a-24394425&utm _content=buffera4c69&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer
• Schall, A. (2015) The Future of UX Research: Uncovering the True Emotions of our Users, User Experience: The Magazine of the UXPA, ?http://uxpamagazine.org/the-future-of-ux-research/
? Bojko?, A. and? Adamczyk?, K. A. (2014) More than Just Eye Candy: Top Ten Misconceptions about Eye Tracking, http://uxpamagazine.org/more-than-just-eye-candy-top-ten-misconceptions-about-eye-tracking/?utm _content=buffer09246&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer

8.2 Qualitative User Research

• Preece, J., Y. Rogers ve H. Sharp. (2002). Chapter 12: Observing Users, ?Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. New York: John Wiley & Sons, Inc., 359-387.
• Nielsen, J., (1995), 10 Usability Heuristics for User Interface Design, http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/
• Nielsen, J., (1995), Characteristics of Usability Problems Found by Heuristic Evaluation, http://www.nngroup.com/articles/usability-problems-found-by-heuristic-evaluation/
• Nielsen, J., (1995), How to Conduct a Heuristic Evaluation, http://www.nngroup.com/articles/how-to-conduct-a-heuristic-evaluation/
• Sherry, R. (2012) A Field Guide To Mobile App Testing,? ?Smashing Magazine,

http://mobile.smashingmagazine.com/2012/10/22/a-guide-to-mobile-app-testing/
• Faulkner, L. (2003) Beyond the five-user assumption: Benefits of increased sample sizes in usability testing,? ? http://www.simplifyinginterfaces.com/wp-content/uploads/2008/07/faulkner_brmic_vol35.pdf

8.3 Quantifying User Experience (Quantitative User Research)
• Pernice, K. and Nielsen, J. (2009) ?Eyetracking Methodology: How to Conduct and Evaluate Usability Studies Using Eyetracking, NN / g, Nielsen and Norman Group.
• Sauro, J. (2012) Five Critical Quantitative UX Concepts, ?Measuring Usability, http://www.measuringusability.com/blog/five-hard-quant.php
• Sauro, J. (2012) Nine Misconceptions About Statistics And Usability, ?Measuring Usability, http://www.measuringusability.com/blog/stats-usability-errors.php
• Sauro, J. (2010) What Metrics Are Collected In Usability Tests?,? ?Measuring Usability, http://www.measuringusability.com/blog/usability-metrics.php
• Sauro, J. (2012) 10 Benchmarks For User Experience Metrics, ?Measuring Usability,

http://www.measuringusability.com/blog/ux-benchmarks.php
• Sauro, J. (2013) 10 Metrics For Testing Website Navigation, ?Measuring Usability, http://www.measuringusability.com/blog/10-navigation-metrics.php?utm_source=feedly&utm_mediu m=feed&utm_campaign=Feed:+MeasuringUsability+(Measuring+Usability:+Quantitative+Usability+ and+Statistics)&utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter
• Sauro, J. (2012) 10 Things To Know About A/B Testing,? ?Measuring Usability, http://www.measuringusability.com/blog/ab-testing.php
• Sauro, J. (2013) Rating The Severity Of Usability Problems, ?Measuring Usability, http://www.measuringusability.com/blog/rating-severity.php
• Sauro, J. (2013) 10 Ways to Get a Horrible Survey Response Rate, ?Measuring Usability, http://www.measuringu.com/blog/horrible-responserate.php
• Baer, D. and Lubin, G. (2014), ?58 Cognitive Biases That Screw Up Everything We Do, Business Insider?, ? http://www.businessinsider.com/cognitive-biases-2014-6?op=1
• Bethlehem, J. (2009), Chapter3: Questionnaire Design, in ?Applied Survey Methods: A Statistical Perspective, Wiley Series in Survey Methodology.

