

## Content

| Course Code | Course Name             | Semester | Theory | Practice | Lab | Credit | ECTS |
|-------------|-------------------------|----------|--------|----------|-----|--------|------|
| CO-E 551    | Corporate Communication | 1        | 3      | 0        | 0   | 3      | 6    |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Prerequisites          |  |
| Admission Requirements |  |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Language of Instruction | Turkish                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Course Type             | Compulsory                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Course Level            | Masters Degree                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Objective               | Bu derste örgütsel iletişimin örgütün devamlılığı ve başarısı için önemi vurgulanarak örgütsel iletişim kanalları, araçları ve yöntemleri aktarılacaktır                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Content                 | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Hafta: Örgüt/ örgütsel iletişim kavram ve amaçları</li><li>2. Hafta: Örgüt kuramları</li><li>3. Hafta Örgütlerde iletişim biçim ve araçları</li><li>4. Hafta Örgütsel iletişim kanalları</li><li>5. Hafta: Kurum Kimliği/ Kurum İmajı</li><li>6. Hafta: Kurum Kültürü</li><li>7. Hafta: Ara sınav</li><li>8. Hafta: Kurumsal İtibar</li><li>9. Hafta: Liderlik ve İletişim</li><li>10. Hafta: İletişim Engel ve Bozuklukları</li><li>11. Hafta: Örnek ve Uygulamalar</li><li>12. Hafta Örnek ve Uygulamalar</li><li>13. Hafta: Örnek ve Uygulamalar</li><li>14. Hafta: Örnek ve Uygulamalar</li></ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| References              | <p>Haluk GÜRGEN, Örgütlerde İletişim Kalitesi, Der Yayınları, 1997</p> <p>Zeyyad SABUNCUOĞLU, Örgütlerde İletişim, Arıkan Yayınları,2009</p> <p>Ayla OKAY, Kurum Kimliği, Media Cat Yayınları,1999.</p> <p>Beril Akıncı VURAL Kurum Kültürü, İletişim Yayınları, 2003.</p> <p>Cees B.M. Van RIEL, Principles of Corporate Communication, Prentice Hall, 1995.</p> <p>Peter STEIDL- Garry EMERY, Corporatelmage and Identitiy Strategies Designing the corporate Future, Business &amp; Professional Publishing, 1999.</p> <p>John M.T. BALMER and Stephan A. GREYSER, Revealing the Corporation: perspectives on identity, image, reputation, corporate branding, Routledge.</p> <p>John DOORLEY and Helio Fred GARCIA, Reputation Management, Routledge, 2007.</p> <p>Naomi LANGFORD and Woodand Brian SALTER, Critical Corporate Communications- a best practice blueprint, John Wiley &amp; Sons , 2003</p> <p>James HORTON, Integrating Corporate Communication,Quorum Books, 1995</p> |

## Theory Topics

| Week | Weekly Contents                           |
|------|-------------------------------------------|
| 1    | Introduction, definitions.                |
| 2    | Management theories                       |
| 3    | Organizational communication tools        |
| 4    | Functions of organizational communication |

| Week | Weekly Contents                           |
|------|-------------------------------------------|
| 5    | Corporate Identity and corporate image.   |
| 6    | Corporate culture                         |
| 7    | Midterm exam                              |
| 8    | Corporate reputation                      |
| 9    | Leadership and communication              |
| 10   | Obstacles in organizational communication |
| 11   | Presentations and case study              |
| 12   | Presentations and case study              |
| 13   | Presentations and case study              |
| 14   | Presentations and case study              |

#### Content

| Course Code | Course Name                       | Semester | Theory | Practice | Lab | Credit | ECTS |
|-------------|-----------------------------------|----------|--------|----------|-----|--------|------|
| CO-E 652    | Business Management Communication | 1        | 3      | 0        | 0   | 3      | 6    |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Prerequisites          |  |
| Admission Requirements |  |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Language of Instruction | Turkish                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Course Type             | Elective                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Course Level            | Masters Degree                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Objective               | Bu dersin amacı, öğrencilere günümüzün küresel, rekabetçi ve çok kültürlü iş dünyasında, işletmelerin kurum içi ve kurum dışı paydaşlarıyla sağlıklı ve etkili bir iletişim süreci yürütebilmesi için gereken temel bilgi ve birikimi kazandırmaktır.                                                                                                                                                                                                                                           |
| Content                 | Bkz. Konu başlıkları                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| References              | <p>Kitap:</p> <p>Judith Dwyer (2006) The Business Communication Handbook, Pearson: Australia, 7th ed.</p> <p>Courtland L. Bovée and John V. Thill (2005) Business Communication Today, Pearson: USA.</p> <p>Alison Theaker(2006) Halkla İlişkilerin El Kitabı, 2. baskı, Mediacat Yayınları:İstanbul.</p> <p>Makale:</p> <p>Iris I. Varner (2000) The Theoretical Foundation for Intercultural Business Communication: A conceptual Model, The Journal of Business Communication, 37:39-57.</p> |

#### Theory Topics

| Week | Weekly Contents                                                                                           |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1    | Introduction,Introduction                                                                                 |
| 2    | Elements, Scope and Method of Business Communication,Elements, Scope and Method of Business Communication |
| 3    | Globalization and Business Communication,Globalization and Business Communication                         |
| 4    | .E-economy and Business Communication,.E-economy and Business Communication                               |
| 5    | Intercultural Communication,Intercultural Communication                                                   |
| 6    | Cultural Differences and Business Communication,Cultural Differences and Business Communication           |
| 7    | Ethics of Business Communication,Ethics of Business Communication                                         |
| 8    | Mid-term exam                                                                                             |
| 9    | Internet, web 2.0, new media and business communication                                                   |

| Week | Weekly Contents                                                 |
|------|-----------------------------------------------------------------|
| 10   | Digital transformation and its impact on business communication |
| 11   | Student presentations                                           |
| 12   | Student presentations                                           |
| 13   | Student presentations                                           |
| 14   | Student presentations                                           |

