İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM107	Fransızca Yöntem Konferansı I	1	1	1	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Üniversite çalışmaları kapsamında gerekli çalışma yöntemlerinin kazanılmesi Ortak bir tema etrafında belgelerin özetini yazabilmek
İçerik	Bu ders üç amaç etrafında düzenlenmiştir: - Daha fazla bilgi edinmek ve bilgi vermek - Karşılaştırma yapmak - Analiz etmek ve sentezlemek
Kaynaklar	Öğretmen tarafından hazırlanan ders dosyası

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin sunumu, amaçları, değerlendirme sistemi. İletişim kavramı üzerine zihinsel harita oluşturma
2	Belgesel araştırma: Nasıl güvenilir kaynakları bulabilirim?
3	Not alma: Neden ve nasıl?
4	Okuma sayfası: Bir metnin ana fikirlerini arama
5	Okuma sayfası: Temel fikirleri tanımlama ve yeniden formüle etme
6	Okuma sayfası: Temel fikirleri tanımlama ve yeniden formüle etme
7	Kısmi inceleme
8	Şifrelenmiş verilerin analizi
9	Belgelerin özeti: Ortak bir tema üzerinde farklı belgelerin analizi
10	Belgelerin özeti: Belgelerin ana fikirleriniaraştırma ve düzenleme
11	Belgelerin Özeti: Özet Tablo
12	Belgelerin Özeti: Giriş
13	Belgelerin Özeti: Sonuç
14	Ders incelemesi ve final sınavına hazırlık

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM117	Tasarım Odaklı Düşünce	1	2	1	0	3	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans

Dersin Amacı	Tasarım odaklı düşünme dersinin temel amacı, birinci sınıf öğrencilerine kullanıcıyı merkeze alan bir problem çözme metodolojisi kazandırmaktır. Öğrenciler bu metodolojiyi kullanarak, tanımladıkları çeşitli problemler için inovatif ve yaratıcı çözümler üretebilecekler ve bu çözümleri somut prototiplere dönüştürebilme kapasitesine sahip olacaklardır.
İçerik	1. Hafta: Tasarım odaklı düşünmeye giriş; Amaç & kapsam, tarihi gelişim, popülerleşme nedenleri, anlayışlı tasarım odaklı düşünce yöntemlerine hızlı bakış. 2.Hafta: Empatinin tasarım odaklı düşünmede önemi; Hedef gruba & kullanıcıya yönelik empati yöntemleri geliştirmek, kullanıcı görüşmeleri süreçleri, gözlem ve yaratıcılık için doğru ortamı oluşturmak. 3. Hafta: Tasarım odaklı düşünmede tanımlama aşaması: Yakınlık diyagramı oluşturma adımları ve persona tanımlamak, tasarım odaklı düşünmede kültürel araştırmalar. 4.Hafta: Tasarım odaklı düşünmede tanımlama aşaması: Tanımlanan problemi çözmek üzerine bakış açısı oluşturma (POV), empati haritalandırma teknikleri. 5.Hafta:Tasarım odaklı düşünmede fikir üretme aşaması: İnovasyona giriş, tasarımda düşüncelemenin önemi ve düşünceleme yöntemleri (Beyin fırtınası, SCAMPER, analoji metodları). 6.Hafta: Tasarım odaklı düşüncede fikir üretme aşaması: Düşüncelemenin önündeki engellere yönelik varsayımlar oluşturma yöntemleri. 7.Hafta: Vize Sınavı 8.Hafta:Tasarım odaklı düşünmede prototipleme aşaması: Doğru prototiplemeye yönelik mümkün ve uygulanabilir yöntemler geliştirme teknikleri. 9. ve 10.Hafta:Tasarım odaklı düşünmede prototipleme & test aşamaları Düşük detaya sahip prototip geliştirmek, prototip oluşturmakta sık karşılaşılan tuzakları tanımlamak. 11.Hafta: Tasarım odaklı düşünmede yapay zeka araçları kullanımı:Workshop 12. 13. ve 14. Hafta: Projeler ve vaka çalışmaları
Kaynaklar	Buchanan, R. (2015). Wicked problems and design thinking. Design Issues, 31(3), 5-21. Dam, R. F., & Siang, T. Y. (2021). Design Thinking: New Innovative Thinking for New Problems. Interaction Design Foundation. Kelley, T., & Littman, J. (2001). The art of innovation: Lessons in creativity from IDEO, America's leading design firm. HarperBusiness. Limay, M. (2014). Design thinking: A practical guide to innovative problem solving. Taylor & Francis. Moggridge, B. (2007). Designing experiences. MIT Press. Rowe, P. G. (1999). Design Thinking. Cambridge, Massachusetts; London, England: The MIT Press. Brown, T. (2009) Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation Introduction. Interaction Design Foundation (2024). Design Thinking: The Ultimate Guide (Course).

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tasarım odaklı düşünmeye giriş; Amaç & kapsam, tarihi gelişim, popülerleşme nedenleri, anlayışlı tasarım odaklı düşünce yöntemlerine hızlı bakış.
2	Empatinin tasarım odaklı düşüncede önemi; Hedef gruba & kullanıcıya yönelik empati yöntemleri geliştirmek, kullanıcı görüşmeleri süreçleri, gözlem ve yaratıcılık için doğru ortamı oluşturmak.
3	Tasarım odaklı düşüncede tanımlama aşaması: Yakınlık diyagramı oluşturma adımları ve persona tanımlamak,tasarımodaklı düşüncede kültürel araştırmalar.
4	Tasarım odaklı düşüncede tanımlama aşaması: Tanımlanan problemi çözmek üzerine bakış açısı oluşturma (POV), empati haritalandırma teknikleri ve paydaş haritalandırma yöntemleri.
5	Tasarım odaklı düşüncede fikir üretme aşaması: İnovasyona giriş, tasarımda düşüncelemenin önemi ve düşünceleme yöntemleri (Beyin fırtınası, SCAMPER, analoji metodları).
6	Tasarım odaklı düşüncede fikir üretme aşaması: Düşüncelemenin önündeki engellere yönelik varsayımlar oluşturma yöntemleri.

Hafta	Konu Başlıkları
7	Tasarım odaklı düşüncede prototipleme aşaması: Doğru prototiplemeye yönelik mümkün ve uygulanabilir yöntemler geliştirmek.
8	Tasarım odaklı düşüncede prototipleme aşaması: Düşük detaya sahip prototip geliştirmek, prototip oluşturmakta sık karşılaşılan tuzakları tanımlamak.
9	Tasarım odaklı düşüncede test aşaması: Değerlendirmeye yönelik araştırmada test aşaması, kullanılabilirlik testlerine giriş sezgisel prensiplerle tasarımı değerlendirme yöntemi.
10	
11	
12	
13	
14	

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM133	Siyaset Bilimi	1	3	0	0	3	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı birinci sınıf öğrencilerine siyaset biliminin temel kavramlarını, yazarlarını ve akımlarını aktarmaktır. Ayrıca bu ders kapsamında, iletişim öğrencilerinin siyasete ilişkin aktarımları diğer derslerde edindikleri bilgilerle bağlantılandırmaları hedeflenmektedir.
İçerik	Bkz. konu başlıkları
Kaynaklar	Ders notları

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma ve dersin genel çerçevesinin sunumu
2	Siyasetin tanımlanması
3	Siyaset biliminin tanımlanması; siyasal-sosyal farkı
4	Devlet: Tanımı, öğeleri, özellikleri, felsefi temelleri
5	Siyasal iktidar
6	Siyasal hayatın sistemsel analizi (David Easton)
7	Vize sınavı
8	Siyasal kültür
9	Siyasal toplumsallaşma ve siyasal katılım
10	Siyasal alandaki aktörler/edimciler
11	Siyasal rejimler
12	Siyasal partiler
13	Seçimler ve demokrasi
14	Siyaset ve medya

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM121	Sosyoloji	1	3	0	0	3	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Le cours vise à permettre aux étudiants l'acquisition d'une culture sociologique générale, par une initiation aux auteurs, aux concepts, aux différents courants et méthodes sociologiques. Nous nous efforcerons tout au long de ce cours de relier l'apport de ces auteurs à des questions et problématiques actuelles.
İçerik	Le cours porte sur le penseurs fondateurs et les courants sociologiques autour des themes comme la cohésion sociale, la stratification, l'integration, le changement social, la culture, les conflits sociaux
Kaynaklar	X. Molénat, La Sociologie, Sciences Humaines Editions, 2009, Auxerre F. Jonas, Histoire de la Sociologie, Larousse, Paris J. Sumpf, M. Hugues, Dictionnaire de Sociologie

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Introduction, présentation du cours, explication du contenu, du concept et des limites de la sociologie, les circonstances historiques de sa naissance
2	Les théories sociologiques pionnières : Montesquieu, Rousseau, Marx.
3	La place du droit dans les théories fondatrices sociologiques : Durkheim, Weber.
4	Les modes de production et l'évolution sociale.
5	La stratification sociale et la hiérarchie.
6	Les institutions sociales, la famille, les cercles de socialisation.
7	Le comportement déviant et la criminalité.
8	Examen partiel
9	L'intégration sociale et le conflit
10	Le concept de culture et les faits culturels
11	Le moderne, la modernité, la modernisation et le postmodernisme
12	Les inégalités sociales et leurs racines économiques
13	La production artistique, l'esthétique et le monde des représentations
14	Les antinomies du processus de mondialisation, une nouvelle socialité vers le post-humanisme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
ECON191	İktisada Giriş	1	3	0	0	3	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu

Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencileri iktisat biliminin temel kavram ve ilkeleriyle tanıştırmaktır. Bu amaçla derste serbest piyasa sistemi, tam ve eksik rekabet piyasaları, tekel piyasası, arz, talep, denge, tüketici ve üretici fazlası, etkinlik, bölüşüm, değişim ve üretim gibi temel iktisadi kavramlar incelenecektir.
İçerik	Konu başlıklarına bakınız.
Kaynaklar	Mankiw, G.N. (1998). Principes De l'Economie. Paris: Economica Stiglitz, J. E., Walsh, C.E. & Lafay, J.D. (2007). Principes d'économie moderne. Paris : De Boeck.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Genel giriş ve dersin amaçlarının tanıtımı
2	Mikroekonomi'nin ilgi alanı
3	Arz ve Talep
4	Esneklik kavramı ve iktisadi uygulamaları
5	Arz, Talep ve Ekonomi Politikaları
6	Tüketiciler, Üreticiler ve Ekonomik Etkinlik
7	Vize Sınavı
8	Firma teorisine giriş ve üretim maliyetleri
9	Tam Rekabet Piyasası
10	Tekel Piyasası
11	Tekel Piyasası
12	Oligopol Piyasası
13	Tekelci Rekabet Piyasaları
14	Üretim Faktörleri Piyasası

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM127	Diksiyon ve Hitabet Sanatı	1	0	2	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Kendini doğru ve etkili ifade edebilme, dilimiz Türkçe'yi kurallarıyla doğru şekilde kullanabilme becerisi bireylerin hem özel yaşamlarındaki iletişim kalitelerini hem de profesyonel hayattaki başarılarını arttırabilmeleri için önem taşımaktadır. Türkçe yazıldığı gibi konuşulmayan, kendine has kuralları ve müziği olan zengin bir lisandır. Üniversitemizden mezun bir öğrencinin Türkçe'yi doğru kullanması çok önemlidir. Dersimizin öncelikli amacı Türkçe'nin doğru kullanımı ve diksiyon kurallarının öğrenilmesi olacaktır. Bununla birlikte kullanılan dilin doğruluğu kadar ifadenin de güçlü olması da kişiyi başarıya taşıyan temel unsurlardan biridir. Antik Yunan'dan bu yana hitabet bir "sanat" olarak kabul görmektedir. Bu dersimiz aracılığıyla öğrencilerin bu sanata hakimiyetini arttırmayı hedeflemekteyiz

İçerik	1. Hafta: Giriş Dersi 2. ve 3. Hafta: Temel Diksiyon Kuralları ¦ Seslerin doğru telaffuzu ¦ Yazım ve okunuş farkları ¦ Kalın-ince ünlüler ve kullanımları ¦ Sert ve yumuşak vokaller ¦ Özel harfler o Ğ kullanımı o R kullanımı 4. ve 5. Hafta: Tonlama ¦ Deşifre o Metnin dilsel çözümlemesi o Metnin anlamsal çözümlemesi ¦ Doğru tonlama o Ünlemlerin tonlanması o Duyguların tonlamayla aktarılması o Varyasyon 6, 7 ve 8. Hafta: Ses ve Nefes Kullanımı ¦ Sesin oluşumu o Teknik açıklama o Farklı rezonanslar; göğüs, gırtlak, burun ve kafa sesleri o Ses telleri ¦ Nefes ve doğru nefes almak o Nefesin evreleri o Diyafram nefesi ve nefes kullanımı ¦ Ses ve nefes egzersizleri 9. Hafta: Hitabet Sanatına Giriş: Nasıl söylemeliyim ¦ Bir sanat olarak Hitabet ¦ Etkili konuşmanın temel unsurları 10. ve 11. Hafta: Hitabet ve Beden Dili Kullanımı: Nasıl “en iyi ifade ederim” ¦ Beden dilinin ana kavramları ¦ Duruş, ifade ¦ Jest ve mimik kullanımı 12, 13. Ve 14. Hafta: Uygulama Çalışmaları ¦ Seçili metinler ve doğaçlamalarla uygulama çalışmaları
Kaynaklar	• Şenbay, Nüzhet (2008) Söz ve Diksiyon Sanatı. • Şenbay, Nüzhet (1972) Alıştırmalı Diksiyon Sanatı. • İnce, Levent (Ders notları), Diksiyon Alıştırma Kitabı • Augusta Boal (1992) Oyuncular ve Oyuncu Olmayanlar İçin Oyunlar, çev.Berk Ataman, Özgürol Öztürk, Kerem Rızvanoğlu (2010), Boğaziçi Üniversitesi Yayınları. • Richards, Thomas (2005), Grotowski ile Fiziksel Eylemler Üzerine Çalışmak, Çev.Hülya Yıldız, Ayşın Candan. • Özdemir, Metin (2017), Hitabet: Güzel ve Etkili Konuşma Sanatı.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM129	Temel Tasarım	1	1	1	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Tasarım eğitiminin ilk adımı olan bu derste tasarım ve sanat arasındaki ince ayrım gözetilerek temel tasarım ilkeleri, araçları ve prensipleri teorik ve uygulamalı olarak yürütülecektir. İki boyutlu, üç boyutlu, hareketli ya da etkileşimli her tür tasarım ortamı için gerekli temel ilke, prensip ve araçlar ders kapsamındadır. Her tür tasarım ve sanat eğitiminin temeli olan bu ders, iletişim fakültesi öğrencilerinin oluşturduğu katılımcı kitlesinin ihtiyaçları göz önünde bulundurularak yeniden şekillendirilmiştir.
İçerik	1. Hafta: Temel Tasarıma Giriş 2. Hafta: Tasarım Elemanları: Kavramsal Nokta, Çizgi, Alan, Hacim 3. Hafta: Tasarım Elemanları: Görsel Şekil-Biçim, Işık-Gölge Tasarım İlkeleri: Şekil-Zemin Tasarım Araçları: İndirgeme-Soyutlama 4. Hafta: Alan Çalışması 5. Hafta: Tasarım Elemanları: Görsel Renk-Ton Tasarım İlkeleri: Denge 6. Hafta: Tasarım Elemanları: Görsel Desen-Doku Tasarım İlkeleri: Uyum Tasarım Araçları: Tekrar 7. Hafta: Alan Çalışması 8. Hafta: Tasarım Elemanları: İlişkisel Doğrultu-Konum-Boyut-Ağırlık Tasarım İlkeleri: Ritm / Vurgu Tasarım Araçları: Geçişkenlik 9. Hafta: Tasarım Elemanları: Pratik Sunum-Anlam-İşlev-Yapı Tasarım Araçları: Hiyerarşi-Sarmallık-Merkezilik- Odaklama-Hizalama-Grid 10. Hafta: 3. Boyutta Tasarım 11. Hafta: Tasarım'da Yazı Kullanımı: Tipografi 12. Hafta: Tasarım'da Yazı Kullanımı: Tipografi 13. Hafta: Etkileşim Tasarımına Giriş 14. Hafta: Alan Çalışması
Kaynaklar	- Graham, I. (2002) Basics of Design: Layout and Typography for Beginners, Delmar. - Ambrose, G. ve Harris, P. (2003) The Fundementals of Creative Design, AVA Publishing.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Temel Tasarıma Giriş
2	Tasarım Elemanları: Kavramsal
3	Tasarım Elemanları: Görsel Tasarım İlkeleri: Şekil-Zemin Tasarım Araçları: İndirgeme-Soyutlama
4	Alan Çalışması
5	Tasarım Elemanları: Görsel Tasarım İlkeleri: Denge
6	Tasarım Elemanları: Görsel Tasarım İlkeleri: Uyum Tasarım Araçları: Tekrar
7	Alan Çalışması
8	Tasarım Elemanları: İlişkisel Tasarım İlkeleri: Ritm / Vurgu Tasarım Araçları: Geçişkenlik
9	Tasarım Elemanları: Pratik Tasarım Araçları: Hiyerarşi-Sarmallık-Merkezilik- Odaklama-Hizalama-Grid
10	3. Boyutta Tasarım
11	Tasarım'da Yazı Kullanımı:
12	Tasarım'da Yazı Kullanımı:
13	Etkileşim Tasarımına Giriş
14	Alan Çalışması

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM137	Temel Programlama I	1	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Öğrencileri temel bilgisayar ve bilişim teknolojileri bilgisi vermek. Giriş seviyesinde programlama dilleri ve basit kodlar geliştirme yetisi kazandırmak
İçerik	Bilgisayarlara giriş, kısa tarihçe, bilgisayar bileşenler, işletim sistemleri, kelime işlem ve tablolama yazılımları, programlama dilleri, programlamaya giriş, başlangıç seviyesi Python programlama.
Kaynaklar	Ders notları ve sunumları Charles R. Severance, "Python for Everybody - Exploring Data Using Python 3", 2016-Jul-05 First Complete Python 3.0 version.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş, Dersin Amacı, Bilgisayar tanımı ve çeşitleri
2	Bilgisayar ve Bilişim Teknolojileri Kısa Tarihçe
3	Temel Bilgisayar Donanımı
4	İşletim Sistemleri
5	Kelime İşlem Yazılımları
6	Tablolama Yazılımları
7	Diğer Popüler yazılımlar (sunum, vektörel tasarım, piksel bazlı tasarım)
8	ARA SINAV

Hafta	Konu Başlıkları
9	Python'a giriş
10	Stringler
11	Değişkenler
12	Temel işlemler
13	Kullanıcıdan veri girişi ve işlenişi
14	Koşullar ve döngüler

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM147	Medyada ve İletişimde Yapay Zekâya Giriş I	1	1	1	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Yapay zekâ (YZ) ve makine öğreniminde (ML) temel kavram ve güncel pratiklerin, iletişim ve sosyal bilimler alanındaki vaka analizleri üzerinden kavranmasını sağlamak. Kuramsal tartışmaların ve uygulamaların yarattığı teknik, etik ve hukukî sorunların eleştirel bir bakışla irdelenmesi için öğrencilere gerekli bilgi altyapısını edindirmek. Üretsel YZ (Generative AI) alanındaki örnek uygulamalar üzerinden pratik beceriler kazandırmak, akademik ve ekonomik sektörlerde kullanılan güncel araç ve yöntemleri tanıtmak.

İçerik	1. Hafta: Sosyal bilimciler ve iletişimciler için yapay zekâya giriş 2. ve 3. Hafta: ¦ Leibniz'den günümüze yapay zekânın tarihi: Yapay zekâ tarihinde çığır açan fikirlerin ve teknolojilerin evrimi ve birbiriyle bağlantısı ¦ Yapay zekâ nasıl çalışıyor? Makine öğrenme, derin öğrenme, gözetimli/gözetimsiz öğrenme, rastgele orman, sınıflandırma ve kümeleme, regresyon, boyut azaltma, evrimişimli sinir ağları, NLP, LLM gibi anahtar kavramlar ve teknik terimler 4., 5. ve 6. Hafta: ¦ Yapay zekânın etik boyutu. İnsanî ikilemler. YZ eğitim veri setlerindeki sorunlar: Hatalı örneklem, önyargılar/taraflılık, vb. ¦ Yapay zekânın yasal altyapısı ve hukuki boyutu. ABD, Avrupa Birliği, Çin ve Türkiye başta olmak üzere dünyada yürürlüğe giren veya hazırlık aşamasında olan YZ mevzuatı ile demokratik sivil toplumun ve diğer paydaşların bu alandaki regülasyon çabalarına yaklaşımı ¦ Robotlar kimi işsiz bırakacak? Yapay zekânın ekonomik boyutu. Programlanabilir mantık denetleyicilerinin (PLC) icat edildiği 1960'lardan bu yana otomasyonun ekonomiye ve insan kaynaklarına etkisi. Ders konuğu: YZ etiği alanında uluslararası bir uzman Egzersiz: “Tesla’yı siz kodlasaydınız…” tartışması / uygulaması 7. ve 8. Hafta: ¦ Üretsel yapay zekânın tanımı, temelleri ve modelleri. LDA, Markov zincirleri, Bayes ağları gibi “üretsel” YZ yöntemleri. Bunların lojistik regresyon, karar ağacı, rastgele orman vb. “ayrımcı” YZ yöntemlerinden farkı. Metin, görsel, kod, ses veya diğer türden veriler üreten modellerin çalışma prensiplerine giriş. GAN'lar, 'transformer'lar, difüzyon modelleri... ¦ Üretsel yapay zekâda araçlar ve platformlar. Günümüzde kullanılan üretsel YZ araçlarına giriş. Kodlama gerektirmeden YZ kullanımına imkân sağlayan platformlar. 9. ve 10. Hafta: ¦ Her şeye bir chatbot mu? Kullanıcı deneyimi ve insan odaklı yapay zekâ. LLM'lerin güçlenip yaygınlaşmasıyla diyaloğa dayalı arayüzlerin kullanıcı deneyimin eyaptığı etkiler. Yan etkilerin insan odaklı bir yaklaşımla çözümüne yönelik bilimsel çabalar. ¦ Komut mühendisliğinde anahtar kavramlar ve örnek uygulamalar. “Zero-shot,” “few-shot,” “Chain-of-Thought” ve “priming” gibi tekniklere giriş. Ders konuğu: Üretsel YZ alanında uluslararası bir uzman Egzersiz: LLM ve GAN destekli medya üretimi 11. ve 12. Hafta: ¦ Yapay zekâyla medya üretimi ve dağıtımında örnek uygulamalar. Günümüzde iletişim sektöründe kullanılan YZ uygulamalarının irdelenmesi. ¦ Yapay zekâyla veri toplama ve analizinde örnek uygulamalar. Günümüzde akademide ve sağlık, bankacılık vb. sektörlerde veri toplama ve işleme için kullanılan YZ uygulamalarının irdelenmesi. Egzersiz: YZ destekli akademik literatür taraması 13. ve 14. Hafta: ¦ Final proje atölyeleri, rehberlik ve yardım. ¦ Final proje sunumları ve sınıf tartışması.