8.4 Usability Testing Instruments

• USABILITY AND USER EXPERIENCE?: ?Society for Technical Communication UUX Special Interest Group? (2014) Usability Toolkit, http://www.uuxsig.org/usability-toolkit/?doing_wp_cron=1416828178.1387839317321777343750&ut m_source=twitterfeed&utm_medium=twitter

8.5 UX Research and Design Tools

• Sullivan Craig (2016) The List of UX Tools to Rule Them All, https://medium.com/muzli-design-inspiration/login-sign-up-inspiration-for-mobile-apps-aeff34090b bd#.ocoezqreq

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Discussion
2	Discussion
3	Cas d'Etude
4	Cas d'Etude
5	Cas d'Etude
6	Cas d'Etude
7	Cas d'Etude
8	Cas d'Etude
9	Cas d'Etude
10	Cas d'Etude
11	Cas d'Etude
12	Cas d'Etude

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 612	Ecriture en Relations Publiques	2	2	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	-
Contenus	-
Ressources	

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 622	Gestion et Communication de Crise	2	2	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu ders öğrencilere kriz-risk-sorun yönetimi konularında temel bilgileri aktarmayı ve pratik kazandırmayı, aynı zamanda da eleştirel ve sistematik/analitik bakış açısını geliştirmeyi amaçlamaktadır.
Contenus	Kriz, risk ve sorun yönetimi / Kuramsal çerçeve ve kavramlar Kriz ve risk iletişimi yönetimi Kriz iletişimi stratejileri Örnek vaka analizleri Risk Toplumu Kuramı

Ressources	Ders notları. BECK Ulrich, “Living in the World Risk Society”, Hubhouse Memorial Public Lecture at LSE, 15 February 2006. BECK Ulrich, Risk Society: Towards a New Modernity, Çev. Mark Ritter, London: Sage Publications, 1992. COOMBS, Timothy W. ve HOLLADAY Sherry J. (ed.). The Handbook of Crisis Communication, Massachusetts, MA: Blackwell. DELAHAYE PAINE Katie. “How to Measure Your Results in Crisis”, (2003), http://www.instituteforpr.com/pdf/HowtoMeasureYourResultsinaCrisis, KatieDelahayePaine2002.pdfIPR, 11.06.2006. GIDDENS Anthony, “Risk”, BBC/Reith Lectures, Hong Kong, 1999. FUREDI Frank, How Fear Works: Culture of Fear in the Twenty-First Century, London: Bloomsbury, 2018. GEORGE, Amiso M. ve PRATT, Cornelius B. (Eds.). Case Studies in Crisis Communication: International Perspectives on Hits and Misses, NY: Routledge, 2011. LERBINGER, Otto. The Crisis Manager: Facing Disasters, Conflicts and Failures, 2.Baskı, NY: Routledge, 2012. REGESTER, Michael ve LARKIN, Judy. Risk Issues and Crisis Management in Public Relations, 4th ed., London: Kogan Page, 2008. SELLNOW Timothy L. ve SEEGER, Matthew W. Theorizing Crisis Communication, UK: Wiley&Sons, 2013.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	-
2	-
3	-
4	-
5	-
6	-
7	-
8	-
9	-
10	-
11	-
12	-
13	-
14	-

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 662	Séminaire	2	0	0	0	0	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu derste stratejik iletişim yönetimi ile bağlantılı konularda çeşitli bilimsel dergilerde yayınlanmış makaleler, araştırmalar, projeler incelenecektir. Ayrıca konuk öğretim elemanlarının katılımlarıyla iletişim alanındaki güncel sorunlar tartışılacaktır. Öğrencilerin sektörün içinden profesyonellerden alacakları derslerle stratejik iletişim yönetimiyle ilişkili farklı alanlar hakkında bilgi sahibi olması amaçlanmaktadır.
Contenus	1.Hafta: Sunum teknikleri 2.Hafta: Tez yazımına giriş, veri toplama 3.Hafta: Tez yazımı; problematik ve hipotez oluşturma 4.Hafta: Tez yazımı; kaynak gösterme 5.Hafta: Bilimsel yazı ve sunuş 6.Hafta: Sektörden konuklar 7.Hafta: Sektörden konuklar 8.Hafta: Sektörden konuklar 9.Hafta: Sektörden konuklar 10.Hafta: Sektörden konuklar 11.Hafta: Öğrenci sunumları 12.Hafta: Öğrenci sunumları 13.Hafta: Öğrenci sunumları 14.Hafta: Öğrenci sunumları
Ressources	Halil Seyidoğlu. Bilimsel Araştırma ve Yazma Teknikleri. 8. Baskı, İstanbul: 2000