#### Content

| Course Code | Course Name      | Semester | Theory | Practice | Lab | Credit | ECTS |
|-------------|------------------|----------|--------|----------|-----|--------|------|
| CO-E 614    | Brand Management | 1        | 3      | 0        | 0   | 3      | 6    |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Prerequisites          |  |
| Admission Requirements |  |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Language of Instruction | Turkish                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Course Type             | Compulsory                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Course Level            | Masters Degree                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Objective               | Bu dersin amacı; marka yönetiminin; marka kişiliği ve marka kimliği oluşturma, markayı tüketiciye sunma, markanın değerini belirleme, marka bilinirliği ve marka bağlılığını yaratabilme, pazarda istenilen paya sahip olma ve bunu koruma için markayı doğru konumlandırma aşamalarını kapsayan önemli bir yönetim süreci olduğunun yerel, ulusal ve uluslar arası örneklerle analiz edilmesidir.                                                                                                                                                                                                                                             |
| Content                 | <p>1. Hafta: Marka kavramı ve ilgili kavramlar</p> <p>2. Hafta: Marka yönetimini kapsayan süreçler</p> <p>3. Hafta: Marka kimliği, marka kişiliği ve marka imajı</p> <p>4. Hafta: Marka mimarisi, marka ittifakı</p> <p>5. Hafta: Marka kültürü, marka vaadi oluşturma</p> <p>6. Hafta: Vize sınavı</p> <p>7. Hafta: Marka konumlandırma stratejileri</p> <p>8. Hafta: Markalama stratejileri</p> <p>9. Hafta: Marka sadakati</p> <p>10. Hafta: Marka yönetiminde kurumsal çağrışımlar</p> <p>11. Hafta: Uzman konuk daveti</p> <p>12. Hafta: Uzman konuk daveti</p> <p>13. Hafta: Uzman konuk daveti</p> <p>14. Hafta: Uzman konuk daveti</p> |

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| References | <p>1) David A.Aaker, “Managing Brand Equity”, Free Press, 1991.</p> <p>2) David A.Aaker, “Güçlü Markalar Yaratmak”, Mediacat Kitapları</p> <p>3) Philip Kotler “B2B Marka Yönetimi”, Mediacat Kitapları</p> <p>4) Philip Kotler, Principles of Marketing, 12th Edition, Prentice Hall.</p> <p>5) Richard Rosenbaum-Elliott, Larry Percy, and Simon Pervan, “Strategic Brand Management”, Oxford University Press, 2011.</p> <p>6) Nurhan Babür Tosun, İletişim Temelli Marka Yönetimi, Beta Yayınları, 2018.</p> <p>7) Filiz Otay Demir (ed.), Markaloji: markaya Dair Her Şey, Giza Mavna Yayınları, İstanbul, 2012.</p> <p>Sürekli yayınlar:</p> <p>Harvard Business Review</p> <p>Journal of Public Relations Research</p> <p>Journal of Advertising</p> <p>Journal of International Marketing</p> <p>Public Relations Quarterly</p> <p>Public Relations Review</p> |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### Theory Topics

| Week | Weekly Contents                                    |
|------|----------------------------------------------------|
| 1    | What is brand and related notions                  |
| 2    | Brand management process                           |
| 3    | Brand identity, brand personality, brand image     |
| 4    | Brand architecture, brand alliance                 |
| 5    | Brand culture and brand promise                    |
| 6    | Midterm exam                                       |
| 7    | Brand positioning strategies                       |
| 8    | Branding strategies                                |
| 9    | Brand loyalty                                      |
| 10   | Brand's corporate associations in brand management |
| 11   | Invitation of a specialist                         |
| 12   | Invitation of a specialist                         |
| 13   | Invitation of a specialist                         |
| 14   | Invitation of a specialist                         |

### Content

| Course Code | Course Name                     | Semester | Theory | Practice | Lab | Credit | ECTS |
|-------------|---------------------------------|----------|--------|----------|-----|--------|------|
| CO-E 634    | Crisis Communication Management | 1        | 3      | 0        | 0   | 3      | 6    |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Prerequisites          |  |
| Admission Requirements |  |

|                         |         |
|-------------------------|---------|
| Language of Instruction | Turkish |
|-------------------------|---------|