Kaynaklar	• Artificial Intelligence Basics – T. Taulli • Artificial Intelligence: A Modern Approach – S. J. Russell & P. Norvig • Quick Start Guide to Large Language Models – Sinan Özdemir • Life 3.0: Being Human in the Age of Artificial Intelligence – M. Tegmark, R. Shapiro • The Alignment Problem: Machine Learning and Human Values – B. Christian • Noise: A Flaw in Human Judgment – D. Kahneman, O. Sibony, C. R. Sunstein • İktidar ve Teknoloji: Bin Yıllık Mücadele – D. Acemoğlu, S. Johnson • Gözetleme Kapitalizmi Çağı – S. Zuboff • Adalet: Yapılması Gereken Doğru Şey Nedir? – M. J. Sandel • Derse konu olacak yazılımlar ve dijital uygulamalar: ChatGPT, Gemini, Microsoft Copilot, Claude, Mistral, Llama 3, Perplexity AI, Elicit, Consensus, DALL-E, Stable Diffusion Tools, Canva, Lex, DeepL, HeyGen, Opinionate, Aino ve Google Colab

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Sosyal bilimciler ve iletişimciler için yapay zekâya giriş
2	Leibniz'den günümüze yapay zekânın tarihi: Yapay zekâ tarihinde çığır açan fikirlerin ve teknolojilerin evrimi ve birbiriyle bağlantısı
3	Yapay zekâ nasıl çalışıyor? Makine öğrenme, derin öğrenme, gözetimli/gözetimsiz öğrenme, rastgele orman, sınıflandırma ve kümeleme, regresyon, boyut azaltma, evrimişimli sinir ağları, NLP, LLM gibi anahtar kavramlar ve teknik terimler
4	Yapay zekânın etik boyutu. İnsanî ikilemler. YZ eğitim veri setlerindeki sorunlar: Hatalı örneklem, önyargılar/taraflılık, vb.
5	Yapay zekânın yasal altyapısı ve hukuki boyutu. ABD, Avrupa Birliği, Çin ve Türkiye başta olmak üzere dünyada yürürlüğe giren veya hazırlık aşamasında olan YZ mevzuatı ile demokratik sivil toplumun ve diğer paydaşların bu alandaki regülasyon çabalarına yaklaşımı
6	Robotlar kimi işsiz bırakacak? Yapay zekânın ekonomik boyutu. Programlanabilir mantık denetleyicilerinin (PLC) icat edildiği 1960'lardan bu yana otomasyonun ekonomiye ve insan kaynaklarına etkisi.
7	Üretsel yapay zekânın tanımı, temelleri ve modelleri. LDA, Markov zincirleri, Bayes ağları gibi “üretsel” YZ yöntemleri. Bunların lojistik regresyon, karar ağacı, rastgele orman vb. “ayrımcı” YZ yöntemlerinden farkı. Metin, görsel, kod, ses veya diğer türden veriler üreten modellerin çalışma prensiplerine giriş. GAN'lar, 'transformer'lar, difüzyon modelleri...
8	Üretsel yapay zekâda araçlar ve platformlar. Günümüzde kullanılan üretsel YZ araçlarına giriş. Kodlama gerektirmeden YZ kullanımına imkân sağlayan platformlar.
9	Her şeye bir chatbot mu? Kullanıcı deneyimi ve insan odaklı yapay zekâ. LLM'lerin güçlenip yaygınlaşmasıyla diyaloğa dayalı arayüzlerin kullanıcı deneyimine yaptığı etkiler. Yan etkilerin insan odaklı bir yaklaşımla çözümüne yönelik bilimsel çabalar.
10	Komut mühendisliğinde anahtar kavramlar ve örnek uygulamalar. “Zero-shot,” “few-shot,” “Chain-of-Thought” ve “priming” gibi tekniklere giriş.
11	Yapay zekâyla medya üretimi ve dağıtımında örnek uygulamalar. Günümüzde iletişim sektöründe kullanılan YZ uygulamalarının irdelenmesi.
12	Yapay zekâyla veri toplama ve analizinde örnek uygulamalar. Günümüzde akademide ve sağlık, bankacılık vb. sektörlerde veri toplama ve işleme için kullanılan YZ uygulamalarının irdelenmesi.
13	Final proje atölyeleri, rehberlik ve yardım. Final proje sunumları ve sınıf tartışması.
14	Final proje atölyeleri, rehberlik ve yardım. Final proje sunumları ve sınıf tartışması.

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM225	İletişim Kuramları	3	3	0	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu

Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, kitle iletişimi kavramının gelişimini öğrenmek; kitle iletişimi alanındaki temel kuramsal yaklaşımlar hakkında bilgi sahibi olmaktır. Bunların ışığında alandaki konu ve sorunları kavrama ve eleştirme bilgi ve becerisi kazandırmaktır.
İçerik	Derste iletişim alanında tarihsel süreç içerisinde ortaya çıkan kuram ve okulların yapısı, mantığı ve bilimsel yaklaşımları incelenecektir.
Kaynaklar	Alemdar,K,Erdoğan,İ,İletişim ve Toplum, Bilgi Yayınları,Ankara, 1990 McQuail,D,Windhal,S, Kitle İletişim Modelleri, İmge Yayınları,Ankara, 1997 O'Sullivan ,T ,Hartley ,J, Saunder,D, Montgomery,M, Fiske,J, Key Concepts in Communcation and Cultural Studies, Routledge,NY,1994 Morva, O., Chicago Okulu: Pragmatik Sosyal Teoride İletişimin Keşfi. İstanbul: Doruk, 2013 Mattelart A. ve M. Mattelart, İletişim Kuramları. İstanbul: İletişim, 1998 Fiske,J, İletişim Çalışmalarına Giriş, Ark Yayınları,Ankara, 1994

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma ve Ders İzlencesinin Paylaşımı
2	Kuram ve Okul Kavramlarına Genel Bir Bakış
3	Güçlü Etkiler
4	Chicago Okulu
5	İşlevselcilik ve Sınırlı Etkiler
6	Güçlü Etkilere Dönüş
7	Unesco: Yeni Dünya Düzeni
8	Vize
9	Ekonomi-Politik Yaklaşım
10	Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrileri
11	Habermas ve İletişimsel Eylem
12	Kültürel İncelemeler ve Alımlama Çalışmaları
13	Teknolojik Yaklaşımlar
14	Genel Değerlendirme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM235	Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri	3	1	1	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders sosyal bilimler araştırmalarına giriş niteliğindedir; amacı öğrencilere bir bilimsel araştırma tasarlamak ve uygun verileri toplayıp çözümlemek için gerekli metodolojik becerileri kazandırmaktır.
İçerik	Sosyal bilimlerin temel metodolojik tartışmaları Sosyal bilimlerde araştırma tasarımı Veri toplama ve çözümleme

Kaynaklar	Raymond Quivy, Luc van Campenhoudt, Manuel de recherche en Sciences sociales, Dunod, 2006. Howard Becker, Tricks of the Trade How to think about your Research while you're doing it, University of Cicago Press, 1998. Ted Benton, Ian Craib, Philosophy of Social Science, Palgrave Macmillan, 2011. Karl Marx, Kapital, Yordam, 2011, s. 17-30. Karl Marx, 1857 Girişi Max Weber, Collected Methodological Writings, Routledge, 2013 Pierre Bourdieu, L'opinion publique n'existe pas

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Temel kavramlar ve tartışmalar
2	Doğa, insan, yasa ve düzenlilikler
3	Sosyal bilimler ne işe yarar? Anlamacı ve açıklayıcı yaklaşımlar
4	Bilginin kaynağı olarak akıl ve duyu / Kuram nedir, yöntemle nasıl bir ilişkisi vardır?
5	Olgu-değer gerilimi
6	Tümel, tekil ve gerçeklik
7	Ara sınav
8	Sınanabilirlik ve nesnellik
9	Bağıntı ve nedensellik
10	Soyutlama
11	İdealtip ve toplumsal olgu
12	Yapı ve fail
13	Etik sorunlar
14	Final sınavı

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM237	Felsefi İletişim ve Medya Etiği I	3	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bilgi olanla olmayan, güvenilir olanla olmayan kaynaklar arasındaki alanın gittikçe flulaştığı dezenformasyon, "fake-news" döneminde karşılaştığımız her türden "iletişim içeriği"nin üretilme ve/ya işlenme süreçlerine etik-felsefi perspektife dayalı eleştirel düşünme becerileri kazandırmak.
İçerik	Felsefenin temel kavramları ve sorunları, genelinde etiğin özelinde uygulamalı etiğin temel kavram ve sorunları, eleştirel düşünme ve mantık hataları, felsefi iletişim, felsefi iletişim açısından "iletişim içerikleri"nin ele alınması.

Kaynaklar	AKARSU, Bedia. Mutluluk Ahlakı, İstanbul: İnkilap Kitabevi, 1998. ALANKUŞ, Sevda. (Der.) Medya Etik ve Hukuk, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul. 2003 ARISTOTELES. Nikomakhos'a Etik, çev: Saffet Babür, Ankara: Ayraç Yayınları, 1998. ARISTOTELES. Eudamos'a Etik, çev: Saffet Babür, Ankara: Dost Yayınevi, 1999. ARSLAN, Ahmet. Felsefeye Giriş, Adres Yayınları, 2013. BALLIARGEON, Normand. Aklın ve Bilimin Işığında Eleştirel Düşünme Kılavuzu Çev. İbrahim Yıldız, Dipnot Yayınları, 2017. BAUMAN, Zygmunt, Postmodern Etik, Çev. Alev Türker, Ayrıntı Yay. İstanbul, 1998. BOWELL, T. & KEMP, G. Eleştirel Düşünme Kılavuzu, Tübitak Yayınları, Ankara. 2018. GÖKBERK, Macit. Değişen Dünya Değişen Dil, Çağdaş Yayınları, İstanbul. 1980 GÖKBERK, Macit, Felsefe Tarihi, Remzi Kitabevi, İstanbul. 2019. HÖFFE, Otfried, Etik Bir Giriş, Çev. Sergül Vural Kara, Runik Kitap, İstanbul, 2020. HUME, David, İnsan Doğası Üzerine Bir Soruşturma, BilgeSu,, Ankara, 2011. HUME, David, Ahlak İlkeleri Üzerine, Çev. Nil Demir, Fol Kitap, Ankara, 2019. MOORE, G. E., Ethics, Thorton Butterworth Ltd., London, 1939. ÖZLEM, Doğan, Etik-Ahlak Felsefesi, İnkılap, İstanbul, 2004. ÖZLEM, Doğan. Mantık, Notos, 2011. PLATON. Diyaloglar 1, İstanbul: Remzi Kitabevi, Beşinci Basım, 1998. PLATON. Devlet, Çev. Sebahattin Eyüboğlu-M. Ali Cimcoz, 1. Baskı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: İstanbul, 1999. ROSS, David, Aristoteles, Kabalcı Yay. İstanbul, 1999. KANT, Immanuel. Ahlak Metafiziğinin Temellendirilmesi, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, Ankara. 1995. KANT, Immanuel. Immanuel. Pratik Aklın Eleştirisi, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, Ankara. 1999. KROPOTKİN, Anarşist Etik, Çev. Işık Ergüden, Doruk, Ankara, 1999. KUÇURADI, loanna. Etik, Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, 1999. KUÇURADI, loanna. Uludağ Konuşmaları, Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, 1997. MACINTYRE, Alasdair, Ethik'in Kısa Tarihi, Çev. Hakkı Hünler-Solmaz Zelyut Solmaz, Paradgima, İstanbul, 2001. MENGÜŞOĞLU, Takiyettin. Felsefeye Giriş, Doğu-Batı Yayınları, 2022. MILL, John Stuart. Utilitarianism, Liberty, Representative Government, London: Everyman's Library, 1910. NUSSBAUM, Martha. "Virtue Ethics: A Misleading Category?", Abstract, The Journal of Ethics, Number:3, 163-201, 1999. ÖZCAN, Muttalip, İnsan Felsefesi: İnsanı Neliği Üzerine Bir Soruşturma, Bilim Sanat, 2006. PIEPER, Annemarie, Etiğe Giriş, Çev. Veysel Atayman-Gönül Sezer, Ayrıntı, İstanbul, 1999. RUSSEL, Bertrand. Felsefe Sorunları, Çev. Vehbi Hacıkadiroğlu, Say Yayınları, 2019 RUGGIERO, Vincent Ryan. Eleştirel Düşünme İçin Bir Rehber, Çev. Çağdaş Dedeoğlu, Alfa Yayınları, 2020. TEPE, Harun. Etik ve Metaetik, Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, 1992. TEPE, Harun. Teorik Etik Etiğin Bilgisel Sorunları, BilgeSu, Ankara, 2016. TEPE, Harun, "İnsan ve Ahlak", Ahlak Felsefesi Yazıları, Lokman Çilingir (ed.), Elis Yay., Ankara, 2015. TEPE, Harun. "Etikte Yaklaşımlar ve Kuçuradi Etiği", Essays in Honour of loanna Kuçuradi, Sevgi İyi (Guest Editor), Journal Of Turkish Studies, Volume:25, Harvard University, 279-297, 2001. TEPE, Harun. (Ed.) Etik ve Meslek Etikleri, Türkiye Felsefe Kurumu, Ankara, 2000. UYGUR, Nermi. Bütün Eserleri I, Yapı Kredi Yayınları, 2016. UYGUR, Nermi. Bütün Eserleri II, Yapı Kredi Yayınları, 2017. UZUN, Ruhdan. İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar, Dipnot Yayınları, 2018.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Homo Sapiens Sapiens'ten Homo Narras'a düşünme - Homo Videns
2	Felsefenin temel kavram ve sorunları - 1
3	Felsefenin temel kavram ve sorunları - 2
4	Felsefi iletişimin kuramsal temelleri
5	Felsefi iletişim açısından kavramlar
6	Felsefi iletişim açısından iletişim içerikleri
7	Eleştirel düşünme - 1
8	Eleştirel düşünme - 2
9	Mantık hataları
10	Etiğin temel kavram ve sorunları - 1
11	Etiğin temel kavram ve sorunları - 2

Hafta	Konu Başlıkları
12	Etik değerlendirme
13	Uygulamalı etiğin temel kavram ve sorunları
14	Kuramdan uygulamaya

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM291	Sosyal Psikoloji	3	2	0	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders kapsamında sosyal psikoloji alanında geliştirilen temel kuramların, kavramların ve laboratuar deneylerin anlatılması ve gündelik yaşamdan, iletişim alanındaki farklı uygulamalardan örneklerle sosyal psikolojinin temel açılımlarının yorumlanması hedeflenmektedir
İçerik	1. Ders planının ve ders dahilinde yapılacak çalışmaların tanıtımı 2. Sosyal Psikoloji nedir? Tanımlar – Özellikler, Tarihsel Gelişim, Araştırma Yöntemleri 3. Sosyal İlişki biçimleri 4. Sosyal Etki :Grup normunun oluşumu 5. Sosyal Etki biçimleri: uyma ve itaat – Deney sonuçları 6. Sosyal Etki biçimlerini etkileyen ortamsal etkenler 7. Sosyal etki ve iletişim süreçleri 8. Vize sınavı 9. Sosyal Temsiller – Genel Tanımlar 10. Sosyal Temsillerin yapısal ve içerik özellikleri 11. Sosyal Gerçekliğin oluşumu 12. Önyargı, kalıpyargı ve ayrımcılık 13. Etkileşimli iletişim ortamları ve sosyal etki 14. Etkileşimli iletişim ortamlarında sosyal temsiller

Kaynaklar	ALBOUY Serge, Elements de la Psychologie Sociale, 2e éd. Privot, Paris, 1990 ARONSON Elliot and PRATKANIS Anthony R. Social psychology, Aldershot, Edward Elgar Pub Hants , 1993. BEAUVOIS Jean-Léon, Relations humaines groupes et influence sociale, Presses Universaitaires de Grenoble, Grenoble 1995 BON Le Gustave, La psychologie des foules, PUF Quadrige, 5é ed. Paris, 1995 DEUTCH Morton, Les théories en psychologie sociale, Mouton, Paris, 1972 FISCHER Gustave-Nicholas, Les concepts fondementaux de la psychologie sociale, Presses de l'Université de Montréal, BORDAS, Paris, 1987 GERGEN Kenneth et JUTRAS Slyvie, Psychologie Sociale, VIGOT, 2e éd. Paris, 1992 KAĞITÇIBAŞI Çiğdem, İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye Giriş, Sosyal Bilimler Derneği Yayınları (G-8), Sevinç Matbaası, Ankara, 1976 MAISONNEUVE Jean, Psychologie Sociale, PUF Collection que sais-je?, Paris, 17é ed. LEYENS J-P, YZERBYT V., Psychologie Sociale, Mardaga, 1997 MOSCOVICI Serge, Psychologie Sociale, PUF fondemental, Paris, 1984 PAICHELER Geneviève, The psychology of social influence, Cambridge University Press ; Cambridge ; New York Paris, Editions de la Maison des sciences de l'homme, 1988. Proshansky Harold and Seidenberg Bernard, Basic studies in social psychology, Rinehart and Winston, New York : Holt 1965 ROUSSIAU Nicolas, Psychologie Sociale, Press Editions, Paris, 2000 STOETZEL Jean, Psychologie Sociale, Flammarion, Paris, 1978 http://www.ehess.fr/centres/lps/home.html http://www.psychologie-sociale.org/

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Sosyal Psikoloji nedir?
2	Sosyal İlişki biçimleri
3	Sosyal Etki :Grup normunun oluşumu
4	Sosyal Etki biçimleri: uyma ve itaat – Deney sonuçları
5	Azınlık etkisi - inovasyon
6	Azınlık etkisinin özellikleri ve fonksiyonu
7	Vize sınavı
8	Sosyal Temsiller – Genel Tanımlar
9	Sosyal Temsillerin yapısal ve içerik özellikleri
10	Sosyal Gerçekliğin oluşumu
11	Önyargı, kalıpyargı ve ayrımcılık
12	Grup çeşitleri ve yapısı
13	İletişim alanından örnek incelemesi
14	İletişim alanından örnek incelemesi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU207	Basın Tarihi	3	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilerin Türkiye'de toplumsal, siyasi ve ekonomik değişimler paralelinde basının doğuşu ve gelişimi hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamak, günümüz gazeteciliğini ve kamusal tartışma ortamını anlamalarına temel oluşturmaktır.
İçerik	Dünyada ve Osmanlı İmparatorluğunda gazete, dergi ve gazeteciliğin doğuşu ve gelişimini hazırlayan toplumsal, siyasi ve ekonomik koşullar. Modernleşme süreci bağlamında Osmanlı'da matbaanın kuruluşundan Cumhuriyet dönemine kadar gazeteciliğin gelişimi: Basın tarihine damga vurmuş dergiler, gazeteler ve gazeteciler, yasal düzenlemeler, gazeteciliğin bir meslek olarak doğuş sancıları. Kurtuluş Savaşı ve Cumhuriyet'in kuruluş sürecinde basının ve gazetecilerin kamuoyu oluşturma işlevleri Cumhuriyet döneminin farklı aşamalarında dönemin toplumsal, kültürel ve siyasi ortamı çerçevesinde basın, yasal düzenlemeler, gazetecilik meslek örgütleri, sahiplik yapıları.
Kaynaklar	- İNUĞUR Nuri, Türk Basın Tarihi, Gazeteciler Cemiyeti yay. 1991. - GEZGİN S., POLAT V., ARCAN H.E., Türkiye Sözlü Basın Tarihi, 3 cilt, İş Bankası yay., 2016. - KOLOĞLU O. “Türkiye’de Basın”, İletişim Yayınları, İst. 1992. “Basınımızdan Resim ve Fotoğrafın Başlaması”, Engin Yayınları, İst. 1993. “Türk Basını: Kuva-yı Milliye’den Günümüze”, Kültür Bakanlığı Yayınları,1993. - TOPUZ H., Türk Basın Tarihi, - Tanzimattan Cumhuriyete Türkiye Ansiklopedisi, İletişim Yayınları. - Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, İletişim yay.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dünya'da Basının doğuşu ve altın çağını hazırlayan toplumsal, ekonomik ve siyasi koşullar
2	18 ve 19. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğunun ekonomik, toplumsal ve siyasi koşulları
3	Takvim'i Vakayi'den I. Meşrutiyete Tanzimat Dönemi Basını: İlk dergi ve gazeteler, gazetecilerin kültür, bilim ve fikir hayatına katkıları
4	Tanzimat dönemi Basını: Yasal düzenlemeler, çalışma koşulları, gelir kaynakları
5	Sultan II. Abdülhamid dönemi basın
6	II. Meşrutiyet dönemi Basın: Yayınların çeşitliliği: Mizah, çocuk, kadın, ekonomi, edebiyat, felsefe vb. gibi çok farklı alanlarda yayınlanan dergiler
7	İşgal ve Kurtuluş Savaşı dönemi basın
8	Ara Sınav
9	Cumhuriyet'in İnşası sürecinde basın
10	Tek parti döneminden çok partili yaşama geçiş ve basın
11	1960'lardan 2000'lere basının dönüşümü
12	Toplumsal hareketler ve Basın
13	Kültür, Sanat ve Fikir akımları ve Basın
14	Farklı kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışı ve Basın

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU209	Yazılı İçerik Üretimi ve Haber Tasarımı	3	2	2	0	4	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, bir içeriğin, özellikle de yazılı bir içeriğin hangi temel unsurlara sahip olması gerektiğini öğrencilere aktarmaktır. İçeriğin kurgusallığı ders sırasında öğrencilerle birlikte tartışılacak konulardan biridir. Derste, belli bir içeriğin üretilme amacı, yayın mecrası, hedef kitlesi, konusu, bakış açısı, yayınlanma nedeni, vb. unsurlarının nasıl oluşturulacağı üzerinde durulacaktır. Derste ayrıca, haber üzerine odaklanılacak, haberin ne olduğu, nasıl tanımlanabileceği sorusundan başlayarak “haber” olarak nitelenen bir yazının hangi unsurları içermesi ve haberde nelere dikkat edilmesi gerektiği anlatılacaktır. Bu bağlamda, haber nedir; haberin özellikleri nelerdir; neler haber olabilir; haber yazma sürecinin aşamaları; haberin bakış açısının nasıl oluşturulacağı; haberde bilgi toplama aşaması; haber yazmada kullanılan teknikler; ters piramit tekniği; haberin temel soruları; başlık, spot, haberde görsel kullanımı; sözcük seçiminin önemi; haberde denetim ve doğrulama hakkındaki bilgilerin teorik ve örnekler üzerinden aktarımına; sınıf içi ve sınıf dışı uygulamalar üzerinden tartışma yoluna başvurulacaktır. Bütün bu bilgilerin, haber metni dışındaki içeriklerde nasıl kullanılacağı da dönem boyunca üzerinde durulacak konulardandır.
İçerik	-
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP201	Halkla İlişkiler Kuramları ve Modelleri	3	3	0	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Halkla ilişkiler kuramları ve modelleri dersinde halkla ilişkilere ait temel kavramlar ele alınmaktadır. Halkla ilişkiler disiplinine ait kuramlar, strateji ve taktiklerin ele alındığı bu derste öğrencilerin halkla ilişkiler mesleğini tanıması, halkla ilişkiler profesyonellerinin iş yapım süreçlerini öğrenmesi amaçlanmaktadır. Ders kapsamında halkla ilişkiler, sektörel bakış açısıyla birlikte eleştirel bir bakış açısı ile alınacak ve öğrencilerin halkla ilişkiler etiğini tartışması sağlanacaktır.
İçerik	Halkla ilişkiler disiplinin tanımlanması, Halkla ilişkiler tarihçesi Halkla ilişkiler kuram ve modelleri Halkla ilişkilere eleştirel yaklaşımlar Uluslararası halkla ilişkiler: kamu diplomasisi Kurumsal sosyal sorumluluk Kurumsal sürdürülebilirlik Aktivist halkla ilişkiler Finansal halkla ilişkiler Halkla ilişkiler ve etik.