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Les techniques de présentation.
2	Introduction de la préparation d’une thèse
3	La préparation d’une thèse: Développer une problématique et les hypothèses.
4	La préparation d’une thèse: la bibliographie
5	Rédaction et présentation scientifique.
6	Des enseignants invités.
7	Des enseignants invités.
8	Des enseignants invités.
9	Des enseignants invités.
10	Des enseignants invités.
11	Les présentations des étudiants.
12	Les présentations des étudiants.
13	Les présentations des étudiants.
14	Les présentations des étudiants.

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY692	Communautés Virtuelles et Médias	2	2	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	
Contenus	
Ressources	

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 632	Communication sanitaire	2	2	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu ders iletişim stratejilerinin sağlığın geliştirilmesi yönünde, kamu çıkarı esas alınarak incelenmesini ve alan ile ilgili bilgi ve becerilerin kazandırılmasını amaçlamaktadır.
Contenus	Sağlığın tıbbi ve sosyal modeli Sağlığın tıbbileştirilmesi Sağlık iletişiminde kişilerarası ve kitle iletişimi boyutları Sağlık iletişiminde kullanılan yöntemler Sağlık iletişimi kuramları ve modelleri Sağlık okuryazarlığı Bilim ve sağlık haberciliği

Ressources	Ders notları. Ivan ILLICH, Sağlığın Gaspı, Çev: Süha Sertabipoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995. İnci ÇINARLI, Sağlık İletişimi ve Medya, İstanbul: Nobel Yayınları, 2008. Lawrence WALLACK vd., Media Advocacy and Public Health: Power for Prevention. California: Sage Publications, 1993. Charles ATKIN ve Lawrence WALLACK (ed.). Mass Communication and Public Health: Complexities and Conflicts. Newbury Park: Sage Publications, 1990. Ruhi Selçuk TABAK. Sağlık İletişimi, İstanbul: Literatür Yayınları, 1999. Michel FOUCAULT, Naissance de la Clinique, 3eme ed., Paris: Presse Universitaire de France, 1993. İnci ÇINARLI, “Bilim ve Sağlık Haberciliği: Kamu Yararına Doğru, Ulaşılabilir ve Kullanılabilir Enformasyon İletimi ve Sorumluluklar”, Tüm Yönleriyle Medya ve İletişim, Metin Işık ve Ayhan Erdem (ed.), Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları, 2008. İnci ÇINARLI ve Elgiz YILMAZ, “Sağlık Bilincinin Oluşturulmasında ‘Medya Okuryazarlığı’nın Önemi”, Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Kalemus Yayınları, 2007. Kevin B.Wright, Lisa Sparks and Dan O’Hair, Health Communication in the 21st Century, Blackwell Publishing, 2008. İnci ÇINARLI ve Elgiz YILMAZ, “The Media Manufacturing the Sense of Health, Illness and Disease: Health Coverage in Turkish Newspapers", Illness, Bodies and Contexts. Isabelle Lange, Zoe Norridge (eds.), Oxford: Interdisciplinary Press, 2010. Mustafa SÜTLAŞ, Medya için Sağlık, Sağlık için Medya, Bas-Haş: İstanbul, 2007. Daniele CARICABURU ve Marie MENORET, Sociologie de la Santé, Paris: Colin, 2004. Keith J. Petrie ve John A.Weinman, Perceptions of Health and Illness, Amsterdam: Harwood Academic Publishers, 1997. Peter Conrad, The Sociology of Health& Illness, 7th ed., New York: Worth Publishers, 2005. Ayrıca bkz. T.C. Sağlık Mevzuatı: http://www.istabip.org.tr http: //www.sanayi.gov.tr : (Reklam Kurulu kararları)

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	-
2	-
3	-
4	-
5	-
6	-
7	-
8	-
9	-
10	-
11	-
12	-
13	-