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Course Type  | Compulsory                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Course Level | Masters Degree                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Objective    | Bu derste elde edilecek bilgiler, kuruluşların marka ve itibarlarına yönelik kriz durumlarının yönetilmesinde temel oluşturacaktır. Ders kapsamında krizleri öngörme, planlama, yönetme, kontrol etme ve değerlendirme ile ilgili bilgi ve yetilerin artırılması hedeflenmektedir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Content      | <p>Kriz yönetimi</p> <p>Risk yönetimi</p> <p>Sorun yönetimi</p> <p>Kriz ve risk iletişimi</p> <p>Kriz yönetim planı</p> <p>Kriz iletişimi kuramları</p> <p>Kriz İletişimi stratejileri</p> <p>Vaka analizleri</p> <p>Sosyal medyada kriz yönetimi</p> <p>Kriz yönetiminde ölçümleme ve değerlendirme</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| References   | <p>Ders notları.</p> <p>COOMBS, Timothy W. ve HOLLADAY, Sherry J. (Eds.). The Handbook of Crisis Communication, MA: Wiley and Blackwell, 2012.</p> <p>COOMBS, Timothy W. "Crisis Management and Communications", Institute for Public Relations, 2007.</p> <p>ÇINARLI İnci, Kriz İletişimi: Örnek Vaka Analizleri ile, İstanbul: Beta Yayınları, 2016.</p> <p>DAHLEN, Michael ve LANGE, Fredrik. "A Disaster is Contagious: How a Brand in Crisis Affects Other Brand", Journal of Advertising Research, December 2006, pp.389-397.</p> <p>DAWAR, Niraj ve PILLUTLA, Madan M. "Impact of Product-Harm Crises on Brand Equity: The Moderating Role of Consumer Expectations", Journal of Marketing Research, Vol.37 (May 2000), pp.215-226.</p> <p>GEORGE, Amiso M. ve PRATT, Cornelius B. (Eds.). Case Studies in Crisis Communication: International Perspectives on Hits and Misses, NY: Routledge, 2011.</p> <p>REGESTER, Michael ve LARKIN, Judy. Risk Issues and Crisis Management in Public Relations, 4th ed., London: Kogan Page, 2008.</p> <p>SELLNOW Timothy L. ve SEEGER, Matthew W. Theorizing Crisis Communication, UK: Wiley&amp;Sons, 2013.</p> <p>HEATH, Robert L. ve O'HAIR, Dan H. (Eds.). Handbook of Risk and Crisis Communication, NY: Routledge, 2010.</p> <p>LERBINGER, Otto. The Crisis Manager: Facing Disasters, Conflicts and Failures, 2.Baskı, NY: Routledge, 2012.</p> <p>PAINE DELAHAYE, Katie. "How to Measure Your Results in Crisis", (2003), <a href="http://www.instituteforpr.com/pdf/HowtoMeasureYourResultsinaCrisis">http://www.instituteforpr.com/pdf/HowtoMeasureYourResultsinaCrisis</a>, KatieDelahayePaine2002.pdfİPR, 11.06.2006.</p> <p>SHIRE, Howard J. ve KAYAL, Justine. "Brand Crisis Management", INTA Annual Meeting 2006.</p> <p>ŞİMŞEK NARBAY, Mine. Kriz İletişimi. İstanbul: Nobel Yayınları, 2006.</p> <p>ULMER, Robert R., SELLNOW, Timothy L. ve SEEGER, Matthew W. Effective Crisis Communication: Moving From Crisis to Opportunity, 2.Baskı, California: Sage Publications, 2011.</p> <p>DAHLEN, Michael ve LANGE, Fredrik "A Disaster is Contagious: How a Brand in Crisis Affects Other Brand", Journal of Advertising Research, December 2006, pp.389-397.</p> <p>KAPLAN, Tamara. "How Effective Public Relations Saved Johnson &amp; Johnson", <a href="http://www.personal.psu.edu/users/w/x/wxk116/tylenol/crisis.html">http://www.personal.psu.edu/users/w/x/wxk116/tylenol/crisis.html</a>, 10.03.2005.</p> |

#### Theory Topics

| Week | Weekly Contents |
|------|-----------------|
|------|-----------------|

| Week | Weekly Contents                                                                                                                                                                                            |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1    | Definition of 'crisis' and conceptualization of the crisis communication and management process / Crisis typology and stages of crisis / Proactive and reactive crisis management                          |
| 2    | Crises et réputation                                                                                                                                                                                       |
| 3    | Crisis communication theories / Crisis management plan (CMP) / Case studies: Malaysian Airlines MH370, Costa Cruises, BP Mexican Gulf oil spill, Volkswagen AG, Samsung Galaxy Note 7, Boeing 747 Max etc. |
| 4    | Media relations and crisis communication / Crisis management for social media                                                                                                                              |
| 5    | Brand crisis management and its effects on brand equity                                                                                                                                                    |
| 6    | Evaluation of crisis management / Measuring crisis communication performance.                                                                                                                              |
| 7    | Mid-term exam                                                                                                                                                                                              |
| 8    | Social media and crisis communication / Case studies of on-line crises                                                                                                                                     |
| 9    | Relations between issues management-risk management-crisis management                                                                                                                                      |
| 10   | Risk management and risk communication.                                                                                                                                                                    |
| 11   | Presentation of crisis simulations prepared by students                                                                                                                                                    |
| 12   | Presentation of crisis simulations prepared by students                                                                                                                                                    |
| 13   | Presentation of crisis simulations prepared by students                                                                                                                                                    |
| 14   | Presentation of crisis simulations prepared by students                                                                                                                                                    |

#### Content

| Course Code | Course Name            | Semester | Theory | Practice | Lab | Credit | ECTS |
|-------------|------------------------|----------|--------|----------|-----|--------|------|
| CO-E 521    | Symbolic communication | 1        | 3      | 0        | 0   | 3      | 6    |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Prerequisites          |  |
| Admission Requirements |  |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Language of Instruction | Turkish                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Course Type             | Elective                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Course Level            | Masters Degree                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Objective               | Simgeler, bir iletişim aracıdır ve her simge kendi kültürünün yüklendiği anlamı içerirler. İletirler. Simgeler, kendi içinde hiçbir şey ifade etmemektedir. Dolayısıyla da, iletişim metinleri ve dünya bilgisi ile kurulan bağlam sonucu bir anlam kazanmaktadır.                                                                                                                                                                                                                         |
| Content                 | 1.Hafta: Simge Nedir?<br>2.Hafta: Simgebilim Nedir?<br>3.Hafta: Simgesel İletişim Nedir?<br>4.Hafta: Simgeleri Örtük okumak.<br>5.Hafta: Simge Çeşitleri.<br>6.Hafta: Simgelerin İletişimselliği.<br>7.Hafta: Simgelerin Göstergebilimselliği.<br>8.Hafta: Bitkisel Simgeler.<br>9.Hafta: Doğasal Simgeler.<br>10.Hafta: Hayvansal Simgeler.<br>11.Nesnesel Simgeler.<br>12.Mistik Kahramansal Simgeler.<br>13.Renksele-Sayısal Simgeler.<br>14.İletişim Metinlerinde Simge Çözümlemeleri. |