Kaynaklar	Biber, Ayhan. “Bir Meşrulaştırım Yöntemi Olarak Halkla İlişkilerin Meşruiyeti”, Amme İdaresi Dergisi. Cilt 36, Sayı 4, Aralık 2003, s. 43-53. Chomsky, Noam. Medya Denetimi: Immediast Bildirgesi. 2. Baskı, İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık, 1995. 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. 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. Peltekoğlu Balta, Filiz. Halkla İlişkiler Nedir?, 4. Baskı, Beta Yayınları: İstanbul, 2006. Paul, Christopher. Strategic Communication: Origins, Concepts and Current Debates. Praeger, 2011. 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 Yağmurlu, Aslı. “Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi”, İletişim Araştırmaları Dergisi. Ankara, Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi, 2011, ss. 9-39.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş, Halkla İlişkiler disiplininin tanımlanması Halkla ilişkilerin tarihçesi
2	Halkla ilişkilerle ilişkili kavramlar (reklam/ gazetecilik/ pazarlama) Stratejik İletişim Yönetimi
3	Grunig ve Hunt’ın Halkla İlişkiler Modelleri ve örnekler
4	Halkla İlişkilerde kamuoyunun önemi Halkla ilişkilere eleştirel yaklaşımlar: Manipülasyon, Mezenformasyon, Dezenformasyon, Spin, news management (haber yönetimi) kavramları Chomsky ve Herman: Propaganda Modeli
5	Uluslararası halkla ilişkiler, Kamu diplomasisi Sert güç- yumuşak güç- akıllı güç kavramları Kamu diplomasisinin tarihçesi
6	Kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik, SA 8000, ‘fair-trade’ kavramları
7	Kurumsal Sürdürülebilirlik
8	Vize Sınavı
9	Aktivist Halkla İlişkiler Finansal Halkla İlişkiler
10	Halkla ilişkiler ve etik
11	Öğrenci Sunumları
12	Öğrenci Sunumları

Hafta	Konu Başlıkları
13	Öğrenci Sunumları
14	Öğrenci Sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP203	Reklamcılığın Temel İlkeieri I	3	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilere reklam konusunda gerekli temel bilgileri vermek, reklam kavramı, reklamcılığın gelişimi, günümüzdeki durumu, hedef kitle üzerinde nasıl etkili olduğu konusunda bilgilendirmektir.
İçerik	Reklam tanımı. Reklamla ilgili kuruluşlar. Reklam türleri. Reklamın etki süreci. Reklam tarihi Türkiye'de reklamcılık Reklam ve hukuksal düzenlemeler.
Kaynaklar	. Mike Featherstone, Postmodernizm ve Tüketim Kültürü, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1997. Varda Langholz Leymore, Hidden Myth: Structure&Symbolizm in Advertising, New York, Basic Books Inc., 1975. Nicolas Riou, Pub Fiction: Société Postmoderne et Nouvelles Tendances Publicitaires, Paris, Editions d'Organisation, 1999. Halime Yücel, Reklamcılığın Temel İlkeleri, Nobel Yayıncılık, 2022. Elden, M. (2009). Reklam ve Reklamcılık. İstanbul: Say Yayınları. Elden, M., Ulukök, Ö. ve Yeygel, S. (2005). Şimdi Reklamlar. İstanbul: İletişim Yayınları. Altunışık, R. ve Karaarslan, N. (2011). Pazarlama İletişimi. Ankara: Gazi Kitabevi.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Reklamın tanımı
2	Reklam Kurumları
3	Reklam Türleri
4	Reklam Süreci
5	Reklam Tarihi
6	Reklam Tarihi
7	Türkiye'de reklam
8	Türkiye'de reklam
9	Reklamın Kodları
10	Reklam ve Yaratıcılık
11	Reklam Akımları

Hafta	Konu Başlıkları
12	Reklam ve Retorik
13	Reklam Araçları
14	Reklam Sınırlamaları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP207	Kişilerarası İletişim	3	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, kişilerarası iletişimde geçerli bazı teorileri ve temel araştırma konularını tartışmaktır. Bunun yanısıra kişilerarası iletişimin bazı konuları ayrıntılı olarak ele alınmaktadır; dinleme,kendini ifade etme, benlik, algı, sözlü-sözsüz iletişim, güç, etik gibi...Ders, öğrenciye kişilerarası iletişimde etkili olma yolunda önemli bilgiler kazandırmayı amaçlarken; kişiler arası ilişkilerdeki en son görüş ve araştırmalar, günlük yaşamda değişik geçmişleri olan kişilerin ilişkilerinde ortaya çıkan iletişim sorunları incelenecek, sözlü- sözsüz sunumların ve kişisel, kültürel, mesleki, psikolojik, dilsel,dinsel, cinsiyet ayrılıkların iletişimi nasıl etkilediği disiplinler arası yaklaşımla tartışılacaktır.
İçerik	1.Hafta: Kişilerarası iletişimin tanımı ve kapsamı 2.Hafta: Kişilerarası iletişim sürecinde etkili olan sosyal evreler (aile, okul, arkadaş, iş çevresi, hobi grupları...vs.) 3.Hafta: Kişilerarası iletişim sürecinde kullanılan iletişim araçları 4.Hafta: Temel kişilerarası iletişim teorileri I (Sosyal nüfuz,sosyal karar, bilişsel uyum, bilişsel uyumsuzluk, belirsizlik azaltma) 5.Hafta: Temel kişilerarası iletişim teorileri II (dört aşamalı ilişki süreci) 6.Hafta: Kişilerarasıiletişim sürecinde çatışma yönetimi 7.Hafta: Vize sınavı 8.Hafta: Dinleme, etkin dinleme ve dinlememe türleri. Kişilerarası iletişim sürecinde sessizlik kavramının önemi ve türleri: “dolu sessizlik” ve “boş sessizlik” 9.Hafta: Sözlü iletişimin tanımı sözlü iletişimde “ben” dili ve “sen” dili ayrımı 10.Hafta: Sözsüz iletişim I (jestler, mimikler, beden dili,dokunma, göz ve bakışlar, giyim, duruş, ses tonu) 11.Hafta: Ödev sunumu 12.Hafta: Sözsüz iletişim II (mekânda mesafe tutma ve proxemics kavramı) 13.Hafta: Mesleki, toplumsal rol ve statülerin kişilerarası iletişim sürecine etkisi 14.Hafta: Cinsiyet ayrılıklarının kişilerarası iletişim sürecine etkisi
Kaynaklar	DESCAMPS, Marc-Alain (1993). Le langage du corps : et la communication corporelle, Presses Universitaires de France, Paris. GOFFMAN, Erving (1974). Les rites d’interaction, Les Editions de Minuit, Paris. HALL, Edward T. (1971). La dimension caachée, traduit del'américain par Amélie Petita, Editions du Seuil, Paris. HARTLEY, Peter (1993). Interpersonal Communication, Routledge,London. MUCCHIELLI, Alex (1995). Psychologie de la communication, Presses Universitaires de France, Paris. WATZLAWICK, Paul (1972). Une logique de la communication, Editions du Seuil , Paris. WINKIN, Yves (1981). La nouvelle communication: textes recueillis et présentés de Bateson, Birdwhistell, Goffman, Hall, Jackson, Scheflen, Sigmon et Watzlawick, Editions du Seuil, Paris.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Kişilerarası iletişimin tanımı ve kapsamı
2	Kişilerarası iletişim sürecinde etkili olan sosyal evreler (aile, okul, arkadaş , iş çevresi, hobi grupları ...vs.)
3	Kişilerarası iletişim sürecinde kullanılan iletişim araçları

Hafta	Konu Başlıkları
4	Temel kişilerarası iletişim teorileri I (Sosyal nüfuz, sosyal karar, bilişsel uyum, bilişsel uyumsuzluk, belirsizlik azaltma)
5	Temel kişilerarası iletişim teorileri II (dört aşamalı ilişki süreci)
6	Ki şileraras ı iletişim sürecinde çatışma yönetimi
7	Vize sınavı
8	Dinleme, etkin dinleme ve dinlememe türleri Kişilerarası iletişim sürecinde sessizlik kavramının önemi ve türleri: “dolu sessizlik” ve “boş sessizlik”
9	Sözlü iletişimin tanımı , sözlü iletişimde “ben” dili ve “sen” dili ayrımı
10	Sözsüz iletişim I (jestler, mimikler, beden dili, dokunma, göz ve bakışlar, giyim, duruş , ses tonu)
11	Ödev sunumu
12	Sözsüz iletişim II (mekânda mesafe tutma ve proxemics kavram ı)
13	Mesleki, toplumsal rol ve statülerin kişilerarası iletişim sürecine etkisi
14	Cinsiyet ayrılıklarının kişilerarası iletişim sürecine etkisi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV201	Radyo-Televizyon Tarihi ve Kuramı	3	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin sonunda öğrenci, dünyada veTürkiye’de radyo-TV yayıncılığının gelişiminin sosyal, siyasal, kültürel ve ekonomik süreçlerini kavrayacak ve öğrenecektir. Yayıncılığın teknolojik gelişiminin, içerikteki format değişikliğinin temel nedenlerini analiz edebilecek, bugünkü radyo – TV yayıncılığının değişim süreçlerinin sonucunda geldiği aşamayı kavrayabilecektir. Bu derste, nitelikli bir radyo TV yayıncısı olabilmek için gerekli bilgileri kazanacaktır.

İçerik	1. Hafta: 20. YY başlarında dünyada radyo ve TV yayıncılığının başlaması, siyasal, sosyal ve ekonomik koşullar, ve radyo TV yayıncılığının gelişimi. 2. Hafta: Sistem yaklaşımlar açısından, tarihsel süreçte radyo-TV yayıncılığının işleyişi; medya-iktidar ilişkileri. 3. Hafta: Kamu hizmeti-ticari yayıncılığın uluslararası düzenlemeler, içerik düzenlemeleri ve medya mülkiyeti açısından analizi. 4. Hafta: Türkiye'de 1927-1964 arasında radyo yayıncılığının sosyal, siyasal, hukuki, ve içerik açısından değişim süreçleri. 5. Hafta: Türkiye'de televizyon yayıncılığının başlaması, sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel koşullar çerçevesinde yayın içeriğinin değişimi. 6. Hafta: Türkiye'de 1964 – 1990 yılları arasında, radyo ve televizyon yayıncılığında, hukuki, kültürel ve siyasal değişimler bağlamında gelişim ve değişim süreci. 7. Hafta: Kamu Hizmeti yayıncılık modellerinin çözülmesi ve yayıncılıkta yerelleşme hareketinin dinamikleri. 8. Hafta: 1990 sonrası küreselleşme çerçevesinde dünyada ve Türkiye'de radyo – TV yayıncılığının değişimi. 9. Hafta: Değişen teknolojinin radyo-Tv yayıncılığına getirdiği yeni kavramlar : Yüksek tanımlı, etkileşimli ve katılımcı radyo ve TV yyıncılığı. 10. Hafta: Alternatif radyo ve televizyon yayncılığı ve kuramsal yaklaşımlar. 11. Hafta: Dünyadaki alternati televizyon yayıncılığı deneyimleri. 12. Hafta: Topluluk radyoları ve televizyonları, sivil toplum kuruluşları ve kamusal alanın kullanılışı. 13. Hafta: Türkiye'de günümüzde radyo ve televizyon yayıncılığının yasal durumu, son değişiklikler, denetim sistemleri. Avrupa sınır ötesi TV sözleşmesi. 14. Hafta: Günümüz radyo televizyon yayıncılığı: Yeni kavramlar, internet-web-alternatif radyo televizyon yayıncılığı, kamusal alanın kullanımında değişiklikler.
Kaynaklar	Ö. Cankaya, TRT- Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi (1927-2000), YKY, 2003. R. Williams, Televizyon, Toplum ve Kültürel Biçim, Dost Kitabevi, Ankara, 2003. E. Köksalan, Alternatif Televizyon, Punto, İstanbul, 2010. S. Güney, Tüm Yönleriyle Topluluk Radyoları, İstanbul, 2009. S. İrvan, Medya, Kültür, Siyaset, Ankara, 2002.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	20. YY Başlarında Dünyada Radyo ve TV Yayıncılığının Başlaması, Siyasal, Sosyal ve Ekonomik Koşullar ve Radyo TV Yayıncılığının Gelişimi.
2	Sistem Yaklaşımlar Açısından, Tarihsel Süreçte Radyo-TV Yayıncılığının İşleyişi; Medya-İktidar İlişkileri.
3	Kamu Hizmeti-Ticari Yayıncılığın Uluslararası Düzenlemeler, İçerik Düzenlemeleri ve Medya Mülkiyeti Açısından Analizi.
4	Türkiye'de 1927-1964 Arasında Radyo Yayıncılığının Sosyal, Siyasal, Hukuki ve İçerik Açısından Değişim Süreçleri.
5	Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Başlaması, Sosyal, Siyasal, Ekonomik ve Kültürel Koşullar Çerçevesinde Yayın İçeriğinin Değişimi.
6	Türkiye'de 1964 – 1990 Yılları Arasında, Radyo ve Televizyon Yayıncılığında, Hukuki, Kültürel ve Siyasal Değişimler Bağlamında Gelişim ve Değişim Süreci.
7	Kamu Hizmeti Yayıncılık Modellerinin Çözülmesi ve Yayıncılıkta Yerelleşme Hareketinin Dinamikleri.
8	1990 Sonrası Küreselleşme Çerçevesinde Dünyada ve Türkiye'de Radyo – TV Yayıncılığının Değişimi.
9	Değişen Teknolojinin Radyo-TV Yayıncılığına Getirdiği Yeni Kavramlar: Yüksek Tanımlı, Etkileşimli ve Katılımcı Radyo ve TV Yayıncılığı
10	Alternatif Radyo ve Televizyon Yayıncılığı ve Kuramsal Yaklaşımlar.

Hafta	Konu Başlıkları
11	Dünyadaki alternatif televizyon yayıncılığı deneyimleri.
12	Topluluk Radyoları ve Televizyonları, Sivil Toplum Kuruluşları ve Kamusal Alanın Kullanılışı.
13	Türkiye'de Günümüzde Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Yasal Durumu, Son Değişiklikler, Denetim Sistemleri. Avrupa Sınır Ötesi TV Sözleşmesi.
14	Günümüz Radyo Televizyon Yayıncılığı: Yeni Kavramlar, İnternet-Web-Alternatif Radyo Televizyon Yayıncılığı Kamusal Alanın Kullanımında Değişiklikler.

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV205	Sinema Tarihi	3	3	0	0	3	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Dersin temel amacı, sinema alanında ilerlemeyi düşünen öğrencilere gerekli sinema tarihi bilgisinin edindirilmesi; öğrencilerin sinemanın doğuşundan bu yana geçirdiği değişimleri gözlemlemelerine yardımcı olunması ve sinemanın tarihin farklı dönemlerinde, farklı toplumsal yapılar ve teknolojik gelişmelerle nasıl şekillendiğinin bilincine vardırılmasıdır.
İçerik	1. Hafta: Erken dönem sinema (1895-1910) 2. Hafta: Sessiz Sinemanın Özellikleri ve sinemanın kurumsallaşması 3. Hafta: Sanat/Siyaset/Endüstri Ekseninde Sinema: Avrupa 4. Hafta: Sanat/Siyaset/Endüstri Ekseninde Sinema: Hollywood'un Doğuşu, 5. Hafta: Sanat/Siyaset/Endüstri Ekseninde Sinema: Sovyet Sineması 6. Hafta: Örnek film incelemesi 7. Hafta: Vize 8. Hafta: Sesli Sinema 9. Hafta : İkinci Dünya Savaşı ve Sinema 10. Hafta: Şairane Gerçekçilik 11. Hafta: İtalyan Yeni-Gerçekçiliği 12. Hafta: Örnek film incelemesi 13. Hafta:Modern Sinema:Fransız Yeni Dalga'sı 14. Hafta: Fransız Yeni Dalgası ve Dünyada "Yeni" Sinemalar
Kaynaklar	GAUDEREAULT André, Pour une nouvelle histoire du cine´matographe, Paris, CNRS, 2008 BORDWELL David, STAIGER Janet, THOMPSON Kristin, The Classical Hollywood Cinema, Routledge, 2004. BORDWELL David, THOMSON Kristin, Film Art: An Introduction, McGraw-Hill Companies, 2003 CANUDO, Riciotto, L'Usine aux images, Séguier : Arte Editions, 1995 COUSINS Mark, The Story of Film, Pavillion Books, 2004 FRODON Jean-Michel, L'âge moderne du cinéma français : de la nouvelle vague à nos jours, Flammarion, 1995 LAWTON Richard, World of Movies: 70 Years of Film History, Vineyard Books Inc., 1974. MITRY Jean, Histoire du cinéma, 4 Cilt, Editions universitaires, 1991 MICHAUD Juliette, Il était une fois Hollywood, Relié, 2013 SADOUL Georges, Histoire du cinéma mondial. 9ème édition Broché – 1990 SELLIER Geneviève, La Nouvelle Vague, Broché, 2005 TRUFFAUT François, Hitchcock, Simon & Schuster 2nd edt. 1985

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Sinemanın Doğuşu (1895-1910)
2	: Sessiz Sinemanın Özellikleri
3	Sanat/Siyaset/Endüstri Ekseninde Sinema: Avrupa Sineması
4	Sanat/Siyaset/Endüstri Ekseninde Sinema: Sovyet Sineması
5	Sanat/Siyaset/Endüstri Ekseninde Sinema:Hollywood
6	Sesli Sinema
7	Vize
8	İkinci Dünya Savaşı ve Sinema
9	Savaş Sonrasında Sinemada Gözlemlenen Değişiklikler: İtalyan Yeni Gerçekçiliği
10	Modern Sinema:Batı ülkeleri
11	Modern Sinema Diğer Ülkeler
12	Fransız Yeni Dalgası ve Dünyada “Yeni” Sinemalar
13	Sinema ve Teknolojik Değişimler: Yapım ve Mecra
14	Güncel Sinema: Diğer Yapımlar ve Akımlar (Bağımsız Sinema, Belgeseller, Kısa Filmler, Anlatı Aracı Olarak Sinema)

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM207	Fotoğrafçılık	3	2	2	2	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Dijital fotoğraf tekniğinin gelişmesi ile birlikte herkes fotoğraf çekmeye başladı ama etkili fotoğraf çekenlerin sayısında bir artış olmadı. Dersin amacı; fotoğrafın bir dilinin olduğunu göstermek ve özellikle fotoğrafın bir düşünce çerçevesinde oluştuğunun altını çizmektir.
İçerik	1. hafta: Kısa bir fotoğraf tarihi 2. hafta: Fotoğraf makinesi 3. hafta: Pozlandırma 4. hafta: Objektifler 5. hafta: Dijital Fotoğraf I 6. hafta: Dijital Fotoğraf II 7. hafta: Fotoğrafça bakış nasıl öğrenilir? Ustalardan örnekler 8. hafta: Ara Sınav 9. hafta: Fotoğrafta ışığın önemi 10. hafta: Fotoğrafta arka planın önemi, ayrıntıların seçilmesi 11. hafta: Bakış açısı 12. hafta: İstanbul Boğazı Projesi “İki Kıta İki Yaka İstanbul”un sergi fotoğrafları 13. hafta: Önemli fotoğaf kitaplarına genel bir bakış 14. hafta: Alıştırmalar, Yıl sonu değerlendirme

Kaynaklar	Nigel Atherton, Steve Crabb, “Digitale Fotographie von A-Z”, Hamburg 2005 Andreas Feininger, “Feiningers Kleine Fotolehre”, Düsseldorf 1982 Andreas Feininger, “Die Neue Foto-lehre”, Düsseldorf 1965 “Annie Leibovitz at Work”, München 2008 “Fotoğraf Neyi Anlatır?” Derleyen: Caner Aydemir, Kasım 2007

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	1. hafta: Kısa bir fotoğraf tarihi
2	2. hafta: Fotoğraf makinesi
3	3. hafta: Pozlandırma
4	4. hafta: Objektifler
5	5. hafta: Dijital Fotoğraf I
6	6. hafta: Dijital Fotoğraf II
7	7. hafta: Fotoğrafça bakış nasıl öğrenilir? Ustalardan örnekler
8	8. hafta: Ara Sınav
9	9. hafta: Fotoğrafta ışığın önemi
10	10. hafta: Fotoğrafta arka planın önemi, ayrıntıların seçilmesi
11	11. hafta: Bakış açısı
12	12. hafta: İstanbul Boğazı Projesi “İki Kıta İki Yaka İstanbul”un sergi fotoğrafları.
13	13. hafta: Önemli fotoğaf kitaplarına genel bir bakış
14	14. hafta: Alıştırmalar, Yıl sonu değerlendirme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM221	Dilbilim ve İletişim	3	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Önemli Dilbilimciler ve önemli İletişimciler aracılığıyla, İletişim metinlerinin dilbilimsel çözümlenmesidir. Önemli Dilbilimciler ve İletişimciler arasında: " Ferdinand de Saussure, Andre Martinet, Edward Sapir, Leonard Bloomfield, Charles Sandres Peirce, Vladimir Propp, Roland Barthes, Algirdas Julien Greimas, Mihail Mihaloviç Bakhtin, Jacques Derrids, Umberto Eco, Ludwing Wittgenstein, John Austin, John Searle, Jurgen habermas, Teun A.van Dijk" aracılığıyla,metinlerin yöntemleri ve söylem çözümlemeleri de ele alınacaktır.