Semaine	Intitulés des Sujets
14	-

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 623	Communication interculturelle	2	2	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu dersin amacı, kültürlerarası ilişkilerde iletişimsel soruları anlamaktır.
Contenus	Kültürlerarası ilişkilerde iletişimsel sorular. İletişim engelleri: dil stereotipler, davranış.
Ressources	R. Amossy, A. Herschberg-Pierrot, Stéréotypes et clichés : langue, discours, société. • J.L. Austin, Quand dire, c'est faire! Points Seuil, Paris 1991 • P. Bourdieu, Ce que parler veut dire. Fayard, Paris, 1982 • Byram, M., Neuner, G., Zarate, G., La compétence socioculturelle dans l'apprentissage des langues, Editions du Conseil de l'Europe, Strasbourg, 1997 • E. Goffman, La Mise en scène de la vie quotidienne (tome 1 : "La Présentation de soi" `tome 2: "Les relations en public"), 1973. ; • E. Goffman, Les rites d'interaction, 1974. Editions de Minuit • E. Goffman, Façons de parler, trad. Paris, Minuit, 1987 • R. Gori, Le corps et le signe dans l'acte de parole. Dunod, Paris, 1978. • J.J. Gumperz, Engager la conversation. Introduction à la sociolinguistique interactionnelle. Minuit • C. Hagège, L'homme de paroles. Contribution linguistique aux sciences humaines. Fayard, Paris, 1985. • C. Hagège, Le souffle de la langue. Voies et destins des parlers d'Europe. Paris, Odile Jacob. 1992. • E.T. Hall, La dimension cachée, Points Seuil, Paris. 1971. • E.T. Hall, Le langage silencieux Points Seuil, Paris. 1973. • E.T. Hall, Au delà de la culture. Le Seuil, Paris, 1979. • B. Lahire, L'Homme pluriel, Nathan, coll."Essais et recherches", 1998 • D. Sperber, et D. Wilson, La Pertinence. Éditions de Minuit, 1989. • P.Watzlawick, Janet Helmick-Beavin et Don D. Jackson, Une logique de la communication, Paris, Points Seuil, 1979. • Y. Winkin, (Textes choisis par): La nouvelle communication. Le Seuil, Paris. 1981. Interculturalité • Abdallah-Pretceille, M., Vers une pédagogie interculturelle, Anthropos, Paris, 1996 • J.L. Amselle, Logiques métisses. Anthropologie de l'identité en Afrique et ailleurs, La Découverte, 1990 • J.L. Amselle, Branchements. Anthropologie de l'universalité des cultures, Flammarion, 2001 • Arjun Appaduraï, Après le colonialisme : les conséquences culturelles de la globalisation. Payot. 2001 • Kwame Anthony Appiah, Pour un nouveau cosmopolitisme. O. Jacob, 2006 trad. française, 2008 • R. Bastide, Les Amériques Noires, l'Harmattan, 1996 • G. Bateson et J. Ruesch, Communication et société, Paris, Seuil, 1988 • Homi K. Bhabha, Les Lieux de la culture. Une théorie postcoloniale, Payot, 2007 • H. K. Bhabha : Nation and Narration, Psychology Press, publié en 1990 et dans Les lieux de la culture : une théorie postcoloniale, Paris, Payot, 2007, publié initialement en 1994. • J.F. Bayart, L'illusion identitaire, Fayard, 2000 • H. Becker - Outsiders, Paris, A.M. Métaillé, 1985 • Ruth Benedict, Échantillons de civilisation, Paris, Gallimard, 1950. • M. Bourse et H. Yücel, Pour comprendre les Cultural Studies, L'Harmattan, 2016 • M. Bourse, "Des mots et des idées : Interculturel et /ou Multiculturel",Édition L'Harmattan, Paris.2017 • C. Camilleri, M. Cohen-Emerique, Chocs des cultures : concepts et enjeux pratiques. L'Harmattan, 1989 • Néstor García Canclini , Cultures hybrides. Stratégies pour entrer et sortir de la modernité, PUL, Collection:

Americana 2010
• M. De Carlo, L'interculturel, Clé international, Paris, 1998
• F. Constant, Le multiculturalisme, Flammarion, 2000
• D. Cuche, La notion de culture dans les sciences sociales. La Découverte, coll. Repères, 1996
• J. Demorgon, L'exploration interculturelle. Armand Colin, Paris, 1989.
• J. Demorgon, Complexité des cultures et de l'interculturel. Anthropos, Paris, 1996
• M. Duchet, Anthropologie et histoire au siècle des Lumières, Paris, Albin Michel, «Bibliothèque de l'évolution de l'humanité », 1971, rééd.1995
• R. Kastoryano (dir.), Quelle identité pour l'Europe? Le multiculturalisme à l'épreuve, Presses de Sciences Po, 1998
• J. Kristeva, Étrangers à nous-mêmes. Fayard, Paris, 1988
• W. Kymlycka, La citoyenneté multiculturelle : une théorie du droit des minorités, Montréal, Boréal, 2001,
• C. Labat / G. Vermès, Cultures ouvertes, sociétés interculturelles : du contact à l'interaction. L'Harmattan, Paris, 1994
• D. Lacorne, "La crise de l'identité américaine", Paris, Fayard, 1997.
• J.R. Ladmiral, E.M.: Lipiansky, La communication interculturelle. Armand Colin, Paris, 1991.
• Cl. Lévi-Strauss, Race et Histoire. Gonthier, Paris, 1968.
• R. Linton, Le fondement culturel de la personnalité,. Dunod, Paris, 1995
• B. Malinowski, Une théorie scientifique de la culture. Maspero, Paris, 1968
• M. Mead, Mœurs et sexualité en Océanie. Plon, Paris, 1963
• Rivera, René Gallissot, Mondher Kilani, ouvrage collectif, L'imbroglio ethnique en quatorze mots clés, Payot, Lausanne, 2001
• D. Schnapper, La France de l'intégration. Sociologie de la nation en 1990, Gallimard, 374p.1991
• D. Schnapper et C. Bachelier, Qu'est-ce que la citoyenneté? Gallimard/Folio, 2000.
• P.A. Taguieff, La force du préjugé. Essai sur le racisme et ses doubles. La Découverte, Paris, 1987.
• Taylor, Multiculturalisme, différence et démocratie. Aubier, Paris, 1994
• A.M. Thiesse, La création des identités nationales. Europe, 18ème-20ème siècles, Seuil, 1999
• F. Thual, Les Conflits identitaires, Éd. Ellipses/Iris, 1995
• E. Todd, Le destin des immigrés, Assimilation et ségrégation dans les démocraties occidentales
• T. Todorov, Nous et les Autres. Le Seuil, Paris, 1988.
• Touraine, Pourrons nous vivre ensemble? Egaux et différents. Fayard, 1997
• G. Vinsonneau, Culture et comportement. A. Colin, Paris, 1997
• M. Walzer, Pluralisme et Démocratie, Esprit, 1997
• P. Weil, La France et ses étrangers. L'aventure d'une politique de l'immigration de 1938 à nos jours, Folio, Gallimard, 1995
• M. Wieviorka, L'espace du racisme, Seuil, 1991
• M. Wieviorka (dir.) Une société fragmentée, le multiculturalisme en débat, La Découverte, 1997
• M. Wieviorka, Le racisme, une introduction, La Découverte -poche, "Essais", 1998

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Position du problème : les obstacles de la communication
2	Théories et Définition de la communication
3	Théories et définition de la culture
4	Interculturel vs multiculturel
5	La question de la langue 1
6	la question de la langue 2
7	Les stéréotypes et préjugés 1
8	Les stéréotypes et préjugés 2
9	La communication comme structure de comportement
10	Le rôle du non verbal dans la communication interculturelle
11	Présentation d'ouvrages choisis dans la liste bibliographique
12	Présentation d'ouvrages choisis dans la liste bibliographique
13	Présentation d'ouvrages choisis dans la liste bibliographique
14	Présentation d'ouvrages choisis dans la liste bibliographique