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| References | <p>BORATAV Pertev (1946) Halk Hikayeleri. Ankara.</p> <p>DEMİR A.Faik-ÇOMAK A.Nebahat (2015) Şaman ve Türk Dünyası. Bağlam Yayınları. İstanbul.</p> <p>GREIMAS A. (1983) Structural Semantics. Lincoln: University of Nebraska Press.</p> <p>CAMPBELL J. (2003) İkel Mitoloji (Çeviren: Kudret Emiroğlu) İmge Kitabevi. İstanbul.</p> <p>CAMPBELL J. (2003) Yaratıcı Mitoloji (Çeviren: Kudret Emiroğlu) İmge Kitabevi. İstanbul.</p> <p>ERHAT Azra (1993) Mitoloji Sözlüğü. Remzi Kitabevi. İstanbul.</p> <p>CAMPBELL J. (2003) Doğu Mitolojisi (Çeviren: Kudret Emiroğlu) İmge Kitabevi. İstanbul.</p> <p>CEZENAVE Michel (1989) Encyclopedie des Symboles. Le Livre de Poche. München.</p> <p>ÖGEL Bahaeddin (1989) Türk Mitolojisi. Türk Tarih Kurumu Basımevi. Ankara.</p> |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### Theory Topics

| Week | Weekly Contents                |
|------|--------------------------------|
| 1    | What is symbols.               |
| 2    | What is symbolism.             |
| 3    | What is symbolic communication |
| 4    | What are the symbols to read.  |
| 5    | Symbol types and communication |
| 6    | Herbal of symbols.             |
| 7    | Natural symbols.               |
| 8    | Animal symbols.                |
| 9    | Object symbols.                |
| 10   | Mystical heroic symbols.       |
| 11   | Colorless symbols.             |
| 12   | Numerical symbols.             |
| 13   | Stone symbols.                 |
| 14   | Symbols and semiotics.         |

### Content

| Course Code | Course Name          | Semester | Theory | Practice | Lab | Credit | ECTS |
|-------------|----------------------|----------|--------|----------|-----|--------|------|
| CO-E 581    | Marketing Principles | 1        | 3      | 0        | 0   | 3      | 6    |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Prerequisites          |  |
| Admission Requirements |  |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Language of Instruction | Turkish                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Course Type             | Compulsory                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Course Level            | Masters Degree                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Objective               | Bu ders, pazarlama bilimi hakkında analitik ve eleştirel düşünme kabiliyeti kazandırmayı amaçlamaktadır.                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Content                 | Ders kapsamında, etkili pazarlama stratejileri geliştirmek için anlaşılması gereken pazarlama kavramları, pazarlama stratejisi, pazarlama çevresi, pazarlama bilgi sistemi, pazarlama araştırmaları, tüketici davranışları gibi konular işlenecek ve uluslararası pazarlama, sürdürülebilir pazarlama gibi kimi öne çıkan pazarlama alt alanları üzerinde durulacaktır. |
| References              | <p>Philip Kotler &amp; Gary Armstrong, Principles of Marketing, Pearson.</p> <p>Mehmet Karafakioğlu, Pazarlama İlkeleri, Beta.</p> <p>ismet Mucuk Pazarlama İlkeleri Türkmen Kitabevi</p>                                                                                                                                                                               |

### Theory Topics

| Week | Weekly Contents                                                                           |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1    | Week 1. "Positioning" and its importance in creating competitive advantage                |
| 2    | Week 2. "Positioning" strategies, choosing and executing the right strategy for the brand |
| 3    | Week 3. Defining the product in various levels                                            |
| 4    | Week 4. Product classification, individual product decisions 1) Product attitudes         |
| 5    | Week 5. 2) Branding and branding strategies                                               |
| 6    | Week 6. 3) Packaging 4) After sale service                                                |
| 7    | Week 7. Mid-term exam                                                                     |
| 8    | Week 8. Product line and product mix decisions                                            |
| 9    | Week 9. Service marketing                                                                 |
| 10   | Week 10. PLC strategies and stages I                                                      |
| 11   | Week 11. PLC strategies and stages II                                                     |
| 12   | Week 12. Product placing periods                                                          |
| 13   | Week 13. Distribution channels and logistics                                              |
| 14   | Week 14. Competitive strategies.                                                          |

## Content

| Course Code | Course Name                     | Semester | Theory | Practice | Lab | Credit | ECTS |
|-------------|---------------------------------|----------|--------|----------|-----|--------|------|
| CO-E 531    | Communication and Globalization | 1        | 3      | 0        | 0   | 3      | 6    |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Prerequisites          |  |
| Admission Requirements |  |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Language of Instruction | Turkish                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Course Type             | Elective                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Course Level            | Masters Degree                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Objective               | Dünyanın mekânsal ve zamansal olarak daralması/küçülmesi, kültürel çeşitlilikten kaynaklanan farklılıkların küresel iletişim düzenine nasıl eklemlenebileceği sorunsalını önümüze koymaktadır. Küresel iletişim çağında iletişimsel ve politik/ekonomik iletişim sorunlarını düşünmek ve çözümlemek kaçınılmazdır. Bu dersin amacı sözkonusu sorunsalı tartışmak ve küreselleşmenin yarattığı sorunları çözümlemektir. |

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Content    | <p>Sanayi sonrası toplum ya da post-fordist toplumda iletişim, iş /emek süreci ve kültür/iktidar alanlarında ortaya çıkan dönüşümler ve yarattığı sorunlar bu dersin içeriğini oluşturmaktadır. Tüm büyük ulusal ve küresel şirketler kültürel farklılık ve bu farklılıkla iletişim sorunuyla doğrudan doğruya karşılaşmaktadır. Farklı dilleri konuşan ve farklı kültürlere sahip şirket çalışanlarını ortak bir proje etrafında toparlamayı başarmak oldukça çetrefilli bir iş haline gelmiştir. ulusal ve ulus,üstü çalışma ve iletişim ortamları post-fordizmin etkisiyle girdiği dönüşüm ile daha fazla denetim ve gözetim olanaklarını elde etmeye başlamıştır. bu denetimi ve gözetimi dönüştürmenin nasıl olası olacağı önemli bir bahis olarak ortaya çıkmaktadır. Coğrafi, Toplumsal ve kültürel birbirinden farklı bağlamları küresel şirketlerin dikkate alması kaçınılmazlaşmıştır. Yönetim modellerinin yeni küresel çalışma ortamlarına uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Bu derste, farklı kültürler arasındaki ekonomik, kültürel ve siyasi alanlarda ilişkilerin yoğunlaşmasıyla ortaya çıkan işbirliği, uyum sorunlarını çözümleyebilmek açısından kültürlerarası iletişimsel mantığın sunduğu olanakların neler olduğu ele sunulup tartışılacaktır.</p> <p>Ayrıca tüm büyük küresel şirketler kültürel farklılık ve bu farklılıkla iletişim sorunuyla doğrudan doğruya karşılaşmaktadır. Farklı dilleri konuşan ve farklı kültürlere sahip bir şirket çalışanlarını ortak bir proje etrafında toparlamayı başarmak oldukça çetrefilli bir iş haline gelmiştir. Amaçları dönüştürmenin nasıl olası olacağı bu açıdan önemli bir bahis olarak ortaya çıkmaktadır. Coğrafi, Toplumsal ve kültürel birbirinden farklı bağlamları küresel şirketlerin dikkate alması kaçınılmazlaşmıştır. Yönetim modellerinin yeni küresel çalışma ortamlarına uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Örneğin egemen Amerikan yönetim tarzının her şirket yapısına dayatılmasındansa özgün yönetim tarzları icat etmek gerekebilmektedir. Büyük küresel şirketler kültürlerarası iletişim deneyimlerinin ortaya çıktığı en ayrıksı yerler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alanda elde edilen deneyimlerin uluslararası var olan diplomatik ve kültürel ilişkileri zenginleştirmesi beklenmektedir. Günümüzde ekonomik mantık kültürel farklılığı dikkate almak zorunda kalmaktadır. Bunun kültürel çeşitlilikle birlikte yaşamının yeni yolları konusunda yol gösterici deneyimler oluşturmaya yardımcı olacağını dikkate almak gerekir. Hatta olgusal olarak işlerin pratikte daha hızlı ilerlediğini kabul etmek gerekir. Günümüz dünyasına baktığımızda kültürel, politik, toplumsal ve dinsel çeşitliliğin neredeyse sonsuz olduğunu görüyoruz. Yeni teknolojik buluşlar ve ekonomi dünyayı küçük bir köye dönüştürdü, böylece fiziki sınırların aşılmasına olanak tanıdı. Ancak aynı şekilde antropolojik farklılıklar tamamen aşikâr ve görülür hale geldi. Bu durumda kimi zaman mütevazî bir şekilde kültürler arasındaki farklılıkları tanımaya, onlara hoşgörü göstermeye çalışıyor ya da yaygınlaşan küresel iletişim ve kültür sayesinde Batı modernliğinin sessizce dünyanın her yanını saran ve benimsenen modernlik olmasını diliyoruz. Batı bakış açısından bakıldığında, unutulmuş şey yaygınlaşan küresel modernliğin daha barışçıl değil de daha çatışmalı bir dünyaya doğru evrildiğimizdir.</p> |
| References | <p>Derste öncelikle ilgili konularda hazırlanan ders notları temel alınır. Ek olarak alanla ilgili farklı okumalar öğrencilerin yapacağı sunumlar için verilir.</p> <p>Zygmunt Bauman Küreselleşme ve Toplumsal Sonuçları</p> <p>Paul Virilio Enformasyon Bombası</p> <p>Hubert L. Dreyfus İnternet Üzerine</p> <p>Christian Fucsh, Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş</p> <p>Jean Baudrillard Tüketim Toplumu</p> <p>Christian Fuchs Dijital Emek ve Karl Marx</p> <p>Richard Sennett Yeni Kapitalizm Kültürü</p> <p>Joel Bakan Şirket</p> <p>Richard Sennett Karakter Aşınması</p> <p>Ralph Keyes Hakikat-sonrası çağ</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

## Theory Topics

| Week | Weekly Contents |
|------|-----------------|
|------|-----------------|

## Content

| Course Code | Course Name    | Semester | Theory | Practice | Lab | Credit | ECTS |
|-------------|----------------|----------|--------|----------|-----|--------|------|
| CO-E 514    | Visual Culture | 1        | 3      | 0        | 0   | 3      | 6    |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Prerequisites          |  |
| Admission Requirements |  |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Language of Instruction | Turkish                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Course Type             | Elective                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Course Level            | Masters Degree                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Objective               | 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                                                                                                                                                                                            |
| Content                 | 1. Hafta: Kültür nedir?<br>2. Hafta: Kültür nedir?<br>3. Hafta: Kültür ve İletişim<br>4. Hafta: Gündelik yaşam I<br>5. Hafta:Gündelik yaşam II<br>6. Hafta: Kültürel Zaman-Mekanlar<br>7. Hafta: Kültürel Zaman-Mekanlar<br>8. Hafta: Ara sınav<br>9. Hafta: Görsel Medya I<br>10. Hafta: Görsel Medya II<br>11. Hafta:Görsel Medya III<br>12. Hafta: Yeni Teknolojiler ve Görsellik I<br>13. Hafta: Yeni Teknolojiler ve Görsellik II<br>14. Hafta: Genel Tartışma |
| References              | 1. GÜVENÇ, Bozkurt. İnsan ve Kültür, İstanbul: Remzi Kitabevi<br>2. WINKIN, Yves. Anthropologie de la Communication, Bruxelles: de Boeck & Larcier, 1996<br>3. HALL, Edward T. Le Langage Silencieux, Paris: Seuil, 1984<br>4. BARRIER, Guy La Communication Non Verbale, Paris: ESF.1996                                                                                                                                                                           |

### Theory Topics

| Week | Weekly Contents |
|------|-----------------|
|------|-----------------|

### Content

| Course Code | Course Name                         | Semester | Theory | Practice | Lab | Credit | ECTS |
|-------------|-------------------------------------|----------|--------|----------|-----|--------|------|
| CO-E 683    | User Experience In Digital Channels | 1        | 3      | 0        | 0   | 3      | 6    |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Prerequisites          |  |
| Admission Requirements |  |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Language of Instruction | Turkish                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Course Type             | Compulsory                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Course Level            | Masters Degree                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Objective               | <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> |
| Content                 | 1. Hafta: Giriş Dersi<br><br>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 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

• Organizasyonel 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:

Kültürleştirme 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 Tasarımda Tipografi ve Görsel Malzeme Kullanımı

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|            | <p>Egzersiz: Arayüz Analiz Atölyesi</p> <p>14. Hafta:<br/>Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines<br/>Form Tasarımı</p> <p>? Egzersiz: Arayüz Analiz Atölyesi</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| References | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nielsen, J. (2012) Usability 101: Introduction to Usability.</li> <li>• User Experience White Paper: Bringing Clarity to the Concept of User Experience (2011)</li> <li>• Shneiderman, B. (2000) Pushing Human-Computer Interaction Research to Empower Every Citizen: Universal Usability, Communications of the ACM, Vol. 43, No: 5, 85-91.</li> <li>• 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.</li> <li>• Resmini, A. and Rosati, L. (2011) A Brief History of Information Architecture, Journal of Information Architecture, Vol. 3, Issue 2, p. 33-45.</li> <li>• Holst, C., (2021), The Current State Of E-Commerce Search,</li> <li>• Kirmani, A. (2016) Mobile-First eCommerce: What Customers Expect and Value in Mobile Shopping Experiences.</li> <li>• Wreblovski, L. (2012) Best Practices for Form Design.</li> </ul> |

### Theory Topics

| Week | Weekly Contents                                                                                                                          |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1    | Introduction                                                                                                                             |
| 2    | Key Concepts                                                                                                                             |
| 3    | Key Concepts                                                                                                                             |
| 4    | Universal Usability: Key Concepts, Guidelines, Standarts                                                                                 |
| 5    | Universal Usability: Key Concepts, Guidelines, Standarts                                                                                 |
| 6    | Culturalization and “Global Digital Media”                                                                                               |
| 7    | Investigating User Interface Design through Usability: Patterns and Guidelines ♦ Information Architecture                                |
| 8    | Investigating User Interface Design through Usability: Patterns and Guidelines ♦ Page Structure and Design for Desktop Environments      |
| 9    | Investigating User Interface Design through Usability: Patterns and Guidelines ♦ Page Structure and Design for Desktop Environments      |
| 10   | Investigating User Interface Design through Usability: Patterns and Guidelines ♦ Page Structure and Design for Mobile Environments       |
| 11   | Investigating User Interface Design through Usability: Patterns and Guidelines ♦ Page Structure and Design for Mobile Environments       |
| 12   | Investigating User Interface Design through Usability: Patterns and Guidelines ♦ Use of Typography, Graphics and Multimedia in UI Design |
| 13   | Investigating User Interface Design through Usability: Patterns and Guidelines ♦ Use of Typography, Graphics and Multimedia in UI Design |
| 14   | Investigating User Interface Design through Usability: Patterns and Guidelines ♦ Form Design                                             |

### Content

| Course Code | Course Name                       | Semester | Theory | Practice | Lab | Credit | ECTS |
|-------------|-----------------------------------|----------|--------|----------|-----|--------|------|
| CO-E 541    | Advertising and Campaign Analyses | 1        | 3      | 0        | 0   | 3      | 6    |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Prerequisites          |  |
| Admission Requirements |  |

|                         |         |
|-------------------------|---------|
| Language of Instruction | Turkish |
|-------------------------|---------|

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Course Type  | Compulsory                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Course Level | Masters Degree                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Objective    | Bu dersin amacı öğrencilere reklam konusunda temel bilgileri vermek ve vaka analizleriyle reklam kampanyalarının çeşitli açılardan nasıl analiz edilebileceği konusunda bilgi kazandırmaktır.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Content      | Reklamın tanımı, reklamla ilgili kurumlar, reklamın işleyiş süreci<br>Başarılı bir reklam kampanyasının ilkeleri<br>Reklam kampanyaları analizinde farklı yöntemler<br>Vaka analizi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| References   | Halime Yücel, Reklamcılığın Temel İlkeleri, Nobel, 2022<br>Paul Rutherford,. Yeni İkonalar, Çev.Mustafa K. Gerçeker, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1996.<br>Judith Williamson. Reklamların Dili: Reklamlarda Anlam ve İdeoloji, Çev: Ahmet Fethi, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2001.<br>John Tomlinson. Kültürel Emperyalizm, Çev. Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1999.<br>Zeybekoğlu, İstanbul, Ayrıntı 1999<br>Varda Langholz Leymore, Hidden Myth: Structure&Symbolizm in Advertising, New York, Basic Books Inc., 1975.<br>Nicolas Riou, Pub Fiction: Société Postmoderne et Nouvelles |

### Theory Topics

| Week | Weekly Contents                                                                   |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 1    | Advertising definition, advertising institutions, advertising process functioning |
| 2    | Principles of an effective advertising campaign.                                  |
| 3    | Various methods to analyze advertising campaigns.                                 |
| 4    | How to analyze advertising campaigns target?                                      |
| 5    | How to analyze advertising campaigns creative strategy?                           |
| 6    | Humor in advertising campaigns                                                    |
| 7    | Main themes in contemporary advertising campaigns                                 |
| 8    | Case studies                                                                      |
| 9    | Case studies                                                                      |
| 10   | Case studies                                                                      |
| 11   | Case studies                                                                      |
| 12   | Case studies                                                                      |
| 13   | Case studies                                                                      |
| 14   | Case studies                                                                      |

### Content

| Course Code | Course Name           | Semester | Theory | Practice | Lab | Credit | ECTS |
|-------------|-----------------------|----------|--------|----------|-----|--------|------|
| C0-E 644    | Consumption Sociology | 1        | 3      | 0        | 0   | 3      | 6    |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Prerequisites          |  |
| Admission Requirements |  |

|                         |                |
|-------------------------|----------------|
| Language of Instruction | Turkish        |
| Course Type             | Elective       |
| Course Level            | Masters Degree |
| Objective               |                |
| Content                 |                |
| References              |                |

## Theory Topics

| Week | Weekly Contents |
|------|-----------------|
|------|-----------------|

## Content

| Course Code | Course Name   | Semester | Theory | Practice | Lab | Credit | ECTS |
|-------------|---------------|----------|--------|----------|-----|--------|------|
| CO-E 511    | Media Critics | 1        | 3      | 0        | 0   | 3      | 6    |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Prerequisites          |  |
| Admission Requirements |  |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Language of Instruction | Turkish                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Course Type             | Compulsory                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Course Level            | Masters Degree                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Objective               | Bu dersin amacım iletişim ve medyayı konu alan araştırmaları tarihsel bir perspektifle incelemek, medyayı yapı ve içerik olarak ele alan eleştirel kuramları öğrenmek, medyanın bağlantılı sektörlerle ilişkisini kuramsal arka plan ve güncel örnekler üzerinden analiz etmektir.                                                                                                                                                                                                    |
| Content                 | Medya ve iletişim çalışmalarının kısa tarihçesi<br>Normatif medya kuramları<br>Medya etki teorileri<br>Türkiye'de medyanın ekonomi politiği<br>Medya etiği<br>Siyasal iletişim ve medya<br>Ayrımcılığa ilişkin yasal düzenlemeler ve medyada ayrımcılık<br>Ara sınav 15 Kasım 2017<br>Medya ve Nefret Söylemi<br>Spor endüstrisi ve medya<br>Reklam endüstrisi ve medya<br>Sinema endüstrisi ve medya<br>Alternatif Medya ve Türkiye'deki uygulamaları<br>Yeni medya ve etik sorunlar |
| References              | Dersle ilgili tüm kaynaklar ders işleyişiyle birlikte sunulacaktır.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

## Theory Topics

| Week | Weekly Contents                                               |
|------|---------------------------------------------------------------|
| 1    | The meaning and importance of mass communication              |
| 2    | Communication process and communication model                 |
| 3    | Persuasion theories                                           |
| 4    | Mass media effects                                            |
| 5    | Effects theories                                              |
| 6    | Bullet Theory                                                 |
| 7    | Silence Spiral                                                |
| 8    | Mid Term                                                      |
| 9    | Modern theories: McLuhan, Postman,                            |
| 10   | Modern theories:Chomsky, Baudrillard                          |
| 11   | Mass Media Cartel in Globalization Process                    |
| 12   | Relationship of Big Media Companies, politics and big capital |
| 13   | Presentations                                                 |
| 14   | Presentations                                                 |

**Content**

| Course Code | Course Name                  | Semester | Theory | Practice | Lab | Credit | ECTS |
|-------------|------------------------------|----------|--------|----------|-----|--------|------|
| CO-E 626    | Communication and Persuasion | 1        | 3      | 0        | 0   | 3      | 6    |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Prerequisites          |  |
| Admission Requirements |  |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Language of Instruction | Turkish                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Course Type             | Compulsory                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Course Level            | Masters Degree                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Objective               | Bu ders kapsamında, tarihsel bir perspektifle ikna alanında geliştirilen araştırma sonuçlarını, medya, toplum ve birey ekseninde farklı örneklerle tartışarak sorgulanması ve etkili iletişim stratejileri geliştirilmesi yönünde beceri kazandırılması amaçlanmaktadır. |

|         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Content | <p>I. BÖLÜM: KAVRAMSAL YAKLAŞIMLAR</p> <p>İlk sorgulamalar<br/>Aristoteles ve Retorik<br/>G. Le Bon “ Kitleler Psikolojisi”<br/>G. Tarde “ Taklit Kanunları”<br/>II. Dünya Savaşı Propaganda örnekleri</p> <p>Sosyal Etkinin Gücü<br/>Normlar nasıl oluşur?<br/>Neden Uyum gösteririz? S. Asch Deneyi<br/>Otoriteye itaat ve sosyal rollerin etkisi - S.Milgram ve P. Zimbardo deneyleri</p> <p>Tutumlar arası tutarlılık ve Tutum- Davranış ilişkisi<br/>Tutumlarımız nasıl oluşur?<br/>Heider’in “Denge Kuramı” - Sevdiğim diğer sevdiğimi sevmeyse ne yaparım?<br/>Festinger’in “Bilişsel Çelişki Kuramı” - Neden yanlış olduğumu düşündüğümüz şeyleri yapmaya devam ederiz?</p> <p>C. Hovland, Yale Üniversitesi “ Temel İletişim ve Tutum Değişimi ” Laboratuvar deney sonuçları<br/>Hangi kaynaktan gelen bilgi daha inandırıcıdır?<br/>Çekicilik, Sempatik ikna eder mi?<br/>Mesajı nasıl oluşturmaliyim?<br/>Kimler daha kolay ikna olur?</p> <p>R.B. Cialdini - İkna etmenin 6 temel prensibi<br/>Karşılıklı bulunma<br/>Sosyal Etki<br/>Tutarlılık<br/>Hoşlanma<br/>Azlık<br/>Otorite</p> <p>II.BÖLÜM: DİJİTAL YAŞAM VE İKNANIN DEĞİŞEN PARADİGMALARI</p> <p>Sosyal Medya Nasıl İkna Ediyor?</p> <p>Etkileşim Nedir? Neden Etkilidir?<br/>Daha güçlü Sosyal Etki<br/>Kim olduğumu bilmediğim kişi beni nasıl ikna edebiliyor? - Anonymat -<br/>Sosyal Ağların anlattıkları</p> <p>Teknoloji Kullanarak İkna -Stanford Üniversitesi, Captology Laboratuvarı araştırma sonuçları</p> <p>Örnek çalışma - Adımsayar dijital uygulamaları daha sağlıklı yaşam için davranış değişikliği yaratır mı?</p> <p>III. BÖLÜM: GELECEĞİN İKNA STRATEJİLERİ</p> <p>“Big Data” - Büyük Veri kullanımı</p> <p>Dijital girdilerin hızlı çoğalması<br/>Dijital ortamda oluşturduğumuz veriler bizi ikna etmek için kullanılabilir mi?</p> <p>“Storytelling” - Hikayelerin Gücü</p> <p>Senin hikayen nedir?<br/>Hikayeler neden etkilidir?</p> <p>“Gamification” - Oyunlaştırma</p> <p>Oyun oynarken ikna ediliyor olabilir miyiz?<br/>Oyun öğlerinin stratejik kullanımı</p> |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| References | <p>ALMEIDA Fabrice d', Images et Propagande, Casterman, Paris, 1995.</p> <p>BAIRD Jay W, The mythical world of Nazi war propaganda : 1939-1945 University of Minnesota Press, Minneapolis- Minn, 1974.</p> <p>BELLENGER Lionel, La persuasion, PUF, Collection que sais-je?, Paris, 1992.</p> <p>CIALDINI Robert B., İknanın Psikolojisi, traduit par Fevzi Yalim, MediaCat Kitapları, Ankara, 2001.</p> <p>CIALDINI Robert B., Influence: Science and Practice, Allyn &amp; Bacon, 2003.</p> <p>CIALDINI Robert B., Harnessing the Science of Persuasion, Harvard Business Review; Vol. 79 Issue 9, 2001, pp72-79.</p> <p>HOGAN Kevin, The Psychology of persuasion: how to persuade others to your way of thinking, Pelican Publishing Company, Gretna, Louisiana, 2002.</p> <p>LE BON Gustave, Psychologie des foules, PUF/Quadrige, 5e éd., Paris, 1995.</p> <p>LEVINE Robert V., Power of Persuasion: How we're bought and sold, John Wiley&amp;Sons, New Jersey, 2003.</p> <p>JOHNSTON D: Deirdre, The art and science of persuasion, Madison, Wis, Mc Graw Hill, 1994.</p> <p>JOWETT Garth, O'DONNELL Victoria, Propaganda and persuasion, Sage, London, 1986.</p> <p>KAĞITÇIBAŞI Çiğdem, İnsan ve insanlar: sosyal psikolojiye giriş, Evrim Basın Yayın Dağıtım, İstanbul, 1988.</p> <p>KAPFERER Jean-Noël, Les chemins de la persuasion : le mode d'influence des media et de la publicité sur les comportements, Gauthier-Villars, Paris, 1978.</p> <p>MESSARIS Paul, Visual Persuasion: The Role of Images in Advertising, Sage Publications, London, 1997.</p> <p>MILLS Harry, Artful Persuasion: How to Command Attention, Change Minds, and Influence People, Publication Data, New York, 2000.</p> <p>MORTENSEN Kurt W, Maximum Influence: the 12 universal laws of power persuasion, Publication Data, New York, 2004.</p> <p>PERLOFF Richard, The dynamics of Persuasion: communication and attitudes in the 21st century, Lawrence Erlbaum, London, 2003.</p> <p>PETTY Richard E., CACIOPPO John T., The Elaboration Likelihood Model of Persuasion, Advances in Experimental social psychology, vol.19, Academic Press, 1986.</p> |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### Theory Topics

| Week | Weekly Contents |
|------|-----------------|
|------|-----------------|

### Content

| Course Code | Course Name                        | Semester | Theory | Practice | Lab | Credit | ECTS |
|-------------|------------------------------------|----------|--------|----------|-----|--------|------|
| CO-E 642    | Research and Presentation Technics | 1        | 3      | 0        | 0   | 3      | 6    |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Prerequisites          |  |
| Admission Requirements |  |

|                         |                |
|-------------------------|----------------|
| Language of Instruction | Turkish        |
| Course Type             | Elective       |
| Course Level            | Masters Degree |
| Objective               |                |
| Content                 |                |
| References              |                |

### Theory Topics

| Week | Weekly Contents |
|------|-----------------|
|------|-----------------|