İçerik	1.Hafta: Dil Nedir? 2.Hafta: Dilbilim Nedir? 3.Hafta:Dilbilim ve İletişim 4.Hafta: Dilbilimin Tarihçesi 5.Hafta: Dilbilim Okulları ve İletişim 6.Hafta: Dilbilim Kuramları ve İletişim 7.Hafta: Dilbilim-Yapısalcılık-İletişim 8.Hafta: Dilbilim-İşlevselcilik-İletişim 9.Hafta: Üretici-Dönüşümsel Dilbilim ve İletişim 10.Hafta: Dilbilim-Göstergebilim-İletişim 11.Hafta: Önemli Dilbilimciler 12.Hafta: Önemli Göstergebilimciler 13.Hafta: Önemli İletişimciler 14.Hafta: İletişim Metinlerinin Dilbilimsel Çözümlenmesi
Kaynaklar	AUSTİN J.(1962) How to do Things with Words. Oxford. Clarendes Press. BAKHTİN M. (1986) Speech Genres and Other Late Essays. University of Texas Press. ÇOMAK A.N. (1995) Yazının İşlevsel Kullanımı. Der Yayınları. İstanbul. FAİRCLOUGH N. (1989) language and Power. London. Logman. FAİRCLOUGH N. (1992 a) Discource and Social Change. Cambridge. Polity Press. FAİRLOUGH Norman (1992b) Discource and Text: Linguistics and Intertextual Analysis Within Discource Anaysis. GÖKTÜRK A. (1983) Okuma Uğraşı. İnkılap Kitabevi. İstanbul. GREİMAS A. (1983) Structurel Semantics. Lincoln: University of Nebraska Press. GREİMAS A. (1978) On Meaning, Selected Writing in Semiotic Theory. London. İNCEOĞLU Y.-ÇOMAK A.N. (2016) Metin Çözümlemeleri. Ayrıntı Yayınları.İstanbul. HALLİDAY Michael (1976) language as Social Semiotic. London. PROPP Vladimir (1958) Morphology of the Folktale. The Hague: Mouton. SEARLE J.R.(1982) Theory of Speech Acts. Cambridge: University Press. VAN Dijk T.A. (1977) Text and Context, Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discource. Longman.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dil Nedir?
2	Dilbilim Nedir?
3	Dilbilim ve İletişim
4	Dilbilimin tarihçesi
5	Dilbilim Okulları ve İletişim
6	Dilbilim Kuramları ve İletişim
7	Dilbilim-Yapısalcılık-İletişim
8	Dilbilim-İşlevselcilik-İletişim
9	Üretici-Dönüşümsel Dilbilim ve İletişim
10	Dilbilim-Göstergebilim-İletişim
11	Önemli Dilbilimciler
12	Önemli Göstergebilimciler
13	Önemli İletişimciler
14	İletişim metinlerinin Dilbilimsel Çözümlenmesi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM229	Bilim ve Teknoloji Tarihi	3	2	0	0	2	3

Ön Koşul	

Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Özellikle de iletişimle bağlantılı olarak, bilim ve teknoloji tarihi hakkında genel bir bakışa sahip olmak.
İçerik	Ders, üç bölümden oluşur: 1. Bilimsel düşünüş. Bilim, teknik ve teknoloji terimlerinin tanımlanması. Bilimsel yaklaşımın keşfi ve bilimsel araştırma yöntemlerine genel bakış 2. Tarih öncesinden 21. yüzyıla, bilimin genel tarihi. Bilimin doğuşundan yakın zaandaki gelişmelere kadar, büyük keşifleri tarihsel ve toplumsal bağlamına oturtmak amacıyla bir toplumsal tarih çalışması. 3. İletişim bilim ve teknolojileri. Modern iletişim kavramının doğuşu ve başlıca düşünce akımları (medyanın dolaylı ve dolaysız etkileri, iletişim ütopyaları, eleştirel ve sosyolojik yaklaşımlar)
Kaynaklar	Conner Clifford D., 2011 (2005). Histoire populaire des sciences, Montreuil : L'Échappée. Flichy Patrice, 1997 (1991). Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée, Paris : La Découverte. Mattelart Armand, 1997 (1994). L'Invention de la communication, Paris : La Découverte. Mondoux André, 2011. Histoire sociale des technologies numériques. De 1945 à nos jours. Québec : Éditions Nota Bene.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş: İletişim bilimleri ve teknikleri
2	Kitabın tarihi: Yazıtlardan ekrana
3	Telgraf (1): Telgraf ve siyaset
4	Telgraf (2): Telgraf ve ticaret
5	Telefon: Uzak mesafeden konuşmanın tarihi
6	Radyo: Savaş ve kitle iletişimi
7	Fotoğraf: kanıtlamanın estetiği
8	Sınav
9	Ağların tarihi: Okyanusaşırı kablo hattı
10	Internet: Ağın doğuşu
11	Internet. Ağın küreselleşmesi
12	Dijital sosyal ağlar
13	Devlet, big data ve algoritmalar
14	Sonuç

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM231	Bilgisayar Grafiğine Giriş	3	1	1	0	2	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	İngilizce
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans

Dersin Amacı	Önceki dönemlerde edinilen tasarım ilke ve prensiplerine dair bilgilerin pekiştirilerek bilgisayar yazılımları aracılığıyla basılı ve dijital ürünler tasarlanması amaçlanmaktadır.
İçerik	1. Hafta :Adobe Illustrator, temel araçlar 2. Hafta: Adobe Illustrator, kitap kapağı tasarımı 3. Hafta: Adobe Illustrator, kitap kapağı tasarımı 4. Hafta: Adobe Illustrator, afiş tasarımı 5. Hafta: Adobe Illustrator, afiş tasarımı - otoportresi 6. Hafta: Adobe Illustrator, afiş tasarımı - afiş serisi 7. Hafta: Adobe Illustrator, tipografik tasarım 8. Hafta: Adobe Photoshop temel araçlar 9. Hafta: Adobe Photoshop kitap kapağı tasarımı 10. Hafta: Adobe Photoshop afiş tasarımı 11. Hafta: Adobe Photoshop fotograf manipülasyonu 12. Hafta: Adobe Photoshop animasyon 13. Hafta: Yapay zeka temelli görüntü üretimi 14. Hafta: Yapay zeka temelli görüntü üretimi
Kaynaklar	https://helpx.adobe.com

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Adobe Illustrator
2	Adobe Illustrator
3	Adobe Illustrator
4	Adobe Illustrator
5	Adobe Illustrator
6	Adobe Illustrator
7	Adobe Illustrator
8	Adobe Photoshop
9	Adobe Photoshop
10	Adobe Photoshop
11	Adobe Photoshop
12	Adobe Photoshop
13	Yapay Zeka
14	Yapay Zeka

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM239	Kültür Yönetimi	3	3	0	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans

Dersin Amacı	Geleneksel olarak kamuya bağlı sanat kurumlarının idaresi veya kâr amacı gütmeyen organizasyonların yönetimi olarak tanımlanan kültür ve sanat yönetimi, 21. yüzyılın başından itibaren radikal bir dönüşüm geçirmiştir. Günümüzde bu alan dijitalleşme, yaratıcı ekonominin yükselişi ve kültürel diplomasinin stratejik önemi ile çok katmanlı bir yapıya evrilmiştir. Bu ders, kültür yöneticiliği alanında kendini geliştirmek isteyen öğrencileri, sadece yerel dinamikleri değil, küresel akımları da sentezleyebilecek şekilde donanımlı olarak yetiştirmeyi amaçlar.
İçerik	Ders Zorlu PSM ile Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi arasında imzalanmış olan bir protokol çerçevesince, Kültür Yönetimi alanında uzman akademisyenler ve profesyonellerden oluşan bir ekip tarafından Zorlu PSM'de gerçekleştirilecek; dersin koordinasyonu Dr. Öğr. Üyesi Gülsenem Gün tarafından sağlanacaktır. Ders "Sanat İdaresi"nin teknik becerilerini (bütçe, hukuk, strateji, pazarlama) "Kültür Politikası"nın eleştirel derinliği (diplomasi, çeşitlilik-eşitlik-kapsayıcılık, sürdürülebilirlik) ile harmanlayan disiplinlerarası bir yaklaşım benimser. Dönem boyunca küresel kültür teorileri ve Türkiye'nin kendine özgü "devlet-piyasa-sivil toplum" bileşenleri ve tüm bunlar arasındaki bağlantılar ele alınacaktır.
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş ve Dersin Tanıtımı
2	Kültür Yönetimine Giriş: Tanımlar ve Tarihsel Gelişim
3	Kültür Politikaları ve Dünyadaki Farklı Yaklaşımlar
4	Kültürel Diplomasi ve Uluslararası İlişkiler
5	Kültür Ekonomisi: Arz, Talep, Katma Değer ve Uluslararası Ticaret
6	Yerel Yönetimlerin Kültür Politikaları ve Kültür Yönetimi Pratikleri
7	Kültür Kurumlarında Organizasyonel Yapı ve Stratejik Planlama
8	Kültür Kurumlarında Organizasyonel Yapı ve Stratejik Planlama
9	Kaynak Geliştirme: Fonlama, Sponsorluk ve Filantropi
10	Sanat Pazarlaması vs. İzleyici Geliştirme
11	Hukuki Çerçeve: Telif Hakları, Sözleşmeler ve Etik
12	Dijital Dönüşüm: Yapay Zeka, Blokzincir ve Yeni Medya
13	Öğrenci Sunumları
14	Öğrenci Sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM255	Alternatif Medya ve Hak Haberciliği	3	3	0	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste öğrencilerin ana akım medyada seslerini duyuramayanların sesi olma iddiasındaki alternatif medyaların olanaklarını tanıması ve en çok alternatif medyada kendine yer bulabilen cinsiyet, ırk, kültürel ve dini farklılıklara saygılı hak haberciliğinin gerekliliklerini benimsemesi amaçlanmaktadır.

İçerik	1. Hafta: Katılımcı Demokratik Medya Modeli 2. Hafta: Alternatif – Radikal Medya Kavramları 3. Hafta: Anaakım – Alternatif Medya Karşıtlığı 4. Hafta: Sivil Toplumun Gelişimi ve Medyanın Rolü 5. Hafta: Topluluk İletişimi – Topluluk Radyoları 6. Hafta: Alternatif Medyanın Örgütlenmesi ve Sürdürülebilirliği 7. Hafta: Vize 8. Hafta: İnsan Hakları ve Medya 9. Hafta: Ayrımcılığa Karşı Düzenlemeler 10. Hafta: Medyada Çocuk Hakları İhlalleri 11. Hafta: Medyada Nefret Suçu ve Nefret Söylemi 12. Hafta: Medyada Kadınlara Yönelik Ayrımcılık ve Kadın Temsilleri 13. Hafta: Yurttaş Gazeteciliği – Hak Haberciliği İlişkisi 14. Hafta: Yeni Teknolojiler Alternatif Medya İçin Fırsat mı?
Kaynaklar	Anti-Homofobi Kitabı: Uluslararası Homofobi Karşıtı Buluşma, (haz: Ali Erol), Kaos GL Yayınları, Ankara Cengiz Alğan – Levent Şensever, Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 Yıl, 10 Örnek, İstanbul, Sosyal Değişim Derneği Yayınları, 2010 LGBTT'nin Medyadaki 6 Aylık Seyri Raporu, Kaos Gl, Ankara, 2009. M.Emre Köksalan, Alternatif Televizyon: Olanaklar ve Uygulamalar, Punto Yayınları, 2010 Serhat Güney, GÜNEY, Serhat, Tüm Yönleriyle Topluluk Radyoları, İstanbul, Punto Yayınları, 2009 Sevda Alankuş, İnsan Hakları Haberciliği, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2007 Sevda Alankuş, Çocuk Odaklı Habercilik, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2007 Sevda Alankuş, Kadın Odaklı Habercilik, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2007 Yasemin İnceoğlu, Dişilik, Güzellik ve Şiddet Sarmalında Kadın ve Bedeni Yasemin İnceoğlu-Nurdan Akıner(ed),Medya ve Çocuk Rehberi:İletişim Araştırmalar İçin Rehber Kitap, Eğitim Kitabevi, Konya, 2008

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş, İletişim Kuramları İçinde Alternatif Medya
2	Alternatif Medyanın Kuramsal Temelleri
3	Alternatif Medyanın Tanımları, Tarihçesi
4	Topluluk medyaları – Ana akıma Karşı Alternatif Medya
5	Sivil Toplumun Gelişimi ve Alternatif Medya
6	Rhizome Medyalar, Taktiksel Medya Örnekleri
7	Alternatif Medyanın Örgütlenmesi ve Sürdürülebilirliği
8	Ara Sınav
9	İnsan Hakları Haberciliği, Ayrımcılığa Karşı Düzenlemeler

Hafta	Konu Başlıkları
10	Medya Söylemlerinde ve Temsillerinde Ayrımcılık
11	Medyada Nefret Suçu ve Nefret Söylemi
12	Medyada Çocukların Temsili ve Hak Temelli Habercilik
13	Medyada Engelliler ve Hak Temelli Habercilik
14	Yurttaş Gazeteciliği – Hak Haberciliği İlişkisi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM257	Kamera Aydınlatma ve Ses I	3	2	1	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste, hareketli görüntünün kaydedilmesi için gerekli olan film ve dijital kameraların çalışma prensipleri, görüntü oluşumuna dair temel bilgiler ve çerçeve bilgisi (kompozisyon kuralları) konuları işlenmektedir. Güz döneminde kuramsal ve uygulamalı bir ders programı yürütülmektedir.
İçerik	-Gözün yapısı ve görüntü oluşumu, -Işığın ve rengin özellikleri, -Film kameralarının yapısı, -Dijital kameraların yapısı, -Stüdyoda kamera uygulamaları.
Kaynaklar	Kamera ders notları I Fotoğraf Sanatında Kompozisyon (Sabit Kalfagil) Fotoğraf Y.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Görme ve Optik
2	Film Kamerası ve Video/DSLR Kamera
3	Kayıt Formatları (Analog, Dijital)
4	Objektifler
5	Çekim Aksesuarları, Filtreler, Ek Mercekler
6	Öğrenilen Bilgilerin Tekrarı
7	Ara Sınav
8	Kamera Uygulaması
9	Kamera Uygulaması
10	Çerçeve Bilgisi (Doğru Kompozisyon Kuralları)
11	Kamera Uygulaması
12	Kamera Uygulaması
13	Kamera Uygulaması
14	Dönemde İşlenen Derslerin Analizi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM259	Kurguya Giriş	3	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Film kurgusunun temel bilgilerinin öğretilmesi ve uygulanması amaçlanmaktadır.
İçerik	- Kurgunun tanımı, özellikleri, - Kuleshov deneyi ve yeniden anlam üretmek, - Kurgu kuralları ve görüşler, - Linear ve non-linear kurgu sistemleri, - Bilgisayarlı kurgunun yapısı ve kullanımı.
Kaynaklar	"Dijital Video İle Sinema" (İ.Canikligil), "Göz Kırparken" (W. Murch), "Sinema Ve Televizyonda Görüntü Kurgusu" (A.G.Sokolov)

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Kurgunun geniş tanımı, özellikleri, sinemasal zaman ve mekan kavramları,
2	Kuleşov deneyi ve yeniden anlam üretmek,
3	Linear ve non-linear kurgu sistemleri,
4	Bilgisayarlı kugu sisteminde arayüz kullanımı,
5	Sinemada geçiş efektleri ve anlamları,
6	Kurgunun temel ilkeleri (Walter Murch ve A.G. Sokolov örnekleri)
7	Ara Sınav haftaları 1
8	Ara Sınav haftaları 2
9	Adobe Premire Pro yazılımı üzerinden örnek çalışmalar,
10	Kurgusu öne çıkan sahnelerin incelenmesi,
11	Önceden çekilmiş sahnelerin kurgulanması,
12	Kurguda Color Correction (renk düzeltme),
13	Ses kurgusu,
14	Dönem özeti, değerlendirme.

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM265	Fransızca Sözlü ve Yazılı Anlatım I	3	1	1	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans

Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilerin sözlü ve yazılı üretim becerilerini, dil sınavına hazırlık ya da akademik veya profesyonel bir proje geliştirme kapsamında güçlendirmektir.
İçerik	Bu derste öğrenciler sözlü sunum, tartışma (sözlü ve yazılı) ve resmi mektup, deneme ve proje yazma tekniklerini geliştirmeyi öğreneceklerdir. Ders, Fransız toplumunu etkileyen güncel konularla ilgili makalelere dayanacaktır.
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma, hedeflerin belirlenmesi, güncel bir konuda ifade
2	Çeşitli konulara olan ilginin ve ilgisizliğin gerekçelendirilmesi
3	Bir olayın lehinde ve aleyhinde argümanlar geliştirilmesi
4	Kısa makalelere dayalı bir problem formüle edilmesi
5	Belirlenen problematiğe dayalı bir plan oluşturulması
6	Argümanlarınızı mantıklı bir şekilde düzenlenmesi
7	Argümanlar ve örnekler arasında ayrım yapılması
8	Resmi bir mektup yazılması
9	Sözlü ve yazılı olarak ifade edilmesi
10	Münazara pratiği
11	Tartışma makalesi yazılması
12	Önyazı yazılması
13	Kişisel bir proje sunumu (yazılı ve sözlü)
14	Sunum

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM275	Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Gönüllülük Çalışmaları I	3	4	0	0	4	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilerin kurumsal sosyal sorumluluk ve gönüllülüğün kavramsal, tarihsel ve etik temellerini kavramalarını ve bu bilgileri toplumsal fayda odaklı projelere dönüştürmelerini sağlamaktır. Ders kapsamında öğrencilerin toplumsal ihtiyaçları araştırmaları, üniversite ve toplumsal paydaşlarıyla iş birliği içinde bir sosyal sorumluluk veya gönüllülük projesi geliştirmeleri, planlamaları ve uygulamaları hedeflenmektedir. Bu süreçte öğrencilerin toplumsal duyarlılık, etik sorumluluk, etkili iletişim, ekip çalışması ve proje yönetimi becerilerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.
İçerik	Bu ders kapsamında öğrencilere sosyal sorumluluk kavramı, kavramın gelişimi, sosyal sorumluluk, gönüllülük yaklaşımları aktarılarak öğrencilerin bir kurumsal sosyal sorumluluk kampanyasını hayata geçirmesi sağlanacaktır.

Kaynaklar	Blowfied M ve Murray A (2008) Corporate Responsibility A Critical Introduction, Oxford University Press, Oxford. Çınarlı, İnci. Stratejik İletişim Yönetimi. 2. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 2013. Özüpek, Nejat. Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk. 2. Baskı Eğitim Yayınevi Engin Geçtan —İnsan Olmak Adam Phillips & Barbara Taylor —İyilik Üzerine Richard Sennett —Saygı Peter Singer —The Life You Can Save Susan Sontag —Başkalarının Acısına Bakmak

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Sosyal Sorumluluk Kavramının Tanımı, Tarihsel Gelişimi (Teorik)
2	KSS uygulama örnekleri ve Vaka Analizleri (Teorik)
3	Klasik Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı / Modern Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı (Teorik)
4	Kurumların sosyal sorumluluk alanları, KSS uygulamasının araştırmaları (Teorik)
5	Gönüllülük Çalışmaları ve Proje Yazımı
6	Gönüllülük Çalışmaları ve Proje Yazımı
7	Gönüllülük Çalışmaları ve Proje Yazımı
8	Vize sınavı (Ödev)
9	Sosyal Sorumluluk ve Gönüllülük Çalışmaları Saha Planlaması
10	Saha Çalışması
11	Saha Çalışması
12	Saha Çalışması
13	Saha Çalışması
14	Saha Çalışması

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM367	İletişim Araştırmaları	5	3	0	0	3	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste öncelikle medyatik ve iletişimsel olgulara dair ne tür İletişim araştırmalarının ışığı altında toplumsal, politik ve kültürel boyutlarıyla çağımıza dair eleştirel bir perspektif geliştirmek.
İçerik	İletişim bilimlerinin meşru sorunsalları. Enformasyon toplumu, denetim toplumu, medya ve siyasette propaganda (Nazi Almanyası ve İtalyan faşizmi), tüketim toplumu eleştirisi.
Kaynaklar	Susan Sontag Büyüleyen Faşizm Rienfenstal'ın Nazi Almanyası Dönemi için çektiği belgeseller Bernardo Bertolucci, Il Conformista Michel Haneke Filmleri Paul-André Rosental, Faits et utophie chez Gabriel Tarde D. Gaxie, Le cens caché Alex Boren A rhetorical analysis of Black Mirror

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin Sunumu
2	Leni Rienfenstal "İradenin Gücü" Belgeseli 1Susan Sontag Büyüleyen Faşizm Rienfenstal'ın Nazi Almanyası Dönemi için çektiği belgeseller Bernardo Bertolucci, Il Conformista Michel Haneke Filmleri Paul-André Rosental, Faits et utophie chez Gabriel Tarde D. Gaxie, Le cens caché Alex Boren A rhetorical analysis of Black Mirror
3	Leni Rienfenstal "İradenin Gücü" Belgesli 2 (Susan Sontag)
4	Leni Rienfenstal "İradenin Gücü" Belgesli 3 (Susan Sontag)
5	Bernardo Bertoulucci Il Conformista 1
6	Bernardo Bertoulucci Il Conformista 2
7	Vize
8	Michael Haneke Sineması Genel Sunum
9	Yedinci Kıta ve Tüketim Toplumu
10	Benny'nin Videosu ve Medya ve Şiddet
11	Black Miror Ekseninde Yeni Medya Tartışmaları 1
12	Black Miror Ekseninde Yeni Medya Tartışmaları 2
13	Denetim ve Gözetim Toplumu 1
14	Denetim ve Gözetim Toplumu 2

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM371	Kullanıcı Deneyimi ve Arayüz Tasarımı I	5	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Özellikle sayısal ortamlar üzerinden yürütülen pazarlama iletişimi yönetimi süreçlerinde öne çıkan bir unsur olan kullanıcı deneyimi ve kullanılabilirlik , ister bir web sitesi olsun, ister bir mobil site veya uygulama olsun herhangi bir dijital mecranın hedef kitle tarafından etkili, verimli ve memnuniyet sağlayacak şekilde kullanılabilmesi ve bu deneyimin bahsi geçen parametreler üzerinden ölçülebilmesidir. Son dönemde yapılan araştırmalar, web sitelerinde kullanılabilirliği arttırmaya ve kullanıcı deneyimini desteklemeye yönelik iyileştirmelerin, mevcut trafiği arttırmaya yönelik çabalara kıyasla ROI bağlamında çok yüksek oranda bir dönüşüm sağladığını ortaya koymuştur. Bu anlamda özellikle dijital medya profesyonellerinin kullanılabilirlik paradigması ve bu bağlamda etkileşimli medya tasarımı hakkında bilgi sahibi olmaları, söz konusu süreçlerin etkili olarak yönetilmesi ve değerli katkılar sunması açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda bu dersin amacı katılımcılara söz konusu kavramlar hakkında güçlü bir farkındalık sağlamak ve hem masaüstü hem de mobil ortamda sunulan etkileşimli arayüzlere yönelik uygulamalı olarak analiz bilgi ve becerisi kazandırmaktır.
İçerik	1. Hafta: Giriş Dersi 2. ve 3. Hafta: Anahtar Kavramlar ¦ İnsan-bilgisayar etkileşimi (Human-Computer Interaction (HCI)) ¦ Grafik kullanıcı arayüzü (Graphical User Interface (GUI)) ¦ Kullanılabilirlik o Kullanılabilirlik neden önemlidir? o E-ticaret dünyasına kullanılabilirlik perspektifiyle genel bir bakış

o E-ticaret dünyasına kullanılabilirlik perspektifiyle genel bir bakış
o Kullanılabilirlik nasıl ölçülür?
¦ Kullanıcı deneyimi
o Bir fenomen olarak kullanıcı deneyimi
• Kullanıcı Çeşitliliği vs. Teknoloji Çeşitliliği
• Yeni çok ekranlı-dünyada kullanıcı deneyimi
• İyi kullanıcı deneyimi: Context/Convenience vs. Taste/Appeal
o Kurumsal organizasyon içinde kullanıcı deneyimi
• Organizasyonel zorluklar
• Organazisyonel hedefler
o Bir meslek olarak kullanıcı deneyimi
• Yeni Roller ve Sorumluluklar
¦ Bir süreç olarak "Etkileşim Tasarımı"
o Süreçlerin Evrimi: Waterfall vs. Agile vs. Lean UX
o "Kullanıcı Deneyimi Merkezli yeni bir bakış": Etkileşim Tasarımında Süreç ve Yinelemeli İş Akışı

4. ve 5. Hafta:
Evrensel Kullanılabilirlik: İlgili Kavramlar, Rehber Kurallar, Standartlar

¦ Herkes için Web ne kadar mümkün?
o Kullanıcı Çeşitliliği
o Teknolojik Çeşitlilik

¦ Evrensel Kullanılabilirlik Stratejileri
o Destek Teknolojiler
o Evrensel Tasarım
o Farklı Kullanıcı Grupları için Evrensel Kullanılabilirlik Stratejileri

6. Hafta:
Kültürelleştirme ve "Küresel Mecralar"
¦ Uluslararasılaştırma
¦ Yerelleştirme
¦ "Küresel Mecralar" Tasarlamak için Parametreler
¦ Örnek Vaka Çalışmaları

7. Hafta:
Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines
¦ Bilgi Mimarisi
o Bilgiyi düzenlemek
o Bilgi Mimarisinin Sunumu
o Arama Motoru Optimizasyonu

Egzersiz: Analiz Atölyesi

8. ve 9. Hafta:
Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines
¦ Masaüstü Arayüzlerde Sayfa Yapısı ve Tasarımı

Egzersiz: Arayüz Analiz Atölyesi

10. ve 11. Hafta:
Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines
¦ Mobil Arayüzlerde Sayfa Yapısı ve Tasarımı

Egzersiz: Arayüz Analiz Atölyesi

12. ve 13. Hafta:
Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines
¦ Arayüzde Tasarımında Tipografi ve Görsel Malzeme Kullanımı

Egzersiz: Arayüz Analiz Atölyesi

14. Hafta:
Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines
¦ Form Tasarımı

	Egzersiz: Arayüz Analiz Atölyesi
Kaynaklar	• Nielsen, J. (2012) Usability 101: Introduction to Usability. • User Experience White Paper: Bringing Clarity to the Concept of User Experience (2011) • Shneiderman, B. (2000) Pushing Human-Computer Interaction Research to Empower Every Citizen: Universal Usability, Communications of the ACM, Vol. 43, No: 5, 85-91. • 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. • Resmini, A. and Rosati, L. (2011) A Brief History of Information Architecture, Journal of Information Architecture, Vol. 3, Issue 2, p. 33-45. • Holst, C., (2021), The Current State Of E-Commerce Search, • Kirmani, A. (2016) Mobile-First eCommerce: What Customers Expect and Value in Mobile Shopping Experiences. • Wreblovski, L. (2012) Best Practices for Form Design.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş Dersi
2	Anahtar Kavramlar
3	Anahtar Kavramlar
4	Evrensel Kullanılabilirlik: İlgili Kavramlar, Rehber Kurallar, Standartlar
5	Evrensel Kullanılabilirlik: İlgili Kavramlar, Rehber Kurallar, Standartlar
6	Kültürelleştirme ve “Küresel Mecralar”
7	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Bilgi Mimarisi
8	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Masaüstü Arayüzlerde Sayfa Yapısı ve Tasarımı
9	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Masaüstü Arayüzlerde Sayfa Yapısı ve Tasarımı
10	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Mobil Arayüzlerde Sayfa Yapısı ve Tasarımı
11	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Mobil Arayüzlerde Sayfa Yapısı ve Tasarımı
12	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Arayüzde Tasarımında Tipografi ve Görsel Malzeme Kullanımı
13	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Arayüzde Tasarımında Tipografi ve Görsel Malzeme Kullanımı
14	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Form Tasarımı

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU305	Medya Ekonomisi	5	3	0	0	3	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste öğrencinin medya ekonomisinin teorik arka planını, medya ekonomisine ilişkin kavramları, farklı sektörlerden oluşan medyanın maliyet ve pazar yapılarını öğrenmesi, Türkiye'de medyanın ekonomi politiğine ilişkin eleştirel bir bakış açısı kazanması hedeflenmiştir.

İçerik	Medya Ekonomisine Giriş, Medyanın Kendine Özgü Nitelikleri Medya Ekonomisi Teorileri ve Medya Ekonomisine Özgü Kavramlar Medya Ekonomisini İçeriden ve Dışarıdan Etkileyen Faktörler Medya Piyasalarının Yapısı ve Özellikleri Medya Piyasalarında Yoğunlaşma Dünyada Medya Piyasaları Basın Ekonomisi Ara Sınav Radyo ve Televizyon Ekonomisi Yeni Medya Ekonomisi Türkiye'de Medya Ekonomisinin Analizi : Pazar Yapıları, Şirketler ve Gelir Dağılımları Türkiye'de Medya Ekonomisinin Analizi : Düzenleyici Kurumlar ve Kamu Yayıncılığı Yapısı Türkiye'de Medya Ekonomisinin Analizi : Örnekler Üzerinden Değerlendirme Alternatif Medyaların Sürdürülebilirliği ve İş Modelleri
Kaynaklar	Alev Söylemez, Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği, Ankara, Haberal Eğitim Vakfı, 1998 Gülseren Adaklı, Türkiye'de Medya Endüstrisi / Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2006 Semra Atılgan, Basın İşletmeciliği, İstanbul Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş, 1999 Ben Bagdikian, Boston, The New Media Monopoly, Beacon Press, 2004 Richard J. Barnet - John Cavanagh, Küresel Düşler İmparator Şirketler ve Yeni Dünya Düzeni, çev.Gülden Şen, İstanbul, Sabah Kitapları T. Uğur Dai, Basın İşletmelerinin Finansal Yapısı, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş, 2008 Selçuk Demirbulak, 21. Yüzyıl Eşiğinde Türkiyemizde Medya Ekonomisi, 1995 Nadine Toussaint Desmoulins, Economie des média, Medya Ekonomisi, İstanbul İletişim Yayınları, 1993 Gillian Doyle, Media Ownership: The Economics and Politics of Convergence and Concentration in the UK and Europeen Media, London, Sage Publication, 2002 GERAY, Haluk, İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Ankara, Ütopya, 2003 Yasemin İnceoğlu, Uluslararası Medya, İstanbul, Der Yayınları, 2004 Beybin Kejanlıoğlu, Türkiye'de Medyanın Dönüşümü, Ankara, İmge Kitabevi, 2004 Armand Mattelard, İletişimin Dünyasallaşması, İstanbul, İletişim Yayınları, 2001 Robert G. Picard, Media Economics Concepts and Issues, New York, Sage Publications, 1989 RAMONET, Ignacio, La Tyrannie de la communication, Paris, Gallimard, 2001 Levent Yaylagül, Kitle İletişiminin Ekonomi Politiği, Ankara, Dalbaz Yayıncılık, 2006 Aydın Çam, İlke Şanlıer Yüksel, "Türkiye'de Medyanın 2002 Sonrası Dönüşümü: Ekonomi Politik Bir Yaklaşım, Neoliberal Muhafazakar Medya içinde, ed. U.Uraz Aydın, Ayrıntı, 2015-10-14 Ceren Sözeri, "Türkiye'de Medya-İktidar İlişkileri Sorunlar ve Öneriler", Istanbul Enstitüsü, 2015, http://platform24.org/Content/Uploads/Editor/T%C3%BCrkiye%E2%80%99de%20Medya-%C4%B0ktidar%20%C4%B0li%C5%9Fkileri-BASKI.pdf

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Medya Ekonomisine Giriş, Medyanın Kendine Özgü Nitelikleri
2	Medya Ekonomisi Teorileri ve Medya Ekonomisine Özgü Kavramlar
3	Medya Ekonomisini İçeriden ve Dışarıdan Etkileyen Faktörler

Hafta	Konu Başlıkları
4	Medya Piyasalarının Yapısı ve Özellikleri
5	Medya Piyasalarında Yoğunlaşma
6	Dünyada Medya Piyasaları
7	Basın Ekonomisi
8	Ara Sınav
9	Radyo ve Televizyon Ekonomisi
10	Yeni Medya Ekonomisi
11	Türkiye'de Medya Ekonomisinin Analizi : Pazar Yapıları, Şirketler ve Gelir Dağılımları
12	Türkiye'de Medya Ekonomisinin Analizi : Düzenleyici Kurumlar ve Kamu Yayıncılığı Yapısı
13	Sunumlar
14	Sunumlar

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU309	Habercilik ve Yayın Tasarımı	5	2	2	0	4	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	-
İçerik	Bu derste, haber yazımı ve tasarım paralel olarak işlenecektir. Üçüncü yarıyılda verilen JOU209 Yazılı İçerik Üretimi ve Haber Tasarımı dersinin devamı niteliğinde, haber yazımının temel gereksinimlerini gören öğrenciler için bu yarıyılda da düzenli haber yazımı söz konusudur. Söz konusu dersi almamış öğrencilerin, giriş niteliğinde dersler ve yazılı notlar aracılığıyla temel bilgilere sahip olması ve uzmanlaşacakları alan özelinde içerik üretmesi beklenmektedir. Bütün bu içeriklerin görsel tasarımı da öğrenciler tarafından yapılacaktır. Yayın tasarımını diğer basılı tasarım ürünlerinden ayıran en temel özelliklerden birisi olan 'sürelilik' ve 'okutma' hedefleri, tasarım problemlerini artırmakta ve tasarımın kendine özgü bir karaktere sahip olmasını gerektirmektedir. Sadece görsel değil dokunsal kalite ve algının da işin içine girmesi nedeniyle yayın tasarımcılarının üretimin tüm aşamalarına dair fikir sahibi olması gerekmektedir. Bu ders, öğrencilere söz konusu üretim süreci hakkında kapsamlı bilgi sunmayı hedeflemektedir. Bu ders kapsamında, baskı teknolojileri ve malzeme bilgisinin yanı sıra yayın tasarımının temel ilkeleri anlatılacaktır. Buna ek olarak öğrencilere profesyonel tasarım araçlarının kullanımı uygulamalı olarak öğretilecektir.

Kaynaklar	- The BBC News Styleguide - Jean-Pierre Ilboudo TECHNIQUES DE COLLECTE ET TRAITEMENT DE L'INFORMATION - News reporting and writing / The Missouri Group, Brian S. Brooks vd., 2002. - Gazeteciliğe Başlarken-Okuldan Haber Odasına, haz. Sevda Alankuş, İPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, Haziran 2009. - Ketenci, H. F. ve Bilgili, C. (2006) Yongaların 10000 Yıllık Dansı: Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Beta Yayınları. - Uçar, T. F. (2004) Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, İnkılap Yayınları. - Becer, E. (2005) İletişim ve Grafik Tasarım, Dost Yayınları. - Lawler, B. P. (2006) Masaüstü Yayıncılık ve Basım Klavuzu, Alfa Yayınları. - Ambrose, G. ve Harris, P. (2005) Layout, Ava Publishing. - Ambrose, G. ve Harris, P. (2003) Fundamentals of Creative Design, AVA Publishing.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP305	Medya Planlaması ve Uygulaması	5	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	En etkili pazarlama araçlarından bir tanesi medya planlamadır. Medya araçlarının artmasıyla beraber doğru ve etkin bir planlama yapmak, kampanyaların ne zaman ve nerede yayınlanmasını tespit etmek ve hedef kitleye en etkin bir şekilde ulaşabilmek amacıyla bütçeyi en etkin şekilde yönetmek en temel amaçlar olarak sıralanabilir.
İçerik	1. Hafta Medya Planlama Nedir? 2. Hafta Medya Planlamanın Amacı Nedir? 3. Hafta Medya Planlama Nasıl Bir Süreçtir? 4. Hafta Mecraların SWOT Analizi 5. Hafta Genel Medya Terimleri 6. Hafta Türkiye Medya Ortamı 7. Hafta Mecra Bazında Detaylı Planlama Sürecine Giriş 8. Hafta TV Planlama 9. Hafta Radyo Planlama 10. Hafta Dergi ve Gazete Planlama 11. Hafta Sinema Planlama 12. Hafta Dijital Planlama 13. Hafta Açıkhava Planlama 14. Hafta Örnek Medya Planı Sunumları

Kaynaklar	Geskey R. D. (2011). Media Planning & Buying In the 21st Century. CreateSpace Independent Publishing Platform Katz, H. (2016). The Media Handbook: A Complete Guide to Advertising Media Selection, Planning, Research, and Buying. Routledge. Sissors, J. Z. (2010). Advertising Media Planning. McGraw-Hill Education Young A. (2014). Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning in the Digital Era. Palgrave Macmillan.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	1. Hafta Medya Planlama Nedir?
2	2. Hafta Medya Planlamanın Amacı Nedir?
3	3. Hafta Medya Planlama Nasıl Bir Süreçtir?
4	4. Hafta Mecraların SWOT Analizi
5	5. Hafta Genel Medya Terimleri
6	6. Hafta Türkiye Medya Ortamı
7	7. Hafta Mecra Bazında Detaylı Planlama Sürecine Giriş
8	8. Hafta TV Planlama
9	9. Hafta Radyo Planlama
10	10. Hafta Dergi ve Gazete Planlama
11	11. Hafta Sinema Planlama
12	12. Hafta Dijital Planlama
13	13. Hafta Açıkhava Planlama
14	14. Hafta Örnek Medya Planı Sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP309	İkna Süreci	5	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, ikna süreçlerinin tarihsel gelişimini tartışmak ve bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak ikna yöntemlerindeki değişimi değerlendirmektir. İkna etme biçimlerinin tarihsel propaganda süreçlerinden dijital dönüşüme nasıl evrildiği, günümüz iletişim teknolojilerinin ve medya ortamlarının etkisi de göz önünde bulundurularak, örnekler ve kavramsal açılımlarla incelenecektir. Ders kapsamında, ikna kavramı, sosyal psikoloji ve iletişim teorileri temel alınarak, dijital medya, sosyal ağlar ve yapay zekâ alanlarında yaşanan gelişmelerin ikna süreçlerine nasıl entegre edildiği tartışılacaktır.

İçerik	I. BÖLÜM: KAVRAMSAL YAKLAŞIMLAR İlk sorgulamalar Aristoteles ve Retorik G. Le Bon “ Kitleler Psikolojisi” G. Tarde “ Taklit Kanunları” II. Dünya Savaşı Propaganda örnekleri Sosyal Etkinin Gücü Normlar nasıl oluşur? Neden Uyum gösteririz? S. Asch Deneyi Otoriteye itaat ve sosyal rollerin etkisi - S.Milgram ve P. Zimbardo deneyleri Tutumlar arası tutarlılık ve Tutum- Davranış İlişkisi Tutumlarımız nasıl oluşur? Heider’in “Denge Kuramı” - Sevdiğim diğer sevdiğimi sevmezse ne yaparım? Festinger’in “Bilişsel Çelişki Kuramı” - Neden yanlış olduğunu düşündüğümüz şeyleri yapmaya devam ederiz? C. Hovland, Yale Üniversitesi “ Temel İletişim ve Tutum Değişimi ” Laboratuvar deney sonuçları Hangi kaynaktan gelen bilgi daha inandırıcıdır? Çekicilik, Sempati ikna eder mi? Mesajı nasıl oluşturmalıyım? Kimler daha kolay ikna olur? II.BÖLÜM: DİJİTAL YAŞAM VE İKNANIN DEĞİŞEN PARADİGMALARI Sosyal Medya Nasıl İkna Ediyor? Etkileşim Nedir? Neden Etkilidir? Daha güçlü Sosyal Etki Kim olduğunu bilmediğim kişi beni nasıl ikna edebiliyor? Sosyal Ağların anlattıkları Teknoloji Kullanarak İkna -Stanford Üniversitesi, Captology Laboratuvarı araştırma sonuçları Örnek çalışma - Adımsayar dijital uygulamaları daha sağlıklı yaşam için davranış değişikliği yaratır mı? III. BÖLÜM: YENİLİKÇİ İKNA STRATEJİLERİ “Big Data” - Büyük Veri kullanımı Yeni güçlü ikna aracı: kişisel veriler Hikayelerin Gücü Hikayeleştirmenin tarihçesi Hikayeleştirme türleri Neden etkili? Örnekler Oyunlaştırma Oyun öğlerinin stratejik kullanımı - örnekler PROJE ÇALIŞMALARI- SUNUMLAR

Kaynaklar	BARTHES, Roland. L'ancienne rhétorique. Communications, 1970, 16.1: 172-223. CIALDINI Robert B., İknanın Psikolojisi, Türkçeye çeviri Fevzi Yalım, MediaCat Kitapları, Ankara, 2001 CIALDINI Robert B., Influence: Science and Practice, Allyn & Bacon, 2003 D'ALMEIDA, Fabrice. Propagande, histoire d'un mot disgracié. Mots. Les langages du politique, 2002, 69: 137-148.HOGAN Kevin, The Psychology of persuasion: how to persuade others to your way of thinking, Pelican Publisging Company, Gretna, Louisiana, 2002 LEVINE Robert V., Power of Persuasion: How we're bought and sold, John Wiley & Sons, New Jersey, 2003 KAĞITÇIBAŞI Çiğdem, İnsan ve insanlar : sosyal psikolojiye giriş, Evrim Basın Yayın Dağıtım, İstanbul, 1988 MARKOVÁ, Ivana. Persuasion et propagande. Diogène, 2007, 1: 39-57.MİLLS Harry, Artful Persuasion: How to Command Attention, Change Minds, and Influence People, Publication Data, New York, 2000 MORTENSEN Kurt W, Maximum Influence: the 12 universel laws of power persuasion, Publication Data, New York, 2004 PERLOFF Richard, The dynamics of Persuasion: communication and attitudes in the 21st century, Lawrence Erlbaum, London, 2003 Harvard Business Essentials, Power, Influence, and Persuasion: Sell Your Ideas and Make Things Happen, Harvard University, 2004 captology.stanford.edu Bon, Le G. "Psychologie des foules." Revue Française de Sociologie 5.4 (1964): 484. http://classiques.uqac.ca/classiques/tarde_gabriel/lois_imitation/lois_imitation.html http://classiques.uqac.ca/classiques/tarde_gabriel/lois_imitation/lois_imitation.html

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Ders planının ve ders kapsamında yapılacak çalışmaların tanıtılması
2	Aristoteles ve Retorik
3	II. Dünya Savaşı ve Propaganda
4	G. Le Bon " Kitleler Psikolojisi"
5	G. Tarde " Taklit Kanunları"
6	C. Hovland " Temel İletişim ve Tutum Değişimi Modeli -Kaynağın özellikleri
7	C. Hovland " Temel İletişim ve Tutum Değişimi Modeli -Mesaj ve Alıcının özellikleri
8	Vize sınavı
9	Mc Guire'e göre İkna Edici İletişim Faktörleri
10	Greenwald'e göre İkna Edici İletişim Faktörleri
11	Petty ve Cacioppo, "Ayrıntılı İnceleme Olasılığı
12	Festinger Bilişsel Çelişki Modeli
13	Teknoloji ve İkna
14	Kampanya Analizi I: Siyasi İletişim, Reklam, Sosyal sorumluluk uygulamalarından örnekler

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV335	Görsel Kültür	5	2	0	0	2	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Görme duyusu, dünyayı algılama ve yorumlamada belirleyici bir rol oynamaktadır.Bu dersin amacı video, sinema, bilgisayar gibi araçlarla günümüz yaşamında önemi giderek artan görsel kültür ürünlerinin eleştirel bir bakış açısıyla kavranıp tartışılmasını sağlamaktır

İçerik	1. Hafta: Kültür nedir? 2. Hafta: Kültür nedir? 3. Hafta: Kültür ve İletişim 4. Hafta: Gündelik yaşam I 5. Hafta:Gündelik yaşam II 6. Hafta: Kültürel Zaman-Mekanlar 7. Hafta: Kültürel Zaman-Mekanlar 8. Hafta: Ara sınav 9. Hafta: Görsel Medya I 10. Hafta: Görsel Medya II 11. Hafta:Görsel Medya III 12. Hafta: Yeni Teknolojiler ve Görsellik I 13. Hafta: Yeni Teknolojiler ve Görsellik II 14. Hafta: Genel Tartışma
Kaynaklar	1. GÜVENÇ, Bozkurt. İnsan ve Kültür, İstanbul: Remzi Kitabevi 2. WINKIN, Yves. Anthropologie de la Communication, Bruxelles: de Boeck & Larcier, 1996 3. HALL, Edward T. Le Langage Silencieux, Paris: Seuil, 1984 4. BARRIER, Guy La Communication Non Verbale, Paris: ESF.1996

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Görsel Kültür Nedir?
2	İnsanın Dünyası ve Kültürel Çevre
3	Görsel Kültürün Temelleri
4	Sanat ve Görsel Kültür
5	Fotoğraf ve Görsel Kültür
6	Antropoloji ve Görsellik
7	Popüler Kültür ve Görsel Temsiller
8	Resim ve Görsel Kültür
9	Kültürü Çerçevelemek: Belgesel Filmler
10	Kültürlerarası İletişim
11	Gündelik Yaşam ve Kültürel İlişkiler
12	Gündelik Yaşam ve Kültürel İlişkiler
13	İnternette Görsel Kültür
14	İnternette Görsel Kültür

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV337	Türk Sinemasında Yönetmenler	5	3	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste Türkiye Sineması'nda sinema tarihine damgasını vurmuş, yeni üslüplar denemiş, alışılmışın dışında konuları ele almış yönetmenleri mercek altına almak amaçlanmaktadır.
İçerik	Türk Sineması'na yön vermiş yönetmenler ve eserleri.

Kaynaklar	Akad L. (2004). Işıkla Karanlık Arasında. İş Bankası Kültür Yay. Basutçu M. (ed), (1996). Le Cinema Turc. Centre Georges Pompidou yay. Esen K. Ş. (2010). Türk Sinemasının Kilometre Taşları (Dönemler ve Yönetmenler). Agora. Esen Ş., (2000). 80'ler Türkiyesi'nde Sinema. Beta Yay. Evren B. (2006), Türk Sinema Yönetmenleri Sözlüğü, 43. Altın Portakal Film Festivali Yay. Scognamillo G. (2001). Türk Sinema Tarihi. Kabalcı Yay.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş ve dersin tanıtımı
2	Lütfi Akad
3	Lütfi Akad
4	Metin Erksan
5	Metin Erksan
6	Atıf Yılmaz
7	Atıf Yılmaz
8	Vize
9	Yılmaz Güney
10	Yılmaz Güney
11	Nuri Bilge Ceylan
12	Nuri Bilge Ceylan
13	Pelin Esmer
14	Pelin Esmer

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM329	Halkla İlişkilerde Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri	5	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilerin halkla ilişkiler araştırmalarını yapma, yapılan araştırmaları analiz etme ve yorumlama, halkla ilişkiler süreçlerini değerlendirebilme yetisi kazanmalarıdır.
İçerik	Bu ders kapsamında halkla ilişkilerde araştırma ve değerlendirmenin öneminden bahsedilerek halkla ilişkiler sürecinde durum analizi, birincil ve ikincil araştırmalar, PEST ve SWOT analizi, hedef kitlenin analizi ve halkla ilişkilerde etkinlik ölçümleme modelleri gibi konular ele alınacaktır. Ders kapsamında ayrıca halkla ilişkiler sektöründe ortaya konulan araştırma ve değerlendirme ilkeleri incelenecektir. Dersin devamında dijital halkla ilişkiler araçlarında araştırma, sosyal medya ve web sitesi analizleri, itibar araştırmaları gibi konular işlenecektir.

Kaynaklar	ÇINARLI İnci, Stratejik İletişim Yönetimi, 2. Basım İstanbul: Beta Yayınları, 2013. GÖKSEL, Ahmet Bülent. Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi, 2. Basım, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım. GREGORY Anne, Planning and Managing Public Relations Campaigns, 2nd. ed., London: Kogan Page Ltd., 2000. MACNAMARA Jim, “Revisiting the Disciplinary Home of Evaluation: New Perspectives to Inform PR Evaluation Standards”. Research Journal of the Institute for Public Relations Vol: 3 No: 2, 2017 MICHEALSON, David and STACKS Don. A Professional and Practitional Guide to Public Relations Research, Measurement and Evaluation , Business Expert Press, 2017 WATSON Tom ve NOBLE Paul, Evaluating Public Relations: A Best Practice Guide to Public Relations Planning, Research and Evaluation, London: Kogan Page, 2005. Yayınoğlu Eraslan Pınar, Halkla İlişkilerde Araştırma, İstanbul: Birsen Yayınları, 2005.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Halkla ilişkilerde araştırma ve değerlendirmenin önemi
2	Halkla ilişkiler sürecinde araştırma: Durum Analizi
3	Halkla ilişkiler sürecinde yararlanılan birincil ve ikincil araştırmalar
4	PEST ve SWOT Analizi
5	Hedef Kitlelerin Analizi, Diğer Analiz Metodları
6	Halkla ilişkilerde ölçme ve değerlendirmenin tarihsel gelişim süreci ve halkla ilişkilerde etkinlik ölçümleme modelleri
7	Halkla ilişkiler sektöründe ortaya konulan araştırma ve değerlendirme prensipleri
8	Vize sınavı.
9	Dijital halkla ilişkiler araçlarında araştırma: Sosyal medya ve Web sitesi analizleri
10	İtibar Araştırmaları
11	Öğrenci sunumları
12	Öğrenci sunumları
13	Öğrenci sunumları
14	Öğrenci sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM357	TV Stüdyosu Uygulamaları	5	2	1	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Televizyon Stüdyosunda birden çok kamera kullanımına uygun projeler tasarlamak, canlı yayın akışına uygun çekimler gerçekleştirmek.

İçerik	01. hafta: Stüdyo ve ekipmanların tanıtımı (kamera, ses, ışık, video mixer ve kayıt ekipmanı), 02. hafta: Stüdyoda çekilmesi düşünülen projelerin hazırlığı ve örneklenmesi, 03. hafta: Stüdyo kameralarıyla çalışma, 04. hafta: Kontrol odasının tanıtımı ve çalışması (resim seçme masası ve kamera kontrolleri), 05. hafta: Ses mikseri tanıtımı ve çalışması, 06. hafta: Öğrenci projelerinin hazırlığı, 07. hafta: Ara sınav haftası, 08. hafta: Projelerin değerlendirilmesi I, 09. hafta: Projelerin değerlendirilmesi II, 10. hafta: Çekim provaları, 11. hafta: VTR hazırlanması, 12. hafta: Seçilen projenin çekilmesi, 13. hafta: Çekilen programın kurgusu, 14. hafta: Dönem sonu değerlendirmesi.
Kaynaklar	GÖKÇE Gürol, Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği, Der Yayınları, İstanbul, 1997. KAFALI Nadi, TV Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1993. VALE, Andrew, Kamera ve Camcorder Ekipleri, BBC Training & Development.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Stüdyo ve ekipmanların tanıtımı (kamera, ses, ışık, video mixer ve kayıt ekipmanı)
2	Stüdyoda çekilmesi düşünülen projelerin hazırlığı ve örneklenmesi
3	Stüdyo kameralarıyla çalışma
4	Kontrol odasının tanıtımı ve çalışması (resim seçme masası ve kamera kontrolleri)
5	Ses mikseri tanıtımı ve çalışması
6	Öğrenci projelerinin hazırlığı
7	Ara sınav haftası
8	Projelerin değerlendirilmesi I
9	Projelerin değerlendirilmesi II
10	Çekim provaları
11	VTR hazırlanması,
12	Seçilen projenin çekilmesi,
13	Çekilen programın kurgusu,
14	Dönem sonu değerlendirmesi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM359	Ülke Sinemaları	5	3	0	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste ulusal sinema kavramı hakkında teorik tartışmalar yapılması ve seçilen farklı ülke sinemaları vasıtasıyla sinematografik evrenin çeşitliliğinin öğrencilere aktarılması amaçlanmaktadır.
İçerik	Ulusal sinema kuramcılarının ulusal sinema kriterleri ve bunlar üzerine yapılan tartışmalar ve farklı ülke sinemalarına dair bilgiler ve filmler.

Kaynaklar	Crofts Stephen « Reconceptualising National Cinema(s) » dans Alan Williams (ed.), Film and Nationalism, Rutgers :The State University Press,2002. Higson Andrew, « The Concept of National Cinema » dans Alan Williams, Film and Nationalisme, Rutgers :The State University Press,2002. Frodon Jean-Michel, La projection nationale : cinéma et nation, Paris : Editions Odile Jacob, 1998. Naficy Hamid, An Accented Cinema: Exilic and Diasporic Filmmaking, Princeton: Princeton University Press, 2001.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş ve dersin tanıtımı
2	Ulusal Sinema Kavramı üzerine kuramlar ve tartışmalar I
3	Ulusal Sinema Kavramı üzerine kuramlar ve tartışmalar II
4	Amerikan Sineması
5	Amerikan Sineması
6	Amerikan Sineması
7	Amerikan Sineması
8	Vize
9	Örnek Seçilen Ülke Sineması Üzerine Öğrenci Sunumları
10	Örnek Seçilen Ülke Sineması Üzerine Öğrenci Sunumları
11	Örnek Seçilen Ülke Sineması Üzerine Öğrenci Sunumları
12	Örnek Seçilen Ülke Sineması Üzerine Öğrenci Sunumları
13	Örnek Seçilen Ülke Sineması Üzerine Öğrenci Sunumları
14	Genel Değerlendirme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM361	Film Projesi Geliştirme Atölyesi	5	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Dersin amacı, farklı türde film projeleri geliştirme sürecine ilişkin temel bilgilerin ve örneklerin verilmesi ve bu bilgilerin ışığında proje oluşturma, sunma, bütçelendirme, kaynak arama alanlarında uygulama çalışmalarının yapılmasıdır.

İçerik	1. Hafta: Tanışma 2. Hafta: Dünyada Sinema Sektörü ve Temel Kavramlar 3. Hafta: Türkiye'de Sinema Sektörünün İşleyişi ve Sorunları 4. Hafta: Film Projesinin Aşamaları: Senaryodan Ekrana Filmin Yolculuğu 5. Hafta: Bir Film Şirketi Ne Yapar? 6. Hafta: Bir Film Seti Nasıl İşler? 7. Hafta: Sinemada Pazarlama ve Dağıtım 8. Hafta: Vize Sınavı 9. Hafta Türk Sinemasında Gişe Rakamları Analizi 10. Hafta: Film Hakları Yönetimi 11. Hafta: Festivaller ve Film Marketleri Nasıl İşler? 12. Hafta: Dijitalleşme ve Alternatif Dağıtım Modelleri 13. Hafta: Film Projesi Sunum Teknikleri 14. Hafta: Atölye Genel Değerlendirme
Kaynaklar	CNC, Coll.Dixit, Eyrolles, Paris, 2006 Robert Edgar HUNT, Réalisation de films, Pyramyd, Paris, 2008 Jane BARNWELL, Les fondamentaux de la réalisation de films, Pyramyd, Paris, 2010 Elliott GRAVE, 130 exercices pour réussir son premier film, Eyrolles, Paris, 2010 J.-P. FOUGEA,- P.ROGARD, Les aides au financement, Dixit, Paris, 2009 Olivier AMIEL, Le financement public du cinéma dans l'Union Européenne, LGDJ, 2008 Ph.LAURIER, Producteur du cinéma : un métier, Chiron, 2005

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma
2	Dünyada Sinema Sektörü ve Temel Kavramlar
3	Türkiye'de Sinema Sektörünün İşleyişi ve Sorunları
4	Film Projesinin Aşamaları: Senaryodan Ekrana Filmin Yolculuğu
5	Bir Film Şirketi Ne Yapar?
6	Bir Film Seti Nasıl İşler?
7	Sinemada Pazarlama ve Dağıtım
8	Vize Sınavı
9	Türk Sinemasında Gişe Rakamları Analizi
10	Film Hakları Yönetimi
11	Festivaller ve Film Marketleri Nasıl İşler?
12	Dijitalleşme ve Alternatif Dağıtım Modelleri
13	Film Projesi Sunum Teknikleri
14	Atölye Genel Değerlendirme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM369	Yaratıcı İletişim Kampanyaları Analizi	5	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe

Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	-
İçerik	-
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Haşlkla ilişkiler kavram ve amaçları
2	Halkla ilişkiler süreci
3	Halkla ilişkiler kampanya süreci 2
4	Halkla ilişkiler araç ve yöntemleri
5	Kurumsal sosyal sorumluluk
6	Kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları
7	Ara sınav
8	Bütçe planlama
9	Kriz kampanyaları
10	Türkiye ve Dünyadan kampanya örnekleri ve analizi
11	Türkiye ve Dünyadan kampanya örnekleri ve analizi
12	İletişimde Yaratıcılık
13	Öğrenci Sunumları
14	Öğrenci Sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM373	Senaryo Yazarlığı	5	3	0	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin sonunda öğrenci, senaryo yazarlığı ile ilgili temel kuramsal bilgileri edinecektir. Görsel anlatım tekniğinin iç dinamiğini oluşturan yapıyı kavrayacaktır.
İçerik	Senaryoda dramatik yapının aşamaları olan konu,önerme, sinopsis ve tretmanın nasıl oluşturulduğu işlenir. Ayrıca karakter yaratımı da detaylı bir biçimde ele alınır.
Kaynaklar	R. Giddens, K. Suby, c. Wensley, Screening The Novel: The Theory and Practice of Literary Dramatization, Hampshire, MacMillan, 1990 Z. Çetin Erus, Amerikan ve Türk Sinemalarında Uyarlamalar, Es, İstanbul, 2005

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Senaryonun bir metin olarak özellikleri – görsel
2	Senaryo ve dramatik yapı
3	Senaryo yazarlığında konu, tema, önerme
4	Senaryo yazım aşamaları I: sinopsis (film öyküsü)
5	Senaryo yazımında karakter, karakterin geliştirilmesi, karakterde değişme
6	Senaryo yazarlığında görsel anlatım – ses ögesininkullanılışı (müzik, efekt)
7	Klasik dramatik yapının oluşturulması
8	Tretman yazımı
9	Tretman örnekleri
10	Sinemada ses
11	Senaryo yazarlığında diyalog yazımı
12	Müzik efekt kullanımı
13	Kısa film senaryosu
14	Kısa film senaryosu

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM377	Türkiye'de Modernleşme ve Medya	5	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Türkiye’de medya alanında yaşanan tarihsel gelişim sürecini modernleşme, burjuva devrimi ve kolektif hafıza kavramları çerçevesinde üretilen kuramsal yaklaşımlar üzerinden ele almaktır. Ders Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluş felsefesini oluşturan modernleşme ve batılılaşma ideallerinin basın ve medya dolayımıyla nasıl toplumsallaştırıldığını, nasıl söylemselleştirildiğini ve bu ideallerin karşıtlarıyla birlikte nasıl yeniden üretildiğini tarihsel bir perspektifle aktarmayı amaçlamaktadır.
İçerik	-Bu derste Türkiye’de medya alanında yaşanan gelişmeler siyasal, ekonomik, toplumsal ve kültürel dönüşüm süreci bağlamında ele alınacaktır. Kronolojik olarak ele alınacak olan gelişmeleri belirleyen güçler, figürler ve önemli tarihsel olaylar etrafındaki tartışmalar aktarılacaktır. Aynı zamanda medya aracılığıyla oluşan kolektif hafızanın şekillenişi, iktidar ilişkileri ve kültürel hegemonya çatışmaları da tartışma konuları arasındadır.

Kaynaklar	• John B. Thompson (2008). Medya ve Modernite, Çev: Serdar Öztürk, İstanbul: Kırmızı Yayınları • Benedict Anderson (1993). Hayali Cemaatler, Çev: İskender Savaşır, İstanbul: Metis • Jane Chapman (2005). Comparative Media History, Cambridge: Polity Press • Jean-Noel Jeanneney (2006), Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi, Çev: Esra Atuk, İstanbul: YKY • Eric J. Hobsbawn (2021). Fransız Devrimi'ne Bakış, Çev. Osman Akınhay, Ankara: Dipnot • Enzo Traverso (2009). Geçmişi Kullanma Klavuzu, Çev: Işık Ergüden, İstanbul: Versus • Maurice Halbwachs (2018). Kolektif Hafıza, Çev: Banu Barış, Ankara: Heretik Yayınları • Ellen Meiksins Wood (2007), Kapitalizmin Arkaik Kültürü, İstanbul: Yordam • Ragıp Duran (2000). Apoletli Medya, İstanbul: Belge Yayınları • Gülseren Adaklı (2006). Türkiye'de Medya Endüstrisi Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri, Ankara: Ütopya Yayınları • Ertuğrul Mavioğlu (2012). Cenderedeki Medya Tenceredeki Gazeteci, İstanbul: İthaki • Vahdet Mesut Ayan (2019). AKP Devrinde Medya Âlemi, İstanbul: Yordam • Ümit Alan (2015). Saray'dan Saray'a Türkiye'de Gazetecilik Masalı, İstanbul: Can Yayınları • U. Uraz Aydın (derleyen) (2015). Neoliberal Muhafazakâr Medya, İstanbul: Ayrıntı • Sungur Savran (2010). Türkiye'de Sınıf Mücadeleleri (1908-1980), İstanbul: Yordam • Uygur Kocabaşoğlu (2010

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Ders içeriğinin ve izlencenin tanıtılması: Kavramsal çerçeve, dersin amacı, izlence ve değerlendirme ölçütlerinin paylaşılması.
2	Modernleşme, Burjuva Devrimi, Kolektif Hafıza ve Medya: Kuramsal Yaklaşımlar, Tartışmalar
3	Osmanlı'nın Mirası; Modernleşme Sürecinin Ön Koşullarının Oluşması ve Medya
4	Vaka 1; II. Abdülhamit Dönemi ve Sansür Uygulamaları, 1908 Devrimi ve Basın
5	Cumhuriyetin Kuruluşu ve Tek Parti Dönemi (1923–1945);
6	Vaka 2; İstiklal Mahkemeleri ve basın davaları
7	Vize Sınavı
8	Çok Partili Hayata Dönüş ve Demokrat Parti Dönemi (1945–1960)
9	Vaka 3; 6-7 Eylül 1955 olayları ve medya.
10	İki Darbe Arası Dönem (1960–1980). 27 Mayıs 1960'tan 12 Eylül 1980'e kadar olan dönem
11	1980 Askerî Darbesi ve Neoliberal Medya Düzeni (1980–2002)
12	Vaka 4: Olağanüstü Hal, 28 Şubat ve Medya
13	AKP Dönemi (2002–Günümüz)
14	Genel değerlendirme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM379	Dijital Anlatı Tasarımı ve Yapımı	5	3	0	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans

Dersin Amacı	Bu ders mobil cihazların yaygınlaşması ve katılımcı kültürün yükselişiyle birlikte köklü bir dönüşüm geçiren hikâye anlatıcılığı pratiklerini, eleştirel ve üretim odaklı bir perspektifle ele almayı amaçlamaktadır. Ders kapsamında öğrencilerin dijital anlatı biçimlerini eleştirel ve yaratıcı açılardan değerlendirmeleri, özgün içerikler tasarlamaları ve üretmeleri hedeflenmektedir. Dersin öğrencilerin eleştirel, özgün ve yaratıcı düşünme yetkinliklerini güçlendirmesi ve dijital medya ortamlarında etkili ve nitelikli içerik üretebilen profesyoneller olarak yetişmelerine katkı sağlaması amaçlanmaktadır.
İçerik	Ders "yaparak öğrenme" modeline dayanan uygulama ve üretim odaklı bir atölye dersi olarak tasarlanmıştır. Ders süresince öğrenciler geleneksel hikâye anlatım ilkelerini üretken yapay zekâ araçları ve çağdaş dijital uygulamalarla bir araya getirerek kendi özgün dijital hikâyelerini hayata geçirirler. Storyboard hazırlama, ses tasarımı ve kurgu süreçlerinin yanı sıra yapay zekâ destekli görsel-işitsel içerik üretimini ve doğrusal olmayan (interaktif) anlatı tasarımını deneyimlerler. Öğrenciler etik, temsil ve şeffaflık ilkeleri çerçevesinde, yeni nesil dijital teknolojileri yaratıcı birer anlatı aracına dönüştürerek nitelikli projeler üretme yetkinliği kazanırlar.
Kaynaklar	Alexander, Bryan. (2017). The New Digital Storytelling: Creating Narratives with New Media (2. bs.). Praeger. Berger, John. (2014). Görme Biçimleri. Metis Yayınları. Campbell, Joseph. (2023). Kahramanın Sonsuz Yolculuğu. İthaki Yayınları. Hartley, John. & McWilliam, Kelly. (2009). Story Circle: Digital Storytelling Around the World. Blackwell. Jenkins, Henry. (2016). Cesur Yeni Medya: Teknolojiler ve Hayran Kültürü. İletişim Yayıncılık. Joler, Vladan & Pasquinelli, Matteo. (2020). The Nooscope Manifested: AI as Instrument of Knowledge Extractivism. https://nooscope.ai Lambert, Joe. (2013). Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community. Routledge. Ramsden, Ashley & Hollingsworth, Sue. (2024). Hikâye Anlatma Sanatı. İletişim Yayınları. Şimşek, Burcu. İletişim Çalışmaları Bağlamında Dijital Hikâye Anlatımı: Kavramlar ve Türkiye Deneyimi. https://ekitap.alternatifbilisim.org/pdf/dijital-hikaye-anlatimi.pdf Tatlı, Erdem. (2021). İletişim Çalışmalarında Hikâye Anlatıcılığı. Nobel Yayınevi. Zuboff, Shoshana. (2021). Gözetleme Kapitalizmi Çağı. Okuyan Us Yayınları. StoryCenter. Center for Digital Storytelling. https://www.storycenter.org

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin tanıtımı ve dijital anlatıya giriş
2	Anlatının evrimi ve dijital çağda hikaye: Sözlü gelenekten dijital medyaya anlatı biçimleri, dijital hikâyenin ayırt edici nitelikleri
3	Hikâye çemberi (Story Circle): Bireysel deneyimlerden ortak toplumsal değerlere geçiş. Hikâye çemberi atölyesiyle ham fikirlerin paylaşımı ve akran geri bildirimi.
4	Metin yazımı ve storyboard: Hikaye çemberinden çıkan fikrin kısa metne (script) dönüştürülmesi, akış şeması ve storyboard taslağı hazırlama.
5	Dijital anlatıda görsel dil ve kompozisyon: Görsel dilin anlam üretme biçimleri ve çekim teknikleri
6	Dijital anlatıda ses tasarımı ve anlatı katmanları: Özgün ses kaydı, ortam sesi, müzik ve efekt kullanımı. Sesin anlatıda dramatik ve duygusal rolü
7	Vize haftası: Ara proje değerlendirmesi
8	İnsan odaklı ve bilgilendirici anlatı: Saha ve röportaj, soru sorma ve aktif dinleme pratikleri. Dijital hikâyecilikte temsil, etik ve izin süreçleri
9	Çoklu platform uyarlamaları ve format dönüşümü: Platform seçiminin anlatıya etkisi. Aynı hikâyenin yatay (kapsamlı/web) ve dikey (kısa/mobil) dinamiklere göre yeniden kurgulanması
10	Yapay zekâ destekli görsel işitsel anlatı: Üretken yapay zekâ araçlarının görsel-işitsel üretime entegrasyonu. Telif, temsil ve künye/şeffaflık ilkeleri
11	Yapay zekâ destekli görsel işitsel üretim atölyesi: Öğrencilerin saha kayıtları ile yapay zekâ çıktılarını (görsel/ses/atmosfer) birleştirdiği uygulamalı hibrit video üretimi
12	İnteraktif anlatılara giriş ve doğrusal olmayan kurgu: Doğrusal olmayan (non-linear) kurgu mimarisi ve dallanan ağaç yapıları
13	İnteraktif anlatı atölyesi: Özgün interaktif dijital anlatı geliştirilmesi.
14	Proje sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM381	Kültürel Ürünler ve Kimliğin İnşası	5	3	0	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	İngilizce
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	-
İçerik	Bu ders, kültürel ürünler ile hem bireysel hem de toplumsal kimliklerin oluşumu arasındaki ilişkiyi inceleyecektir. Şarkılar, fotoğraflar, filmler, TV, sosyal medya içerikleri ve müze sergileri gibi kültürel ürünlerin yanı sıra haritalar ve kimlik kartları gibi bazı günlük ürünlerin, cinsiyet, ırk, etnik köken, sınıf ve milliyet üzerinde özellikle vurgu yaparak farklı toplumsal ve kültürel grupları nasıl temsil ettiğini ve oluşturduğunu inceleyeceğiz. Her oturum iki bölümden oluşur: okumalara dayalı teorik bir giriş ve kültürel ürünlerin sınıfta analiz edilmesi.

Kaynaklar	• Myria Georgiou, "Identity." Keywords for Media Studies. Eds. Jonathan Gray and Laurie Ouellette. New York: New York University Press, 2015. http://keywords.nyupress.org/media-studies/essay/identity/ • Carla Kaplan, "Identity." Keywords for American Cultural Studies, Second Edition. Eds. Bruce Burgett and Glenn Hendler. New York: New York University Press, 2014. http://keywords.nyupress.org/american-cultural-studies/essay/identity/ • Ella Shohat and Robert Stam, “Introduction” and “From Eurocentrism to Polycentrsim” Unthinking Eurocentrism: Multiculturalism and the Media. London and New York: Routledge, 1994. 1-12 and 13-54. • Edward Said, “Introduction” “Chapter 1: Scope of Orientalism: II. Imaginative Geography and its Representation” Orientalism. 1-28 and 49-73. • Benedict Anderson, “Introduction,” “Chapter 3: The Origins of the National Consciousness,” “Chapter 5: Old Languages, New Models,” “Chapter 7: The Last Wave,” and “Chapter 10: Census, Map, Museum” in Imagined Communities. London and New York: Verso, 1983 (2006). • Helga Tawil-Souri, “Colored Identity: The Politics and Materiality of ID Cards in Palestine/Israel.” Social Text 29(2): 67-97. 2011. • John C. Torpey, The Invention of the Passport: Surveillance, Citizenship and the State, Cambridge UP, 2018. • Frances Stonor Saunders, “Where in the world are you?” London Review of Books. • John Tagg, “Introduction” “Chapter 2: Evidence, Truth and Order: Photographic Records and the Growth of the State” and “Chapter 3: A Means of Surveillance: The Photograph as Evidence in Law” in The Burden of Representation: Essays on Photographies and Histories, Minneapolis, University of Minneapolis Press, 1988. 1-33, 60-65, 66-102. • Michel Foucault, “Panopticism.” Discipline and Punish. Reprinted in Neal Leach, ed. Rethinking Architecture. London/New York: Routledge, 1997. [1958, trans. 1969] • Byung-Chul Han, “Big Data” in Psychopolitics: Neoliberalism and New Technologies of Power. London and New York: Verso. 2017. 55-76. • Alan Feldman “On Cultural Anesthesia: From Desert Storm to Rodney King” American Ethnologist. Vol 21, No. 2, May 1994. 404-418. • Jean Baudrillard. “The Precession of Simulacra,” in Simulacra and Simulation. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 1994. pp. 1-42. • Roland Barthes, “The Death of the Author” in Image, Music, Text. McMillan, 1978. 142-148. • Guy Debord. “The Culmination as Separation” and “The Commodity as Spectacle,” in Society of the Spectacle. London: Rebel Press, 2006. pp. 6-25. • Brian Eugenio Herrera. “Prologue” and “Chapter 3: How the Sharks Became Puerto Rican?” in Latin Numbers: Playing Latino in the Twentieth Century US Popular Performance. Ann Arbor: U Michigan Press. 2015. 1-17 and 96-127. • Excerpts from Meg-John Barker and Julia Scheele, Queer: A Graphic History. London: Icon Books, 2016. • Robert T. Tally, Spatiality. London: Routledge, 2013. • Svetlana Boym, The Future of Nostalgia, New York: Basic Books, 2001. • İlker Hepkaner, "Heritage at Display: The Quincentennial Museum of Turkish Jews in Istanbul as a Flagship Cultural Institution" in Picturing the Past: The Formation of Jewish Heritage in Turkey and Israel (1948-2018), NYU, 2019, Unpublished dissertation. • Joe J. Phua "Sports fans and media use: Influence on sports fan identification and collective self-esteem." International Journal of Sport Communication 3, no. 2 (2010): 190-206. • Andy Bennett, Music, space and place: popular music and cultural identity. Routledge, 2017. • Somogy Varga, "The politics of nation branding: Collective identity and public sphere in the neoliberal state." Philosophy & Social Criticism 39, no. 8 (2013): 825-845.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş / Ders içeriği, beklentiler ve giriş.
2	Temel Kavramlar
3	Oryantalizm, Stereotipler, Doğu-Batı (Kültürel Ürün Örneği: Hollywood ve Yeşilçam filmlerinden kesitler)

Hafta	Konu Başlıkları
4	Millet, Basılı Kapitalizm (Matbaa Kapitalizmi) ve Haritalar (Kültürel Ürün Örneği: "Millet" kavramına ilişkin çeşitli haritalar / Konuk: Gülsin Harman - New York Times)
5	Kimliklerin Hareketi ve Aracılığı (Kültürel ürün örneği: Çeşitli kimlik kartları / Konuk konuşmacı: Yrd. Doç. Dr. Elif Sarı - UBC)
6	Dosya, Disiplin, Veri (Kültürel ürün örneği: Akıllı telefonlardaki "casusluk" uygulamaları)
7	Vize Haftası
8	Medya, Irk ve Etnik Köken (Kültürel ürün örneği: ABD, Fransa ve Türkiye'den Black Lives Matter posterleri)
9	İmge ve İnternet (Kültürel ürün örneği: ABD, Fransa ve Türkiye'deki kimlikle ilgili internet memleri Konuk: Serdar Darendeliler - GAPO)
10	Bölgesel Kimliklerin TV Temsilleri (Kültürel ürün örneği: Parks and Recreation ve Avrupa Yakası sit-com'larından kesitler)
11	Cinsiyet, Cinsellik ve Yer (Kültürel ürün örneği: Queering the Map Web Sitesi / Konuk konuşmacı: Avinash Rajagopal - Metropolis Dergisi)
12	Nostalji ve Kimliğin Postmodern Temsilleri (Dua Lipa'nın Future Nostalgia albümü ve 90'lar nostaljisine dair ABD ve Türkiye'den Facebook sayfaları)
13	Azınlık Kimlikleri ve Kurumsal Aidiyet (Kültürel ürün örneği: Türk Yahudilerinin 500. Yıl Müzesi'ne ve Beyoğlu'ndaki Galatasaray Müzesi'ne bir gezi yapılacaktır.)
14	Müzikal Kimlikler ve Ulusal Markalaşma (Kültürel ürünler: Eurovision Şarkı Yarışması'ndan çeşitli klipler)

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM405	Bitirme Projesi I	7	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders kapsamında öğrencilerin belirledikleri bir sorunsal kapsamında özgün bir araştırma gerçekleştirmeleri amaçlanmaktadır.
İçerik	Bu ders kapsamında özgün bir akademik araştırmanın araştırma sorularını oluşturmak, belirlenen sorunsal kapsamında hipotezlerin belirlenmesi, ve araştırma yönteminin belirlenmesi, literatür taraması yapılması gibi konular ele alınacaktır.
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Bitirme Projesi dersi işleyişi hakkında bilgilendirme
2	Gazetecilik ve internet yayıncılığı uzmanlık alanı bitirme projesi konuları hakkında bilgilendirme
3	Halkla ilişkiler ve reklam uzmanlık alanı bitirme projesi konuları hakkında bilgilendirme
4	Sinema ve televizyon uzmanlık alanı bitirme projesi konuları hakkında bilgilendirme
5	Sinema ve televizyon uzmanlık alanı bitirme projesi konuları hakkında bilgilendirme
6	Bilimsel yazı teknikler
7	Danışman görüşmesi
8	Danışman görüşmesi
9	Danışman görüşmesi

Hafta	Konu Başlıkları
10	Danışman görüşmesi
11	Danışman görüşmesi
12	Danışman görüşmesi
13	Danışman görüşmesi
14	Danışman görüşmesi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU411	Gazetecilik Uygulamaları I	7	2	2	0	4	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	-
İçerik	-
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU415	Dijital Haber Ekonomisi	7	2	0	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders, dijital çağda gazeteciliğin finansmanıyla ilgili güncel gelişmeleri ve tartışmaları konu almaktadır. Ders, internetin ve dijital teknolojinin, gazeteciliğin finansmanında yarattığı güçlüklerin yanı sıra beraberinde getirdiği fırsatları ve yeni gelir modellerini, Türkiye'den ve dünyadan örneklerle ele alıp tartışmayı amaçlamaktadır.
İçerik	Bkz. Konu Başlıkları
Kaynaklar	Julia Cagé, 2016, Medyayı Kurtarmak – Kapitalizm, Katılımcı Finans ve Demokrasi, İş Bankası Kültür Yayınları Tolga Çevikel, 2020, Dijital Çağda Gazeteciliğin Krizi ve Finansmanı, um:ag Yayınları Tezcan Durna , Zeynep Özarslan , Perrin Öğün Emre, 2020, Sayısal Eşitsizlikler ve Gazeteciliğin Geleceği, um:ag Yayınları

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma, dersin tanıtımı

Hafta	Konu Başlıkları
2	Dijital ekonominin temel özellikleri
3	Gazeteciliğin güncel finansman krizi
4	Gazetecilikte reklama dayalı gelir modeli
5	Dijital platformların yükselişi ve hakimiyeti
6	Gazeteler ve dijital platformlar ilişkisi
7	Vize sınavı
8	Ödeme duvarı, dijital abonelikler
9	Bağışlar, kitle fonlama
10	Okur gelirlerinin mevcut durumu ve geleceği
11	Türkiye'de dijital gazetecilik ve finansmanı
12	Türkiye'de dijital gazetecilik ve finansmanı - devam
13	Öğrenci sunumları
14	Öğrenci sunumları - devam

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP409	Yaratıcı İletişim Kampanyaları Tasarımı	7	4	0	0	4	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	-
İçerik	-
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin Tanıtımı, Yaratıcı İletişim Kampanyası Tasarımına Giriş ve Dönem Projesinin Açıklanması
2	Stratejik İletişim, Kampanya Araştırması ve Durum Analizi; Örnek Kampanya İncelemeleri
3	Kurum ve Hedef Kitle Analizi; Araştırma Bulgularından İçgörü Geliştirme
4	Kampanya Planlaması: Amaç ve Hedeflerin Belirlenmesi, Yaratıcı Fikir ile Strateji Arasındaki İlişki
5	Uzman Konuk: İletişim Kampanyalarında Yaratıcılık I — İçgörü, Yaratıcı Brief ve Fikir Geliştirme
6	Uzman Konuk: İletişim Kampanyalarında Yaratıcılık II — Prodüksiyon, Mecra Seçimi ve Uygulama Koşulları
7	Kampanya Stratejileri ve Taktikleri; Ara Sınav Proje Sunumları
8	Ara Sınav Değerlendirmesi ve Kampanya Planı Dosyalarının Teslimi
9	Kampanya Uygulamalarının Tasarımı: Yaratıcı İçerik ve Materyal Geliştirme
10	Kampanyanın Uygulanabilirliği: Kaynak Planlaması, Zamanlama, Bütçeleme ve Bütünsellik
11	Kampanya Değerlendirmesi: Başarı Ölçütleri, Varsayımsal Değerlendirme ve Simülasyona Dayalı Analiz
12	Kampanya Final Sunumları

Hafta	Konu Başlıkları
13	Kampanya Final Sunumları
14	Kampanya Final Sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP415	Halkla İlişkiler ve Etkileşimli Medya	7	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı; öğrencinin, halkla ilişkilere yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin uyarlanması, çok sayıda yazılı, işitsel ve görsel materyalin ortaya çıkması, on-line gazetelerin ve dergilerin yayınlanması, MSNBC, Facebook, Twitter, Friendfeed, Linkedin...vs. gibi networklerin ortaya çıkması, böylelikle enformasyonu depolama ve paylaşma kapasitesinin artması ve yeni tüketici kitlelere bilgi dağıtımının hız kazanması, halkla ilişkileri kullanan örgütlerin sayısının artması ve halkla ilişkiler örgütlerinin sayısının artması,endüstriye uyarlanabilir yeni teknolojilerin miktarı ve çeşitliliğinin artması, müşterilere, medyaya, rakipler ve endüstriye ilişkiye ilişkin bilginin toplanması ve depolanması gibi gelişimlerin halkla ilişkiler alanına etkisini inceleyebilmesini ve örneklerle yorumlayabilmesini sağlamaktır.
İçerik	1.Hafta: Etkileşimli medya kavramı, halkla ilişkilerde etkileşimli medya ile geleneksel medya kullanımı karşılaştırması 2.Hafta: Halkla İlişkilerin Dijital Evrimi ve dijital düşünce sistemi oluşturma 3.Hafta: Sosyal Dinleme & Veri Toplama Araçları 4.Hafta: Yaratıcı formatlar, platform farklılıkları 5.Hafta: Viral halkla ilişkiler ve sosyal topluluklar etkileşimi 6.Hafta: Sosyal ağlarda içerik yönetimi 7.Hafta: Vize sınavı 8.Hafta: Etkileşimli medyada basın bülteni ve RSS beslemeleri 9.Hafta: On-line medya odası, pod-casting ve arama motoru optimizasyonu 10.Hafta: Uzman konuk daveti 11.Hafta: Üretken Yapay Zeka (Generative AI) Fırsatlar ve Sınırlar 12.Hafta: Markaların yeni güç kaynağı: Kişi odaklı uygulamalar 13.Hafta: Etkileşimli medyada stratejik halkla ilişkiler planı hazırlama 14.Hafta: Ödev sunumu
Kaynaklar	BREAKENRIDGE, Deirdre (2008). PR 2.0: new media, new tools,new audiences, FT Press. DILENSCHNEIDER, Robert L. (2010). The AMA handbook ofpublic relations [electronicresource], AMACOM, NewYork. SCOTT, David Meerman (2010). Thenew rules of marketing and PR,MediaCat Kitapları: digitalage, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.,İstanbul. SOLIS, Brian (2009). Putting the public back in public relations : how social media is reinventing the aging business of PR, Upper Saddle River, N.J. : FT Press. Süreli yayınlar: Journal of Public Relations Research Public Relations Quarterly Public Relations Review

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Etkileşimli medya kavramı, halkla ilişkilerde etkileşimli medya ile geleneksel medya kullanımı karşılaştırması
2	Halkla İlişkilerin Dijital Evrimi ve dijital düşünce sistemi oluşturma
3	Sosyal Dinleme & Veri Toplama Araçları

Hafta	Konu Başlıkları
4	Yaratıcı formatlar, platform farklılıkları
5	Viral halkla ilişkiler ve sosyal topluluklar etkileşimi
6	Sosyal ağlarda içerik yönetimi
7	Vize sınavı
8	Etkileşimli medyada basın bülteni ve RSS beslemeleri
9	On-line medya odası, pod-casting ve arama motoru optimizasyonu
10	Uzman konuk daveti
11	Üretken Yapay Zeka (Generative AI) Fırsatlar ve Sınırlar
12	Markaların yeni güç kaynağı: Kişi odaklı uygulamalar
13	Etkileşimli medyada stratejik halkla ilişkiler planı hazırlama
14	Öğrenci sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV403	Film Çözümlemeleri	7	3	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Dersin amacı farklı mecralara ve izleyici kitlelerine yönelik olarak, farklı amaçlarla yapılmış filmlerin çözümlenme biçimlerine ilişkin bilgi ve becerinin kazandırılmasıdır.
İçerik	1. hafta: Görüntü çözümlemeleri: genel yaklaşımlar, biçimler 2. hafta: Film kuramlarından film çözümlemelerine 3. hafta: Çözümleme teknikleri ve araçları 4. hafta: Bir metin olarak film: yapısal ve estetik yaklaşımlar 5. hafta: Bir anlatı olarak film: tematik yaklaşımlar 6. hafta: İçerik, söylem çözümlemesi 7. hafta: Anlatısal (naratolojik) çözümleme 8. hafta: Metinlerarasılık ve film çözümlemeleri 9. hafta: Psikanalitik ve feminist çözümlemeler 10. hafta:Tarihsel çözümlemeler 11. hafta: Sosyolojik çözümlemeler 12. hafta: Farklı film biçimlerinin çözümlenmesi: televizyon dizileri 13. hafta: Farklı film biçimlerinin çözümlenmesi: reklam filmleri 14. hafta: Farklı film biçimlerinin çözümlenmesi: kısa filmler ve belgeseller

Kaynaklar	AUMONT Jacques, MARIE Michel, Analyse des Films, Armand Colin Cinéma, (2è éd.), Paris, 2006 VANOYE Francis, GOLIOT-LETE Anne, Précis d'analyse filmique, Nathan Université, Paris, 1992 AUMONT Jacques, Les théories des cinéastes, Armand Colin Cinéma, Paris, 2005 JOLY Martine, Introduction à l'analyse de l'image, Armand Colin, 128 image, Paris, 2005 GARDIES André, Le récit filmique, Hachette Supérieur, Coll. Contours Littéraires, Paris, 1993 NACACHE Jacques (sous la dir.de), L'Analyse de films en question, Lharmattan, Paris, 2006 AARON Michele, Specatorship. The Power of Looking on, Wallflower, NY and London, coll. Short Cuts, 2007 JULLIER Laurent, MARIE Michel, Lire les Images de cinéma, Larousse, Paris, 2007 ADANIR Oğuz, Kültür, Politika ve Sinema, + 1 Kitap, İstanbul, 2006 Laurent GERVEREAU, Voir, comprendre, analyser les images, La Découverte, Guides Repères, Paris, 2000 FISKE John, , Popüler Kültürü Anlamak, Ark Yayınları, Ankara, 1999 MUTLU Erol, Televizyonu Anlamak, Ark Yayınları, Ankara, 1995 ROMANET Ignacio, Propagandes silencieuses, Gallimard, Folio Actuel, Paris, 2004 PARSA Seyide (ed.), Film Çözümlemeleri, EÜ Yay., İzmir, 2009 BAKIR Burak, Sinema ve Psikanaliz, Hayalet Kitap. Sinema ve Eleştiri, İstanbul, 2008 GENÇÖZ Faruk, PSİnema, HYB Yayıncılık, Ankara, 2007

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Görüntü çözümlemeleri: genel yaklaşımlar, biçimler
2	Film kuramlarından film çözümlemelerine
3	Çözümleme teknikleri ve araçları
4	Bir metin olarak film: yapısal ve estetik yaklaşımlar
5	Bir anlatı olarak film: tematik yaklaşımlar
6	İçerik, söylem çözümlemesi
7	Anlatısal (naratolojik) çözümleme
8	Metinlerarasılık ve film çözümlemeleri
9	Psikanalitik ve feminist çözümlemeler
10	Tarihsel çözümlemeler
11	Sosyolojik çözümlemeler
12	Farklı film biçimlerinin çözümlenmesi: televizyon dizileri
13	Farklı film biçimlerinin çözümlenmesi: reklam filmleri
14	Farklı film biçimlerinin çözümlenmesi: kısa filmler ve belgeseller

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV417	Türkiye'de Dizi Sektörü	7	2	0	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Hem meslek profesyonellerinin hem de diziler üzerine çalışan akademisyenlerin derslere katılımıyla Türkiye'de dizi sektörünü tanımak ve popüler bir tür olan dizilerin içeriklerini ve toplumsal etkilerini incelemek.
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Derse giriş, Dersin açılışı; dersin amacının ve ders planının anonsu
2	Dizi kavramı ve Türk TV yayıncılığında dizilerin tarihi
3	Dizi sektörü – konuk
4	Dizi sektörü – konuk
5	Dizi sektörü – konuk
6	Dizi sektörü – konuk
7	Vize
8	Türkiye'de dizilerin sosyolojisi
9	Türkiye'de dizilerin sosyolojisi
10	Türkiye'de dizilerin sosyolojisi
11	Türkiye'de dizilerin sosyolojisi
12	Ödev sunumu
13	Ödev sunumu
14	Ödev sunumu ve genel değerlendirme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM421	İnternet ve Mobil Pazarlama	7	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Teknoloji ve iletişim araçlarının gelişim hızı bir hayli yüksektir. Bu doğrultuda, reklam ilke ve stratejilerinin de aynı kalması beklenemez. Mobil araçların yaygın kullanımı ve dijital pazarlamanın gelişimi vasıtasıyla hedef kitle ve müşteriler daha erişilebilir hale gelmiştir. Bu ders kapsamında, mobil pazarlama ve reklamcılığa dair teorik ve pratik bilginin önde gelen şirketler vasıtasıyla öğrencilere aktarılması ve öğrencilerin, uygulama süreçlerinde yer alması amaçlanmaktadır.
İçerik	Medya planlama, dijital ve sosyal medya reklamcılığı, ölçüm ve analitik, mobil uygulama geliştirme ve reklam teknolojileri, mobil ticaret ve ödeme araçları, dijital içerik oluşturma ve planlama gibi konular, teori ve uygulama yönleriyle ele alınacaktır.
Kaynaklar	Zanville, S. J., & Roger, B. (2010). Advertising media planning. Ephron, E. (2006). Media Planning. Kotler, P., Armstrong, G. (2001). Principles of Marketing. Prentice Hall International, New York. Aaker, A, D. (1996). Building Strong Brands The Free Press, New York. Chaudhuri, A. (2002). How brand reputation affects the advertising brand equity link, Journal of Advertising Research, May-June. Edwards, H. and Day, D. (2005). Creating Passion Brands, Kogan Page, London Öğretim elemanının ders notları.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş, Ders Planı Değerlendirmesi ve Planın Gözden Geçirilmesi
2	Dijital Pazarlama Ekosistemine Giriş

Hafta	Konu Başlıkları
3	Growth ve Martech
4	Pazar ve Medya Araştırma
5	Medya Planlama
6	Dijital Hikaye Anlatıcılığı
7	Ara Sınav Hazırlık
8	Ara Sınav
9	Ölçüm ve Analitik
10	Mobil Uygulama Geliştirme
11	Influencer Pazarlama
12	Oyun ve Audio
13	Yapay Zekâ Çağında Pazarlama
14	Modern Pazarlamanın Başarılı Örnekleri & Öğrenci Final Sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM427	Film Yapımı I	7	3	1	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Öğrenciler, kurmaca türü alanında yazdıkları kısa film senaryolarını, proje dosyası (sinopsis, tretman, senaryo) halinde geliştirirler. Her öğrenci özgün bir kısa film projesi yapmak zorundadır.
İçerik	Bu derste öncelikle kurmaca kısa metraj filmin özellikleri konuşulur. Bu konuşma/tartışma sürecinin sonunda önermeden başlayarak kısa metraj film yazmanın aşamalarına başlanır. Sırasıyla sinopsis, tretman ve senaryo yazılır. 01.hafta: Dersin yapısı, kısa filmin tanımı, önerme yazmak, karakter oluşturmak, 02.hafta: Kısa film örneklerinin izlenmesi ve analizi, 03.hafta: Kurmaca filmin yapısını oluşturan ana ögeler, 04.hafta: Önermelerin konuşulması ve analizi, 05.hafta: Hikayelerin sinematografik özellikleri, 06.hafta: Sinopsis yazılması, 07.hafta: Ara sınav haftaları, 08.hafta: Ara sınav haftaları, 09.hafta: Ödevlerin değerlendirilmesi ve tretman oluşturma, 10.hafta: Tretman içerikleri ve diyalog yazılması, 11.hafta: Öğrenci projelerinin analizi ve olgunlaştırılması, 12.hafta: Senaryo yazımına dair detaylar, 13.hafta: Dönem sonu değerlendirmesi.
Kaynaklar	"Kısa Film Yazmak", Pat Cooper, Ken Dancyger, Sinema Tekniği/16 ES Yayınları. "Film Yapımı Temelleri 04 - Film Dili" Robert Edgar-Hunt, John Marland, Steven Rawie, Literatür Yayınları.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin yapısı, kısa filmin tanımı, önerme yazmak, karakter oluşturmak,

Hafta	Konu Başlıkları
2	Kısa film örneklerinin izlenmesi ve analizi,
3	Kurmaca filmin yapısını oluşturan ana ögeler,
4	Önermelerin konuşulması ve analizi,
5	Hikayelerin sinematografik özellikleri,
6	Sinopsis yazılması,
7	Ara sınav haftaları,
8	Ara sınav haftaları,
9	Ödevlerin değerlendirilmesi ve tretman oluşturma,
10	Tretman içerikleri ve diyalog yazılması,
11	Öğrenci projelerinin analizi ve olgunlaştırılması,
12	Senaryo yazımına dair detaylar,
13	Dönem sonu değerlendirmesi.
14	Genel Tekrar

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM437	İş Etiği	7	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Ders, iş etiği ile ilgili temel bilgilerin öğretilmesini ve işletmelerde karşılaşılacak farklı alanlardaki etik problemleri ve çözüm yollarının öğretilmesini amaçlamaktadır.
İçerik	1. Hafta: Etiğe giriş ve genel kavramlar 2. Hafta: Felsefi etik kuramları 3. Hafta: Ahlakın sosyolojisi 4. Hafta: Ahlak psikolojisinin temel kavramları 5. Hafta: Ahlak psikolojisi ve kuramlar 6. Hafta: Etik körleşme 7. Hafta: ARA SINAV 8. Hafta: İş etiğine giriş 9. Hafta: İşletmelerde karşılaşılan etik problemler 10. Hafta: İşletmelerde etik sorumluluk ve KSS 11. Hafta: Etik karar verme ve liderlik 12. Hafta: İşletme içi etik program geliştirme 13. Hafta: İş etiği ve hukuki düzenlemeler 14. Hafta: Saha araştırması sunumları
Kaynaklar	Armstrong, Walter (2008). Moral Psychology. Cambridge, MA: MIT Press. Bloom, P. (2013). Just Babies: The Origins of Good and Evil. Penguin: New York. Brenkert, G. (2010). The Oxford Handbook of Business Ethics. Oxford: UK. Darwall, S. (1998). Philosophical Ethics. Westview: Oxford. Drumwright, M. & Murphy, P. (2004). How Advertising Practitioners View Ethics : Moral Muteness, Moral Myopia, and Moral Imagination, Journal of Advertising. 33: 2 Hitlin, S & Vaisey, S. (eds) (2010). Handbook of the Sociology of Moralitiy. Springer: New York. Luetge, C. (2013). Handbook of the Philosophical Foundations of Business Ethics. Springer: New York. Palazzo, G. (2012). Ethical Blindness, Journal of Business Ethics, 109 / 3.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Etiğe giriş ve genel kavramlar
2	Felsefi etik kuramları
3	Ahlakın sosyolojisi
4	Ahlak psikolojisinin temel kavramları
5	Ahlak psikolojisi ve kuramlar
6	Etik körleşme
7	VİZE
8	İş etiğine giriş
9	İşletmelerde karşılaşılan etik problemler
10	İşletmelerde etik sorumluluk ve KSS
11	Etik karar verme ve liderlik
12	İşletme içi etik program geliştirme
13	İş etiği ve hukuki düzenlemeler
14	Saha araştırması sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM443	Video Deneme	7	3	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	İngilizce
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste video denemenin akademik ve sanatsal ifade aracı olarak sunduğu imkanların kapsamlı bir şekilde ele alınması amaçlanmaktadır.
İçerik	Video deneme hakkında pratik ve kuramsal yaklaşımların ele alındığı bu ders, deneme türünün görsel-işitsel medya ile ilişkisi bağlamında geniş kapsamlı bir yaklaşım sunar. Ders boyunca öğrenciler, bireysel video projelerine aktif olarak katılırlar; ders öğrencilerin video denemeyi çok yönlü bir ifade alanı olarak deneyimlemelerine olanak tanır. Ders içeriği, film eleştirisi, video denemelerin akademik araştırmalarda kullanımı ve deneme filmin sanatsal boyutu gibi çeşitli konuları kapsamaktadır.
Kaynaklar	Adorno, Theodor W. "The Essay as Form." Essayson The Essay Film, edited by Nora M. Alter and Timothy Corrigan, Columbia University Press, 1958, pp. 60-82. Astruc, Alexandre. "The Birthof a New Avant-Garde: La Caméra-Stylo." Film Manifestos and Global Cinema Cultures: ACritical Anthology, by Scott MacKenzie, 1st ed., University of California Press, 2014, pp. 603-07 Carroll, Noël. "Medium Specificity." The Palgrave Handbook of the Philosophy of Film and Motion Pictures, edited by Noël Carroll et al., 1st Edition, Palgrave Macmillan, 2019, pp.29-47. Corrigan, Timothy. The Essay Film: From Montaigne, after Marker. Oxford University Press, 2011. Grant, Catherine. The Shudder ofa Cinephiliac Idea? Videographic Film Studies Practice as Material Thinking." ANIKI: PortugueseJournal of the Moving Image, vol. 1, no. 1, 2014, ??. 49- 62. Mulvey, Laura. Death 24x a Second: Stillness and the Moving Image. Reaktion Books, 2006.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin tanıtımı

Hafta	Konu Başlıkları
2	Sanatsal bir biçim olarak deneme
3	Kuramsal Temeller
4	Video Deneme ve Araştırma
5	Görsel-İşitsel Film Eleştirisi
6	Anlatı Biçimleri
7	Görsel-İşitsel Öykü Anlatımı
8	Vize Sınavı
9	Video Denemelerde Ses Tasarımı
10	Proje Sunumları
11	Örnek Çalışmalar-I
12	Örnek Çalışmalar-II
13	Duyusal Yaklaşım
14	Final Projesi Sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM447	Sürdürülebilirlik İletişimi	7	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilerin sürdürülebilirlik kavramlarını (çevresel, sosyal ve ekonomik boyutlarıyla) derinlemesine anlamalarını ve bu kavramları farklı hedef kitlelere etkili biçimde aktarabilmelerini amaçlamaktadır. Ders kapsamında, kurumların ve markaların sürdürülebilirlik stratejilerini şeffaf, ikna edici ve yeşil aklama (greenwashing) tuzaklarından uzak bir dille iletmeleri için gerekli analitik ve yazınsal beceriler kazandırılacaktır. Ayrıca Birleşmiş Milletler Küresel Amaçları temel alan sürdürülebilirlik iletişimi fikirleri geliştirmeleri amaçlanmaktadır.
İçerik	Ders kapsamında, sürdürülebilir kalkınma, çevresel- ekonomik- sosyal sürdürülebilirlik, Birleşmiş Milletler Küresel Amaçlar ve greenwashing gibi kavramlar ele alınacaktır. Yine kurumsal sürdürülebilirlik iletişimi stratejileri olan kurumsal sosyal sorumluluk, yeşil pazarlama ve kurumsal sürdürülebilirlik raporlaması stratejileri ele alınacak ve iklim okuryazarlığı kavramı tartışılacaktır.

Kaynaklar	Blowfied M ve Murray A (2008) Corporate Responsibility A Critical Introduction, Oxford University Press, Oxford. Coombs, Timothy., Holladay, Sherry. Managing Corporate Social Responsibility: A Communication Approach. Wiley Blackwell. 2012. Sancar Demren, Gaye Aslı. Kurumsal İletişim Bağlamında Kurumsal Sürdürülebilirlik İletişimi. Beta Yayınları, İstanbul 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. Zerk, Jennifer. Multinationals and Corporate Social Responsibility. Cambriddge University Press, 2006.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş Sürdürülebilirlik kavramının tanımlanması
2	Kurumsal sürdürülebilirliğin ortaya çıkışı Kurumsal iletişimin kurumsal sürdürülebilirlik iletişimi üzerindeli rolü Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma
3	Ekonomik, Sosyal ve Çevresel Sürdürülebilirlik
4	Kurumsal sürdürülebilirlik, Kurumsal Sürdürülebilirlik Uygulamaları
5	Dünya'da ve Türkiye'de Sürdürülebilirlikle ilgili Gelişmeler Birleşmiş Milletler Küresel Amaçlar
6	Kurumsal Sürdürülebilirlikle ilgili Teoriler
7	İklim Okuryazarlığı
8	Vize Sınavı
9	Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Kurumsal Sürdürülebilirlik İletişimi Stratejileri: Yeşil Pazarlama / KSS / Sürdürülebilirlik Raporlaması
10	Günlük hayatta sürdürülebilir davranışlar
11	Öğrenci Sunumları
12	Öğrenci Sunumları
13	Öğrenci Sunumları
14	Öğrenci Sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM449	Kamu Diplomasisi	7	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	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.

İçerik	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

Kaynaklar	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.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Ders hakkında genel bilgilendirme Kamu diplomasisi kavramının kapsamı
2	Kamu / Oy/ Kamuoyu kavramları ve halkla ilişkiler aracılığıyla kamuoyu oluşturma Diplomasi kavramı Küreselleşme Sonrasında Diplomaside Yeni Aktörler
3	Küreselleşme ile değişen güç kavramı, Sert güç / Yumuşak güç / Akıllı güç Halkla İlişkiler Aracılığıyla Kamuoyu Oluşturma
4	Kamu diplomasisi tanımları Kamu diplomasisi tarihçesi
5	Kamu diplomasisinde hedef kitle ve kaynak Kamu diplomasisi aktörleri
6	Uluslararası Halkla İlişkiler: İmaj ve İtibar Yönetimi Kamu diplomasisi/stratejik iletişim yönetimi/algılama yönetimi/propaganda: arasındaki ilişkilerin analizi
7	Kamu Diplomasisi Modelleri
8	Vize (kesin tarih değil)
9	Kamu diplomasisi strateji ve taktikleri Kamu diplomasisi 2.0, dijital diplomasi
10	Kamu diplomasisi faaliyetlerinden örnekler Dünyada Kamu Diplomasisi (ABD, Fransa, İngiltere,) Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Öğeleri
11	Öğrenci sunumları

Hafta	Konu Başlıkları
12	Öğrenci sunumları
13	Öğrenci sunumları
14	Öğrenci sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM453	AB ve Medya	7	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, Avrupa Birliği'nin kültür ve medya politikalarını; tarihsel bir perspektifle, sosyal, kültürel ve ekonomi-politik dinamikleriyle birlikte tartışmak; bu politikaların Türkiye'deki iletişim/medya politika ve düzenlemelerine etkilerini eleştirel bir biçimde analiz etmektir.
İçerik	Bkz. Konu başlıkları
Kaynaklar	AB ve Türkiye'de Bilgi Toplumu Politikaları, http://www.bilgitoplumu.gov.tr/Documents/4/Dokuman/2009_AB-TRBilgiToplumuPolitikalari.pdf Gülay HIZ, AVRUPA BİRLİĞİ BİLGİ POLİTİKASI: GELİŞMİŞ ÜLKELERDEKİ BİLGİ POLİTİKALARININ AZ GELİŞMİŞ ÜLKELERE IŞIK TUTMASI http://kaynak.unak.org.tr/bildiri/unak05/u05-24.pdf Bahar BERBEROĞLU, YAŞAM BOYU ÖĞRENME İLE BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ AÇISINDAN TÜRKİYE'NİN AVRUPA BİRLİĞİ'NDEKİ KONUMU http://dergipark.ulakbim.gov.tr/beyder/article/view/5000098750/5000092039 Ayşen Akkor Gül, Avrupa Birliği'nde Medya Okuryazarlığı: Düzenleme ve Çalışmalarda Gözlemlenen Eğilimler, http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423867607.pdf AYŞE ASKER, Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde (1999-2005) Türkiye'nin Değişen İletişim Politikaları, http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423901846.pdf Mehmet Devrim AYDIN, eAVRUPA+ VE TÜRKİYE: BİLGİ TEKNOLOJİLERİ ALANINDA AVRUPA BİRLİĞİ KRİTERLERİNE UYUM, http://dergipark.gov.tr/download/article-file/309109 Aydın Düzgit, Senem, "Avrupa Birliği-Türkiye İlişkilerine Postyapısalcı Yaklaşım: Almanya Örneğinde Dış Politika ve Söylem Analizi", Uluslararası İlişkiler, Cilt 8, Sayı 29 (Bahar 2011), s. 49-70. Arzu KİHTİR (2006), AVRUPA BİRLİĞİ GÖRSEL İŞİTSEL POLİTİKASI BAĞLAMINDA AB MEDYA HUKUKUNUN TEMEL ÇERÇEVESİ, http://www.journals.istanbul.edu.tr/iuifd/article/view/1019012318/1019011554 Arslan, Savaş, Volkan Aytar, Defne Karaosmanoğlu, Süheyla Kırca Schroeder (2009) (der) Avrupa'da medya, kültür ve kimlik, İstanbul: Bahçeşehir Üniv. Yayınları. Asker, Ayşe (2010) Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde (1999-2005) Türkiye'nin Değişen İletişim Politikaları, Global Media Journal, Fall, pp.1-16. Çakır, Vedat (2007) Avrupa Birliğine Uyum Sürecinde Türkiye'de Televizyon Reklamlarına Yönelik Düzenlemeler, Selçuk İletişim, 5:1, 198-209. Çakır, Vedat ve Gülnar, Birol (2008) Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Türkiye'de Televizyon Yayıncılığına Yönelik Düzenlemeler, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 18,ss.207-223. Esra Arsan (2008) Avrupa Birliği ve Gazetecilik, Ütopya Yayınevi, Ankara. Gökmen Karadağ (2006) AB'nin Medyası, Medyanın AB'si, Güncel Yayıncılık, İstanbul. Kutay, P. ve Özçeri, A. (2006). Avrupa Birliği'nde Medya Hukuku ve Uygulamaları. İstanbul: Televizyon Yayıncıları Derneği. Mine Gencel Bek (der.) (2003) Avrupa Birliği ve Türkiye'de İletişim Politikaları, Ümit Yayıncılık, Ankara. Mine Gencel Bek, Deirdre Kevin (der.) (2005) Avrupa Birliği ve Türkiye'de İletişim Politikaları: Pazarın Düzenlenmesi, Erişim ve Çeşitlilik, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin genel çerçevesinin çizilmesi

Hafta	Konu Başlıkları
2	Küreselleşme, ulus devlet ve AB
3	AB'nin gelişimi ve Türkiye – AB ilişkileri
4	Türkiye–AB katılım müzakereleri ve güncel ilerleme raporları
5	AB'nin kültürel ve sosyal entegrasyonu
6	AB kültür politikaları ve programlarının yürütülmesi
7	AB görsel-işitsel medya politikaları ve yasal zemini
8	Ara Sınav
9	AB telekomünikasyon ve bilgi/enformasyon toplumu politikaları
10	AB'nin sinema politikası, Eurimages ve Türk sineması
11	Türkiye'de ifade ve basın özgürlüğü ve AB ile uyum
12	Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığı ve AB ile uyum
13	Türkiye'de bilgi/enformasyon toplumu politikaları ve AB ile uyum
14	AB gazeteciliği