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 695	Diplomatie Publiques	2	3	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu dersin amacı öğrencilerin kamu diplomasisi kavramı hakkında eleştirel düşünmelerini sağlamak, bu kavramla ilgili doğru strateji ve taktikleri seçmeyi bilmelerini sağlamaktır. Ders kapsamında öğrencilerin uluslararası kamuoyu yönetimi kapsamında ulusal itibarı yerleştirmeyi ve sürdürmeyi bilmelerini sağlamaktır.
Contenus	1. Hafta Ders hakkında genel bilgilendirme Kamu diplomasisi kavramının kapsamı 2. Hafta Kamu / Oy/ Kamuoyu kavramları ve halkla ilişkiler aracılığıyla kamuoyu oluşturma Diplomasi kavramı Küreselleşme Sonrasında Diplomaside Yeni Aktörler 3. Hafta Küreselleşme ile değişen güç kavramı, Sert güç / Yumuşak güç / Akıllı güç Halkla İlişkiler Aracılığıyla Kamuoyu Oluşturma 4. Hafta Kamu diplomasisi tanımları Kamu diplomasisi tarihçesi 5. Hafta Kamu diplomasisinde hedef kitle ve kaynak Kamu diplomasisi aktörleri 6. Hafta Uluslararası Halkla İlişkiler: İmaj ve İtibar Yönetimi Kamu diplomasisi/stratejik iletişim yönetimi/algılama yönetimi/propaganda: arasındaki ilişkilerin analizi 7. Hafta Kamu Diplomasisi Modelleri 8. Hafta Vize (kesin tarih değil) 9. Hafta Kamu diplomasisi strateji ve taktikleri Kamu diplomasisi 2.0, dijital diplomasi 10. Hafta Kamu diplomasisi faaliyetlerinden örnekler Dünyada Kamu Diplomasisi (ABD, Fransa, İngiltere,) Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Öğeleri 11. Hafta Öğrenci sunumları 12. Hafta Öğrenci sunumları 13. Hafta Öğrenci sunumları 14. Hafta Öğrenci sunumları

Ressources	Gaye Aslı Sancar, Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler. 2. Basım, Beta Yayınları, İstanbul, 2014. Gaye Aslı Sancar (Ed.) Kamu Diplomasisinde Yeni Yaklaşımlar ve Örnekler. Beta Yayınları, İstanbul, 2016 Gaye Aslı Sancar. "Turizm Diplomasisi Kapsamında Yer Markalama: Turkey Home Kampanya Analizi" Selçuk İletişim Dergisi. Sayı: 9 (2017) İnci Çınarlı, Stratejik İletişim Yönetimi. 2. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 2013. Senem Çevik ve Philip Seib, Turkey's Public Diplomacy, Palgrave MacMillan, New York, 2015. Senem Çevik ve Mehmet Şahin, Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi, Nobel Yayınları, Ankara, 2015. Joseph Nye, Soft Power: The Means to Success in World Politics, Public Affairs, 2005. Nancy Snow and Philip Taylor, (Eds.) Handbook of Public Diplomacy, New York: Routledge, 2009 Kathy Fitzpatrick. The Future of U.S. Public Diplomacy: An Uncertain Fate. Leiden, Martinus Nijhoff Publishers, 2009. Jan Melissen. The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations. Second Edition. New York: Palgrave Macmillan, 2007 William Rugh. (Ed.), The Practice of Public Diplomacy. New York, Palgrave Macmillan, 2011. Philip Seib. (Ed.) Toward a New Public Diplomacy. New York, Palgrave Macmillan, 2009. Rhonda Zaharna. Battles to Bridges. New York, Palgrave Macmillan, 2010. Philip Seib. Real-Time Diplomacy. New York, Palgrave MacMillan, 2012. William Kiehl (Ed.) The Last Three Feet: Case Studies in Public Diplomacy. Washington, Public Diplomacy Council, 2012. James Pamment. New Public Diplomacy in the 21st Century. London, Routledge, 2012. Gyorgy Szozndi "Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences", Discussion Papers in Diplomacy. Netherlands Institute of International Relations Clingendael, No:112, Netherlands, 2008 Aslı Yağmurlu. "Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi", İletişim Araştırmaları Dergisi. Ankara, Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi, 2011, ss. 9-39.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Code du Cours	Nom du Cours	Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 603	Médias sociaux dans la communication stratégique	2	2	0	0	2	4

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	

Contenus	
Ressources	

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets