

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SİY 601	Communication Theories and Models	1	2	0	0	2	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Compulsory
Course Level	Masters Degree
Objective	Bu derste iletişim kuram ve modelleri genel sosyal teori kapsamında ele alınıp öğrenciye eleştirel farkındalık kazandırmak amaçlanmaktadır.
Content	Başat Medya Medya Çalışmaları ve Başat Medya Teorilerinin Eleştirisi, Frankfurt Ekolü ve kültür endüstrisi eleştirisi
References	Fiske John, İletişim Çalışmalarına Giriş. Perry Anderson, Hapishane Defterlerinde Hegemonya ve Sosyalist Strateji. Tom Bottomore, Frankfurt Okulu. Adorno ve Horheimer, Aydınlanmanın Diyalektiği Martin Jay, Diyalektik İmgelem Thery Eagleton, İdeoloji. Alain Swingewood, Kitle Kültürü Efsanesi. Micheal Hardt ve Antonio Negri, İmparatorluk. Walter Benjamin Brecht ve Estetik .

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	On Importance of Media Studies
2	Media Effects Theories (Socialization, Cultivation, Agenda-Setting etc.)
3	Theories relating to Consuming Power (Two Way Flow, Uses and Gratifications, Cultural Capital, Media Literacy.
4	Normative Media Theories (Authoritarian, Liberal, Social Responsibility)
5	Normative Media Theories (ex-Soviet Communist/Totalitarian, Democratic Participation)
6	Hallin ve Mancini's Three Model (Trilogy) and Political Economy of the Media(Cultural Industries, Public Sphere)
7	Political Economy of the Media (Media Imperialism, Propaganda Model)
8	Midterm
9	Representation (Semiology, Ideology, Hegemony, Gender, Sexuality, Representations of Race and Ethnicity)
10	Postmodernism (Image, Hyper reality)
11	Information and Surveillance Society
12	New Media (Convergence/Remediation).
13	Presentation
14	Presentation

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
-------------	-------------	----------	--------	----------	-----	--------	------

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SİY 631	Visual Culture	1	2	0	0	2	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

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

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	Characteristics of the visual culture
2	Evolution of the visual culture
3	Notion of image
4	Notion of image
5	Semiotics
6	Visual semiotics
7	Presentations
8	Presentations
9	Advertising image analysis
10	Advertising image analysis
11	Television image analysis
12	Movie image analysis
13	Movie image analysis
14	Movie image analysis

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SİY 621	Corporate Communication and Reputation Management	1	2	0	0	2	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Compulsory
Course Level	Masters Degree
Objective	Bu derste, kurumsal iletişimin devamlılığı ve başarısı için önemi vurgulanarak, kurumsal iletişim kanalları, araçları ve yöntemleri aktarılacaktır. Kurumsal iletişimin itibar yönetiminde oynadığı rol ele alınacaktır.
Content	<p>1.Hafta: Kurum, kurumsal iletişim kavram ve amaçları</p> <p>2.Hafta: Örgüt Kuramları</p> <p>3.Hafta: Kurumlarda İletişim Biçim ve Araçları, Kanallar</p> <p>4.Hafta: Kurumsal Sosyal sorumluluk</p> <p>5.Hafta: Kurum Kimliği ve İmajı</p> <p>6.Hafta: Kurum Kültürü</p> <p>7.Hafta: Vize</p> <p>8.Hafta: Kurumsal İtibar</p> <p>9.Hafta: Kurumsal İtibarın Değerlendirilmesi</p> <p>10.Hafta: Kurumsal Krizler</p> <p>11.Hafta: Liderlik ve İletişim</p> <p>12.Hafta: Kurumlarda iletişim engel ve bozuklukları</p> <p>13.Hafta: Örnek ve Uygulamalar</p> <p>14.Hafta: Örnek ve Uygulamalar</p>

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. Mediacat Yayınları, 1999</p> <p>Cees B.M. van Riel and Charles Fombrun. Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management. Routledge, 2007.</p> <p>Peter Steidl and Garry Emery, Corporate Image and Identity Strategies Designing the Corporate Future. Business & 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 & Sons, 2003</p> <p>James Horton, Integrating Corporate Communication, Quorum Books, 1995</p> <p>Pekka Aula, Strategic Reputation Management: Towards Company of Good. Routledge, 2008.</p>
------------	--

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	Introduction, definitions.
2	Management theories
3	Organizational communication tools and techniques
4	Functions of organizational communication
5	Corporate Identity and corporate image.
6	Corporate culture
7	Midterm exam
8	Corporate reputation
9	Reputation Management and Protection of Corporate Reputation
10	Leadership and communication
11	Obstacles in organizational communication
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
SİY 661	Analysis of Brand Management Strategies	1	2	0	0	2	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Masters Degree

Objective	Marka, markalama ve marka özvarlığı kavramları tanımlarıyla verilecek ve özvarlığı yüksek markaların stratejileri örneklerle aktarılacak; marka yönetimi için anahtar kavramlar olan marka sadakati, bilinirliği, algılanan kalite ve çağrışımlar detaylı şekilde açıklanacak ve birbirleriyle olan etkileşimleri ve bağıntıları verilecek; markanın doğru yol alması için uygulanması gereken stratejik analiz ve analizin komponentleri tanımlanacak; marka kimliğinin vaz geçilmez unsurları olan ürün, kurum, kişilik ve sembol kavramları ve bunların marka ile olan bağıntıları örneklerle açıklanacak; marka esnetme/genişletme stratejilerinin uygulanabileceği durumlar vaka'lar aracılığıyla açıklanacak.
Content	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hafta: Marka, markalama ve marka öz varlığı kavramları. 2. Hafta: Marka özvarlığını oluşturan anahtar kavramlar. 3. Hafta: Marka sadakati, bilinirliği. 4. Hafta: Kalite ve algılanan kalitenin markaya yansımaları. 5. Hafta: Marka çağrışımları. 6. Hafta: Çağrışımlar bağlamında isim, sembol ve slogan. 7. Hafta: Ara Sınav (vize). 8. Hafta: Stratejik marka analizi: müşteri, rekabet, içsel analiz. 9. Hafta: Stratejik marka analizi için vaka'lar 10. Hafta: Marka kimliğini oluşturan anahtar kavramlar ve tanımlar 11. Hafta: Ürün ve Kurum olarak marka 12. Hafta: Kişi ve Sembol olarak marka 13. Hafta: Marka genişletme kararları 14. Hafta: Marka genişletme stratejileri
References	<p>Kapferer, N.J., The New Strategic Brand Management</p> <p>Keller, K.L., Strategic Brand Management</p> <p>David, A.A. (1996). Building Strong Brands, New York: The Free Press.</p> <p>David, A.A. (1991). Managing Brand Equity, New York: The Free Press.</p> <p>Haig, M. (2006). Brand Royalty, London: Kogan Page Limited.</p> <p>İlgili Diğer Güncel Makale ve Kitaplar</p>

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	Week 1. Brand, branding and brand equity concepts
2	Week 2. Key concepts constituting brand equity
3	Week 3. Brand loyalty and familiarity
4	Week 4. Importance of quality and perceived quality for brands
5	Week 5. Brand associations
6	Week 6. Name, symbol and slogan and their relation with brand association
7	Week 7. Mid-term exam
8	Week 8.Strategic brand analysis: Customer, competition and internal analysis.
9	Week 9. Cases for strategic brand analysis.
10	Week 10. Key concepts constituting brand identity
11	Week 11. Brand as product and corporation

Week	Weekly Contents
12	Week 12.Brand as person and symbol
13	Week 13. Brand stretching/extension decisions
14	Week 14. Brand stretching/extension strategies

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SİY 619	New Approaches in Strategic Communication	1	2	0	0	2	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Compulsory
Course Level	Masters Degree
Objective	Bu ders kapsamında öğrencilerin stratejik iletişim yönetimi hakkında bilgi sahibi olması amaçlanmaktadır. Stratejik İletişim Yönetiminin kamuoyunu oluşturma üzerindeki rolünün yeni yaklaşımlar nezdinde ele alınması dersin bir diğer amacıdır.
Content	Bu ders kapsamında stratejik iletişim yönetimi kavramının ne olduğu, stratejik iletişim yönetimi ile halkla ilişkiler disiplininin arasındaki ilişki anlatılacaktır. Yeni kavramların stratejik iletişim yönetimi üzerindeki rolüne değinilecektir. Yine stratejik iletişim yönetiminin kullandığı uygulama stratejileri eleştirel bir bakış açısı ile aktarılacaktır.

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

Theory Topics

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

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SİY 681	Process of Social Influence and the Media	1	2	0	0	2	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Compulsory
Course Level	Masters Degree
Objective	Bu ders kapsamında medyanın ve özellikle sosyal medyanın iletişim sürecinde etki yaratmak için kullandığı sosyal etki formları tartışılacaktır. Tutum ve davranışların oluşturulmasında temel bir işleve sahip olan sosyal etki kavramı sosyal psikoloji alanında geliştirilen laboratuvar çalışmaları çerçevesinde irdelenecektir. Ders temelde sosyal medyanın bireylerin tutum ve davranışları ve toplum genelinde oluşturduğu etkinin kritik bir perspektifle sorgulanmasını amaçlamaktadır.
Content	<ol style="list-style-type: none"> 1. Giriş: Medya Toplum ilişkisi çerçevesinde oluşan genel sorular, kritik perspektif 2. G. Le Bon " Kitleler Psikolojisi" 3. G. Tarde " Taklit Kanunları" 4. Normlar nasıl oluşur? 5. Neden Uyum gösteririz? S. Asch Deneyi 6. Otoriteye itaat ve sosyal rollerin etkisi - S.Milgram ve P. Zimbardo deneyleri 7. Yale Üniversitesi " Temel İletişim ve Tutum Değişimi " Laboratuvar deney sonuçları 8. Vize 9. Sosyal medyanın kullandığı sosyal etki formları I 10. Sosyal medyanın kullandığı sosyal etki formları II 11. Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları 12. Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları 13. Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları 14. Genel Değerlendirme, sosyal medyanın geleceğine ilişkin perspektif oluşturma
References	<p>Fuchs, Christian. Social media: A critical introduction. Sage, 2017.</p> <p>Hovland, Carl Iver, Irving Lester Janis, and Harold H. Kelley. "Communication and persuasion." 1953.</p> <p>Kağıtçıbaşı, Çiğdem. "Yeni insan ve insanlar." İstanbul: Evrim Yayınevi 326 1999.</p> <p>Le Bon, Gustave, and Hasan İhan. Kitleler psikolojisi. Alter Yayıncılık, 2009.</p> <p>Tarde, Gabriel. Gabriel Tarde on Communication and social influence. Vol. 334. Chicago: University of Chicago Press, 1969.</p> <p>Tedeschi, James T., ed. The social influence processes. Routledge, 2017.</p>

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	The media as an instrument to social influence.
2	Theoretical approaches: The production of group norms.
3	Theoretical approaches: Conformity and Obedience.
4	Social Influence and Media Effects: Propaganda, Politics and Society.
5	Social Influence and Media Effects: Propaganda, Politics and Society.
6	Journalism and The Agenda-Setting Function of Mass Media.
7	The social impact of Turkish TV series.
8	Turkish Cinema.
9	Exam.

Week	Weekly Contents
10	Evolution of the social network and new persuasion strategies I.
11	Evolution of the social network and new persuasion strategies II.
12	The new functions of the Media.
13	Project studies.
14	Project studies.

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SİY 616	Seminar	1	0	0	0	0	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Compulsory
Course Level	Masters Degree
Objective	Bu derste stratejik iletişim yönetimi ile bağlantılı konularda çeşitli bilimsel dergilerde yayınlanmış makaleler, araştırmalar, projeler incelenecektir. Ayrıca konuk öğretim elemanlarının katılımlarıyla iletişim alanındaki güncel sorunlar tartışılacaktır. Öğrencilerin sektörün içinden profesyonellerden alacakları derslerle stratejik iletişim yönetimiyle ilişkili farklı alanlar hakkında bilgi sahibi olması amaçlanmaktadır.
Content	<p>1.Hafta: Sunum teknikleri</p> <p>2.Hafta: Tez yazımına giriş, veri toplama</p> <p>3.Hafta: Tez yazımı; problematik ve hipotez oluşturma</p> <p>4.Hafta: Tez yazımı; kaynak gösterme</p> <p>5.Hafta: Bilimsel yazı ve sunuş</p> <p>6.Hafta: Sektörden konuklar</p> <p>7.Hafta: Sektörden konuklar</p> <p>8.Hafta: Sektörden konuklar</p> <p>9.Hafta: Sektörden konuklar</p> <p>10.Hafta: Sektörden konuklar</p> <p>11.Hafta: Öğrenci sunumları</p> <p>12.Hafta: Öğrenci sunumları</p> <p>13.Hafta: Öğrenci sunumları</p> <p>14.Hafta: Öğrenci sunumları</p>
References	Halil Seyidoğlu. Bilimsel Araştırma ve Yazma Teknikleri. 8. Baskı, İstanbul: 2000

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	Tecniques of presentation
2	Introduction of thesis writing and research
3	Thesis writing; problematic and hypothesis
4	Thesis writing: scientific citation
5	Scientific writing and presentation
6	Visitors
7	Visitors
8	Visitors
9	Visitors
10	Visitors
11	Presentations
12	Presentations
13	Presentations
14	Presentations

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SİY 693	Scientific Communication	1	3	0	0	2	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Masters Degree
Objective	<p>Bu dersin amacı, öğrencilerin bilimsel bilgi ve süreçleri farklı hedef kitlelere etkili, anlaşılır ve etik bir biçimde aktarabilme becerilerini geliştirmeleridir. Öğrenciler, bilim iletişiminin temel kuramları, yöntemleri ve araçları hakkında bilgi edinecek; yazılı, görsel ve dijital mecralarda bilimsel içeriği nasıl yapılandıracaklarını öğreneceklerdir. Ayrıca, bilim insanı olarak kamuoyuyla, medya ile ve politika yapımcılarla iletişim kurarken karşılaşılabilecekleri zorlukları analiz edecek ve çözüm stratejileri geliştireceklerdir. Ders, katılımcıların bilimsel çalışmalarını daha geniş kitlelerle paylaşmalarını, toplumsal etkisini artırmalarını ve bilim ile toplum arasındaki etkileşimi güçlendirmelerini hedeflemektedir.</p>

Content	<p>Hafta 1: Bilimin Toplumdaki Rolü ve İletişimin Temelleri</p> <p>Hafta 2: Bilimsel Okuryazarlık ve Kamuoyu Algısı</p> <p>Hafta 3: Medya ve Bilimsel Haber Üretimi</p> <p>Hafta 4: Yazılı Bilim İletişimi – Teknik ve Popüler Anlatılar</p> <p>Hafta 5: Sözlü İletişim ve Sunum Teknikleri</p> <p>Hafta 6: Görsel Bilim İletişimi</p> <p>Hafta 7: Dijital Bilim İletişimi – Medya ve İnteraktif Araçlar</p> <p>Hafta 8. Vize sınavı</p> <p>Hafta 9: Halkla Katılım ve Vatandaş Bilimi</p> <p>Hafta 10: Kriz, Risk ve Belirsizlik İletişimi</p> <p>Hafta 11: Politika ve Bilim İletişimi</p> <p>Hafta 12: Tartışmalı Konular ve Vaka Analizleri</p> <p>Hafta 13: Uzman konuk daveti</p> <p>Hafta 14: Öğrenci sunumları</p>
References	

Theory Topics

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

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SİY 694	Artificial Intelligence in Strategic Communication	1	3	0	0	2	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Masters Degree
Objective	<p>Bu dersin amacı, güncel yapay zekâ (YZ) pratik ve uygulamalarını stratejik iletişim, halkla ilişkiler, reklamcılık ve pazarlama iletişimi odağında araçları, kullanımları ve örnek uygulamaları irdelemek, tanıtmak. YZ destekli yaratıcılık temelli iletişim kampanyalarında araştırma, planlama, uygulamalara ilişkin pratik beceri ve yetkinlikler kazandırmak. Üretken YZ'ya ilişkin iletişim sektöründeki güncel, akademik ve pratik tartışmalar bağlamında bu uygulamaları eleştirel bir şekilde incelemek, gelişimsel bir şekilde sınırlarını gözlemlemek, tartışmaktır.</p>

Content	<ol style="list-style-type: none">1. Hafta: Tanışma ve Ders Tanıtımı2. Hafta: Stratejik İletişim ve YZ Tarih ve Gelişimine Kısa Bir Bakış, Güncel Araç ve Yönelimler3. Hafta: YZ Nasıl Çalışıyor: Machine Learning, Deep Learning, İstem Mühendisliği Teknikleri I4. Hafta: Uzman Konuk: Kreatif İşlerde YZ Nasıl ve Ne Kadar Mümkün? Kreatif Ajanslarda Güncel Uygulama, Deneyim, Süreçler5. Hafta: Prompt Engineering II Uygulamaları, İletişim Kampanya Tasarımı: Yaratıcı Fikir, Stratejik Planlama, Senaryo ve İçerik Üretimi, Use Case Workshop (Uygulama Atölyesi)6. Hafta: YZ Yaratıcı İletişim Kampanya Tasarımı: Araştırma, Yaratıcı Fikir, Strateji ve Planlama7. Hafta: YZ Destekli İletişim Kampanyasında Uygulama: Stratejiye Uygun Görsel, Video ve Ses Üretim Araçları, Use Case Workshop (Uygulama Atölyesi)8. Hafta: Vize Sınavı9. Hafta: YZ Güncel Tartışmalar, Telif ve Etik Sorunlar10. Hafta: Halkla İlişkilerde YZ ve Örnek Uygulamalar, Use Case Workshop (Uygulama Atölyesi)11. Hafta: Reklamcılık ve Pazarlamada YZ ve Örnek Uygulamalar, Use Case Workshop (Uygulama Atölyesi)12. Hafta: Akademik Araştırmalarda Yapay Zekâ Kullanımı: Yöntem, Araç ve Uygulamalar13. Hafta: Final Sunumları I14. Hafta: Final Sunumları II
---------	---

References	<p>IBM. History of artificial intelligence. Retrieved from https://www.ibm.com/think/topics/history-of-artificial-intelligence</p> <p>IBM. The future of artificial intelligence. Retrieved from https://www.ibm.com/think/insights/artificial-intelligence-future</p> <p>IBM. Prompt engineering. Retrieved from https://www.ibm.com/think/topics/prompt-engineering</p> <p>IBM. AI adoption challenges. Retrieved from https://www.ibm.com/think/insights/ai-adoption-challenges</p> <p>Google Cloud. What is prompt engineering? Retrieved from https://cloud.google.com/discover/what-is-prompt-engineering?hl=tr</p> <p>Google Cloud. Generative AI overview. Retrieved from https://cloud.google.com/vertex-ai/generative-ai/docs/learn/overview</p> <p>OpenAI. Text completion: Prompt engineering guide. Retrieved from https://platform.openai.com/docs/guides/text#prompt-engineering</p> <p>Prompting Guide. Prompt engineering rehberi. Retrieved from https://www.promptingguide.ai/tr</p> <p>Dastin, J. How AI works. Retrieved from https://books.google.com.tr/books/about/How_AI_Works.html?id=IE7OEAAAQBAJ</p> <p>Video Kaynakları:</p> <p>ColdFusion. (2023, August 21). The AI revolution: Learn how AI is transforming everything [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=qYNweeDHiyU</p> <p>3Blue1Brown. (2017, April 5). But what is a neural network? [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=aircAruvnKk</p> <p>Veritasium. (2018, June 1). The most powerful computer you've never heard of [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=IHZwWFHwa-w</p> <p>Two Minute Papers. (2019, October 17). AI learns to play hide and seek – and it's epic! [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=llg3gGewQ5U</p> <p>Akademik Kaynaklar:</p> <p>Floridi, L. (2019). Establishing the rules for building trustworthy AI. <i>Nature Machine Intelligence</i>, 1(6), 261–262. https://doi.org/10.1038/s42256-019-0055-y</p> <p>Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? <i>Business Horizons</i>, 62(1), 15–25. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.08.004</p> <p>Sundar, S. S. (2020). Rise of machine agency: A framework for studying the psychology of human–AI interaction. <i>Journal of Computer-Mediated Communication</i>, 25(1), 74–88. https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz026</p> <p>Kitaplar:</p> <p>Russell, S., & Norvig, P. (2020). <i>Artificial intelligence: A modern approach</i> (4th ed.). Pearson.</p> <p>Crawford, K. (2021). <i>Atlas of AI: Power, politics, and the planetary costs of artificial intelligence</i>. Yale University Press.</p> <p>O'Neil, C. (2016). <i>Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy</i>. Crown Publishing.</p> <p>Raporlar:</p> <p>McKinsey & Company. (2023). The state of AI in 2023. Retrieved from https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-technology-trends/the-state-of-ai-in-2023</p> <p>Deloitte. (2022). AI in marketing: Cutting through the hype. Retrieved from https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/cognitive-technologies/ai-in-marketing.html</p> <p>UNESCO. (2021). Recommendation on the ethics of artificial intelligence. Retrieved from https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137</p>
------------	---

Theory Topics

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

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SİY 671	Web in Strategic Communication Management	2	2	0	0	2	4

Prerequisites	
---------------	--

Admission Requirements	
------------------------	--

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Compulsory
Course Level	Masters Degree
Objective	<p>Bu ders kapsamında öğrencilerin, stratejik iletişim yönetimi bağlamında büyük bir çeşitlilik gösteren etkileşimli medya ortamlarına yönelik hem biçim hem de içerik düzeyinde analitik değerlendirme becerilerinin geliştirmesi hedeflenmektedir. Ders kapsamında öncelikle internet ve web fenomenleri tarihselleştirme ve geleceğe yönelik öngörüler üzerinden detaylı olarak irdelenecektir. Hem kullanıcı hem de etkileşimli ortam düzeyinde büyük bir çeşitliliği beraberinde getiren söz konusu evrim, mevcut uygulamalar üzerinden yapılacak kavramsallaştırma eşliğinde ele alınacaktır. Bunu takiben “kullanıcı-bilgisayar etkileşimi”nin tarihçesi eşliğinde “grafik arayüzü” kavramı ve “kullanılabilirlik” kavramı, alandaki önemli ve güncel araştırmaların bulguları ve vaka analizleri üzerinden irdelenecektir. Bu bağlamda kullanıcılar ve etkileşimli medya ortamları arasında kurulacak olan kullanıcı deneyimini desteklemek ve geliştirmek için çeşitli arayüz tasarım kriterleri ve süreçleri, web sitesi, portal, mobil arayüz, etkileşimli televizyon, vb. gibi farklı etkileşimli medya ortamları üzerinden sunulacaktır. Dönem sonunda öğrencilerden, seçtikleri popüler etkileşimli medya ortamlarını oylumlu olarak analiz etmeleri ve gerekiyorsa revizyon önerileri sunmaları talep edilecektir.</p>
Content	<p>1.Hafta: Giriş. Temel Kavramlar, Teknolojiler ve Uygulamalar.</p> <p>2.Hafta: İnternet ve Web Fenomenlerinin Evrimi</p> <p>3.Hafta: Kullanıcı Merkezli Tasarım: Arayüz Tasarımı ve Kullanılabilirlik “Grafik Kullanıcı Arayüzü”nün tarihsel gelişimi Kullanılabilirlik Yaklaşımı: Amaç, Kullanılan Parametreler ve Ölçme Teknikleri</p> <p>4.Hafta: Evrensel Kullanılabilirlik “Herkes için Web” -Kullanıcı Çeşitliliği: Farklı kültürlerden kullanıcılar, çocuk, yaşlı, engelli, vb. kullanıcılar - Teknoloji Çeşitliliği -Evrensel Kullanılabilirlik için Stratejiler: Destek Teknolojileri, Çok-Katmanlı Arayüz Tasarımı, Evrensel Tasarım - Farklı Kullanıcı Grupları için Arayüz Tasarım Kriterleri</p> <p>5.Hafta: “Kültürleştirme” ve Küresel Web Siteleri -Farklı kültürlerden gelen kullanıcıların ihtiyaçlarına yönelik web tasarımı: Sorunlar, çözüm önerileri</p> <p>6.Hafta: Etkileşim Ortam Geliştirme Süreci Sürecin tasarlanması ve yönetimi Ekiplerin yapısı, dağılımı, iş bölümü</p> <p>7.Hafta: Bilgi Mimarisi Bilginin etkileşimli ortamlar için düzenlenmesi ve sunumu Site yapısı Arama Motoru Optimizasyonu</p> <p>8.Hafta:</p>

Etkileşimli Ortamlarda Sayfa Yapısı ve Tasarımı
- Sayfa Bileşenleri: Header, Footer, Content Area
- Sayfa Ölçüleri ve Dolaşım
- Ana sayfa Bileşenleri ve Tasarımı

9.Hafta:

Etkileşimli Ortamlarda Tipografi
Web'de Metin
Okunabilirlik
Yazı Karakterleri
Vurgu
Tipografi ve grafik
Editoryal Yaklaşım

10.Hafta:

Form Tasarımı

11.Hafta:

Etkileşimli Ortamlarda Görsel Malzemenin Kullanımı
Web görsellerinin özellikleri
Grafik dosya formatları
Renk Teorisi ve Etkileşimli Ortamlarda Renk Kullanımı

12.Hafta:

Etkileşimli Ortamlarda Çoklu-Ortam İçeriğinin Kullanımı
Görsel ve İşitsel Malzemeler: Ses, video, animasyon, vs.
Çoklu-ortam içeriğinin hazırlanması ve sunulması: Formatlar, oynatıcılar, vs...

13.Hafta:

Öğrenci Sunumları

14.Hafta:

Öğrenci Sunumları

References 1 Key Concepts

- Brown, T. (2008) Design Thinking, Harvard Business Review, June. ? Nielsen, J. (2012) Usability 101: Introduction to Usability, <http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>
- User Experience White Paper: Bringing Clarity to the Concept of User Experience (2011)
- Grudin, J. (2008) A Moving Target: The Evolution of HCI, in The Human-Computer Interaction Handbook: Fundamentals, Evolving Technologies and Emerging Applications (Edi.) Sears, A and Jacko, J. A. , Lawrence Erlbaum Associates, Taylor and Francis Group. 1-24.
- Carrol, J. M. (2012) Human-Computer Interaction, Encyclopedia of Human-Computer Interaction, http://www.interaction-design.org/encyclopedia/human_computer_interaction_hci.html
- Shneidermann, B. and Plaisant, C. (2005) Designing the User Interface 4th Edition, Addison-Wesley.
- Zaphiris, P. and Siang Ang, C. (2009) Human-Computer Interaction: Concepts, Methodologies, Tools and Applications, Information Science Reference, Hershey, New York.
- Nielsen, J., 2008, Usability ROI Declining, But Still Strong, ?<http://www.useit.com/alertbox/roi.html>
- Shneiderman, B., 2011, The Next 25 Years of HCI Research: Technology-Mediated Social Participation, HCII2011 Keynote Speech
- UXPA (Usability Professionals Association), ?www.uxpa.com
- Mesut, J., 2009, Brighton BarCamp
- Knemeyer, D. and Svoboda, E., 2008 User Experience _ UX, ?www.interaction.gov.tr
- Andersen, S., P. 2008, Fundamentals of Experience Design, ?www.poetpainter.com
- Morville, P., 2004, User Experience Design, ?www.semanticstudios.com
- Raabe, P., 2010, User-Centered Design, ?www.paznow.com
- Revang, M., 2007, User Experience Design Project
- Brown, T., 2008, Design Thinking, Harvard Business Review

- Reichenstein, O., 2009, The Spectrum of User Experience, iA, www.informationarchitects.jp
- Marsh, N., 2011, Service Design is Dead. The New Product is Alive, www.choose-nick.com
- Nielsen, J., 2006, Corporate Usability Maturity: Stages 1–4, www.alertbox.com
- Nielsen, J., 2006, Corporate Usability Maturity: Stages 5–8, www.alertbox.com
- UX Professionalism: Building Tomorrows' Digital Cathedrals, 2012
- Jeff Gothelf, Lean UX: Getting Out Of The Deliverables Business, 2011, <http://uxdesign.smashingmagazine.com/2011/03/07/lean-ux-getting-out-of-the-deliverables-business/>
- Wreblovski, L., 2011, An Event Apart: Persuasive Design, www.lukew.com
- Høgenhaug, P. S., 2012, Gamification and UX: Where Users Win or Lose, Smashing Magazine.
- Wreblovski, L., 2012, Luke Wreblovski, Evolving E-Commerce Checkout.
- The New Multi-Screen World: Understanding Cross-Platform Consumer Behavior, /Ipsos/Sterling,2012.
- Bustos, L., 2012, Maximizing Conversion with Checkout Optimization.
- Holst, C., 2012, The State Of E-Commerce Checkout Design, Smashing Magazine
- Frost, B., 2012, For a Future Friendly Web.
- Attrill, R., 2012, Mobile Last: Considering the Mobile Experience When It's Too Late for "Mobile First", Mobile East.
- Budd, A., 2012, UX Professionalism: Building Tomorrows Digital Cathedrals.
- Fogg, BJ (2009) A Behavior Model for Persuasive Design, <http://blog.hcilab.org/uui/files/2013/04/a40-fogg.pdf>
- Fogg, BJ (2009) Creating Persuasive Technologies: An Eight-Step Design Process, <http://ejournal.narotama.ac.id/files/an%20eight-step%20design%20process..pdf>

2 Universal Usability

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

3 Information Architecture

- ?Resmini, A. and Rosati, L. (2011) A Brief History of Information Architecture, Journal of Information Architecture, Vol. 3, Issue 2, p. 33-45, <http://journalofia.org/volume3/issue2/03-resmini/jofia-0302-03-resmini.pdf>
- ?Barker, I. (2005) What is information architecture?, ?Step Two Design, http://www.steptwo.com.au/papers/kmc_whatinfoarch/index.html
- ?Nielsen, J. (2009) ?Top 10 Information Architecture (IA) Mistakes, <http://www.nngroup.com/articles/top-10-ia-mistakes/>
- ?TECED (2013) IA Evaluation Methodologies, <http://teced.com/services/information-architecture-ia/ia-evaluation->

methodologies/

- Righi, C., James, J., Beasley, M., Day, D. L., Fox, J. E., Gieber, J., Howe, C. and Ruby, L. (2013) Card Sort Analysis Best Practices, ? Journal of Usability Studies, Vol. 8, Issue 3, May 2013 pp. 69-89, http://www.upassoc.org/upa_publications/jus/2013may/JUS_Righi_May_2013.pdf
- Richards, J. (2013) The Grammar of Interactivity, ?UX Booth, http://www.uxbooth.com/articles/the-grammar-of-interactivity/?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter
- Anderson, C. (2004) The Long Tail, Wired, Issues 12.10, October 2004, <http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>
- Nielsen, J. (2012) ?SEO and Usability,? ?<http://www.nngroup.com/articles/seo-and-usability/>
- Morville, P. and Rosenfeld, L. (2007) Information Architecture for the World Wide Web: Designing Large-Scale Web Sites, O'Reilly Media, USA.
- Nielsen, J. (2009) ?Mental Models,? ?<http://www.nngroup.com/articles/mental-models/>
- Hudson, W. (2013) Card Sorting, ?Encyclopedia of Human-Computer Interaction, http://www.interaction-design.org/encyclopedia/card_sorting.html
- Sauro, J. (2012) Card Sorting + Tree Testing: The Science of Great Site Navigation, ?Measuring Usability,? ? <http://www.measuringusability.com/blog/cardsort-tree-test.php>
- Nielsen, J. (2011) ?Mini-IA: Structuring the Information About a Concept, <http://www.nngroup.com/articles/mini-ia-structuring-information/>
- Nielsen, J. (2009) ?IA Task Failures Remain Costly, <http://www.nngroup.com/articles/ia-task-failures-remain-costly/>
- Nielsen, J. (2009) ?Card Sorting: How Many Users to Test, <http://www.nngroup.com/articles/card-sorting-how-many-users-to-test/>

4 UI Design for Desktop Environments

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

- Krug, S., 2000, Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability, Que. ? Usabilla Blog, 2012, How to design effective navigation menus.

5 UI Design for Mobile Environments

- Nielsen, J. (2011) ?Mobile Usability Update, <http://www.nngroup.com/articles/mobile-usability-update/>
- Hooper, S. 2014, The Rise of the Phablet, Designing for Larger Phones, UXmatters, [http://www.uxmatters.com/mt/archives/2014/11/the-rise-of-the-phablet-designing-for-larger-phones .php?sthash.p9hQFNW6.mjjo&utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter](http://www.uxmatters.com/mt/archives/2014/11/the-rise-of-the-phablet-designing-for-larger-phones.php?sthash.p9hQFNW6.mjjo&utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter)
- Budiu, R. (2013) ?Mobile: Native Apps, Web Apps, and Hybrid Apps, <http://www.nngroup.com/articles/mobile-native-apps/>
- AnswerLab. 2014, Principles of Mobile Site Design: Delight Users and Drive Conversions, http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/en/intl/ALL_ALL/think/multiscreen/pdf/multi-screen-moblie-whitepaper_research-studies.pdf
- Scott, H. 2014, How to design for thumbs in the Era of Huge Screens, <http://scotthurff.com/posts/how-to-design-for-thumbs-in-the-era-of-huge-screens>
- Peatt?, K. 2015, An Exploration of Carousel Usage on Mobile E-Commerce Websites, ?Smashing Magazine, <http://www.smashingmagazine.com/2015/02/carousel-usage-exploration-on-mobile-e-commerce-websites/>
- Wreblovski, L. 2014, Designing for Large Screen Smartphones, <http://www.lukew.com/ff/entry.asp?1927>
- Attrill, R., 2012, Mobile Last: Considering the Mobile Experience When It's Too Late for "Mobile First", Mobile East.
- Itzkovitch, A., 2012, Designing For Device Orientation: From Portrait To Landscape, Smashing Magazine, <http://www.smashingmagazine.com/2012/08/designing-device-orientation-portrait-landscape/>
- Robles, P. (2015), App download interstitials drive users away: Google, <https://econsultancy.com/blog/66751-app-download-interstitials-drive-users-away-google/>
- Appleseed, J., (2015) The State of Mobile E-Commerce Search and Category Navigation, http://baymard.com/blog/mobile-ecommerce-search-and-navigation?utm_medium=feed&utm_source=twitter.com&utm_campaign=Feed%3A+baymard
- Appleseed, J., (2015) 8 UX Requirements for Designing a User-Friendly Homepage Carousel, <http://baymard.com/blog/homepage-carousel>
- Peatt, K. (2015) An Exploration Of Carousel Usage On Mobile E-Commerce Websites, <https://www.smashingmagazine.com/2015/02/carousel-usage-exploration-on-mobile-e-commerce-websites/>
- AnswerLab. 2014, Principles of Mobile Site Design: Delight Users and Drive Conversions, http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/en/intl/ALL_ALL/think/multiscreen/pdf/multi-screen-moblie-whitepaper_research-studies.pdf
- Russell-Rose, T. (2013) Designing Search: Results Pages, UX Magazine, Article No: 1124, <https://uxmag.com/articles/designing-search-results-pages>
- Holst, C. (2016) Infinite Scrolling, Pagination Or "Load More" Buttons? Usability Findings In eCommerce, <https://www.smashingmagazine.com/2016/03/pagination-infinite-scrolling-load-more-buttons/>
- Whinton, K. (2015) Mobile Faceted Search with a Tray: New and Improved Design Pattern, <https://www.nngroup.com/articles/mobile-faceted-search/>
- Hewlett, L. (2014) How to plan your next mobile e-commerce website <https://www.smashingmagazine.com/2014/03/how-to-plan-your-next-mobile-e-commerce-website/>
- Appleseed, J., (2013) Mobile Product Pages: Always Offer a List of Compatible Products, <http://baymard.com/blog/mcommerce-compatible-products-list>
- Denney, H. (2012) Sticky Menus Are Quicker To Navigate, <https://www.smashingmagazine.com/2012/09/sticky-menus-are-quicker-to-navigate/>
- Kirmani, A. (2016) Mobile-First eCommerce: What Customers Expect and Value in Mobile Shopping Experiences, <http://www.uxmatters.com/mt/archives/2016/02/mobile-first-ecommerce-what-customers-expect-and-value-in-mobile-shopping-experiences.php#sthash.Yfz7eweY.dpuf>

6 Typography, Graphics and Multimedia in UX Design

- Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, ?Typography, <http://webstyleguide.com/wsg3/8-typography/index.html>
- Arditi, A. (2007) Letter case and text legibility in normal and low vision, Vision Research 47 (2007) 2499–2505, http://ac.els-cdn.com/S0042698907002830/1-s2.0-S0042698907002830-main.pdf?_tid=216ec1ca-6c0a-11e4-b7c4-00000aab0f27&acdnat=1415975329_94d6659035b562a3eb7b803990bd6a50
- Yi, X., Hong, L., Zhong, E., Nathan, N. and L. S. Rajan (2014) Beyond clicks: dwell time for personalization, Proceeding ? RecSys'14, October 6–10, 2014, Foster City, Silicon Valley, CA, USA, ? http://labs.yahoo.com/_c/uploads/recsys2014.pdf
- Manjoo, F., (2012), You Won't Finish This Article: Why people online don't read to the end., Slate

Magazine,?

http://www.slate.com/articles/technology/technology/2013/06/how_people_read_online_why_you_won_t_finish_this_article.html

- Nielsen, J., (2011), Defer Secondary Content When Writing for Mobile Users, <http://www.useit.com/alertbox/mobile-content.html>
- Nielsen, J., (2011), Mobile Content is Twice as Difficult, <http://www.useit.com/alertbox/mobile-content-comprehension.html>
- Reichenstein, O., 2012, Responsive Typography: The Basics?, <http://informationarchitects.net/blog/responsive-typography-the-basics/>
- Krishnan, S. S. and Sitaraman, R. K., 2012, Video Stream Quality Impacts Viewer Behavior: Inferring Causality Using Quasi-Experimental Designs, Proc. of IMC'12, November 14–16, 2012, Boston, Massachusetts, USA.?? ?Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, Editorial Design,? ?<http://webstyleguide.com/wsg3/9-editorial-style/index.html>
- Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, ?Graphics, <http://webstyleguide.com/wsg3/11-graphics/index.html>
- Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, ?Multimedia, <http://webstyleguide.com/wsg3/12-multimedia/index.html>
- Nielsen, J., (2009), Powers of 10: Time Scales in User Experience, <http://www.useit.com/alertbox/timeframes.html>
- Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, ?Forms and Applications, <http://webstyleguide.com/wsg3/10-forms-and-applications/index.html>
- Wreblovski, L. (2012) Best Practices for Form Design, http://static.lukew.com/webforms_lukew.pdf
- Constantin, J. (2013) Typographic Design Patterns And Current Practices (2013 Edition), Smashing Magazine, <http://www.smashingmagazine.com/2013/05/17/typographic-design-patterns-practices-case-study-201>

7 Form Design

- Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, Forms and Applications, <http://webstyleguide.com/wsg3/10-forms-and-applications/index.html>
- Wreblovski, L. (2012) Best Practices for Form Design, ?http://static.lukew.com/webforms_lukew.pdf ? Appleseed, J. (2013) Why Your Checkout Process Should Be Completely Linear, http://baymard.com/blog/checkout-process-should-be-linear?utm_source=feedburner
- Appleseed, J. (2012) 6 Mobile Checkout Usability Considerations, Baymard Institute, <http://baymard.com/blog/mobile-checkout>
- Appleseed, J. (2013) Mobile Form Usability: Avoid Splitting Single Input Entities, http://baymard.com/blog/mobile-form-usability-single-input-fields?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter
- Appleseed, J. (2011) Form Field Usability: Avoid Multi-Column Layouts, <http://baymard.com/blog/avoid-multi-column-forms>
- Derek, N.. (2013) Designing A Better Mobile Checkout Process, Smashing Magazine, <http://uxdesign.smashingmagazine.com/2013/03/14/designing-a-better-mobile-checkout-process/>
- Horton, S., 2008, Web Style Guide 3rd Edition, ?<http://www.webstyleguide.com/index.html>
- Wreblovski, L., 2008, Best Practices for Form Design, ?www.lukew.com
- Wreblovski, L., 2012, Design Solutions for New Log In Problems, <https://bagcheck.com/blog/02-design-solutions-for-new-log-in-problems>
- Anthony T., 2012, UX MEETS SECURITY, Better Password Masking For Sign-Up Forms, Smashing Magazine, http://uxdesign.smashingmagazine.com/2012/10/26/password-masking-hurt-signup-form/?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter
- Wreblovski, L., 2012, Mobile Design Details: Hide/Show Passwords, <http://www.lukew.com/ff/entry.asp?1653>
- Budiu, R , 2014, Login Walls Stop Users in Their Tracks, <http://www.nngroup.com/articles/login-walls/>
- Linda Bustos, 2013, 5 Ways to Handle Long Drop-Downs In Mobile Forms, <http://www.getelastic.com/5-ways-to-handle-long-drop-downs-in-mobile-forms/>
- T, A. (2012) Better Password Masking For Sign-Up Forms, Smashing Magazine, http://uxdesign.smashingmagazine.com/2012/10/26/password-masking-hurt-signup-form/?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter
- R. B., J. and Schall, A. (2014) Eye Tracking in User Experience Design: Forms and Surveys, UX Matters, ? <http://www.uxmatters.com/mt/archives/2014/09/eye-tracking-in-user-experience-design.php> ? Rhea, B. (2014) Structured Search in an Omnibox: Turning Sentences in to Input Fields, <https://medium.com/@brhea/structured-search-in-an-omnibox-5a4c4958ff32>
- Sherwin, K. (2014) Progress Indicators Make a Slow System Less Insufferable, <http://www.nngroup.com/articles/progress-indicators/>

8 User Research

8.1 Methodology

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

Erlbaum Assoc, 1129-1149.

• Preece, J., Y. Rogers ve H. Sharp. (2002). Chapter 10: Introducing Evaluation, ?Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. New York: John Wiley & Sons, Inc., 317-336.

• Preece, J., Y. Rogers ve H. Sharp. (2002). Chapter 11: Evaluation Framework, ?Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. New York: John Wiley & Sons, Inc., 339-356

• Rohrer, C. (2008) When to Use Which User Experience Research Methods, <http://www.nngroup.com/articles/which-ux-research-methods/>

• Rohrer, C. (2009) User Experience Research Methods in 3D: What to Use When and How to Know You're Right, ?BayCHI, SF chapter of ACM SIGCHI, Palo Alto, CA, USA.

• Sauro, J. (2013) What UX Methods To Use And When To Use Them, ?Measuring Usability, <http://www.measuringusability.com/blog/method-when.php>

• Sauro, J. (2013) Comparison Of Usability Testing Methods, ?Measuring Usability, <http://www.measuringusability.com/blog/method-comparison.php>

• Brandi, S. (2014) Bias in the UX Lab, ?UX Reflections, http://akendi.com/blog/bias-in-the-ux-lab/?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter

• Schade, A. (2015) Pilot Testing: Getting It Right (Before) the First Time, http://www.nngroup.com/articles/pilot-testing/?utm_term=0_7f29a2b335-276b9d555a-24394425&utm_content=buffera4c69&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer

• Schall, A. (2015) The Future of UX Research: Uncovering the True Emotions of our Users, User Experience: The Magazine of the UXPA, ?<http://uxpamagazine.org/the-future-of-ux-research/>

? Bojko?, A. and? Adamczyk?, K. A. (2014) More than Just Eye Candy: Top Ten Misconceptions about Eye Tracking, http://uxpamagazine.org/more-than-just-eye-candy-top-ten-misconceptions-about-eye-tracking/?utm_content=buffer09246&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer

• Schade, A. (2015) Pilot Testing: Getting It Right (Before) the First Time, http://www.nngroup.com/articles/pilot-testing/?utm_term=0_7f29a2b335-276b9d555a-24394425&utm_content=buffera4c69&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer

8.2 Qualitative User Research

• Preece, J., Y. Rogers ve H. Sharp. (2002). Chapter 12: Observing Users, ?Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. New York: John Wiley & Sons, Inc., 359-387.

• Nielsen, J., (1995), 10 Usability Heuristics for User Interface Design, <http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

• Nielsen, J., (1995), Characteristics of Usability Problems Found by Heuristic Evaluation, <http://www.nngroup.com/articles/usability-problems-found-by-heuristic-evaluation/>

• Nielsen, J., (1995), How to Conduct a Heuristic Evaluation, <http://www.nngroup.com/articles/how-to-conduct-a-heuristic-evaluation/>

• Sherry, R. (2012) A Field Guide To Mobile App Testing,? ?Smashing Magazine, <http://mobile.smashingmagazine.com/2012/10/22/a-guide-to-mobile-app-testing/>

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

8.3 Quantifying User Experience (Quantitative User Research)

• Pernice, K. and Nielsen, J. (2009) ?Eyetracking Methodology: How to Conduct and Evaluate Usability Studies Using Eyetracking, NN / g, Nielsen and Norman Group.

• Sauro, J. (2012) Five Critical Quantitative UX Concepts, ?Measuring Usability, <http://www.measuringusability.com/blog/five-hard-quant.php>

• Sauro, J. (2012) Nine Misconceptions About Statistics And Usability, ?Measuring Usability, <http://www.measuringusability.com/blog/stats-usability-errors.php>

• Sauro, J. (2010) What Metrics Are Collected In Usability Tests?,? ?Measuring Usability, <http://www.measuringusability.com/blog/usability-metrics.php>

• Sauro, J. (2012) 10 Benchmarks For User Experience Metrics, ?Measuring Usability,

<http://www.measuringusability.com/blog/ux-benchmarks.php>

• Sauro, J. (2013) 10 Metrics For Testing Website Navigation, ?Measuring Usability,

http://www.measuringusability.com/blog/10-navigation-metrics.php?utm_source=feedly&utm_medium=

m=feed&utm_campaign=Feed:+MeasuringUsability+(Measuring+Usability:+Quantitative+Usability+and+Statistics)&utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter

- Sauro, J. (2012) 10 Things To Know About A/B Testing, ?Measuring Usability, <http://www.measuringusability.com/blog/ab-testing.php>
- Sauro, J. (2013) Rating The Severity Of Usability Problems, ?Measuring Usability, <http://www.measuringusability.com/blog/rating-severity.php>
- Sauro, J. (2013) 10 Ways to Get a Horrible Survey Response Rate, ?Measuring Usability, <http://www.measuringu.com/blog/horrible-responserate.php>
- Baer, D. and Lubin, G. (2014), ?58 Cognitive Biases That Screw Up Everything We Do, Business Insider?, ? <http://www.businessinsider.com/cognitive-biases-2014-6?op=1>
- Bethlehem, J. (2009), Chapter3: Questionnaire Design, in ?Applied Survey Methods: A Statistical Perspective, Wiley Series in Survey Methodology.

8.4 Usability Testing Instruments

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

8.5 UX Research and Design Tools

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

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	Discussion
2	Discussion
3	Case Study
4	Case Study
5	Case Study
6	Case Study
7	Case Study
8	Case Study
9	Case Study
10	Case Study
11	Case Study
12	Case Study

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SY 612	Public Relations Writing	2	2	0	0	2	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Compulsory

Course Level	Masters Degree
Objective	-
Content	-
References	

Theory Topics

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

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SİY 622	Crisis Communication Management	2	2	0	0	2	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Compulsory
Course Level	Masters Degree
Objective	
Content	
References	

Theory Topics

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

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SİY 662	Seminar	2	0	0	0	0	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Compulsory
Course Level	Masters Degree
Objective	Bu derste stratejik iletişim yönetimi ile bağlantılı konularda çeşitli bilimsel dergilerde yayınlanmış makaleler, araştırmalar, projeler incelenecektir. Ayrıca konuk öğretim elemanlarının katılımlarıyla iletişim alanındaki güncel sorunlar tartışılacaktır. Öğrencilerin sektörün içinden profesyonellerden alacakları derslerle stratejik iletişim yönetimiyle ilişkili farklı alanlar hakkında bilgi sahibi olması amaçlanmaktadır.

Content	<p>1.Hafta: Sunum teknikleri</p> <p>2.Hafta: Tez yazımına giriş, veri toplama</p> <p>3.Hafta: Tez yazımı; problematik ve hipotez oluşturma</p> <p>4.Hafta: Tez yazımı; kaynak gösterme</p> <p>5.Hafta: Bilimsel yazı ve sunuş</p> <p>6.Hafta: Sektörden konuklar</p> <p>7.Hafta: Sektörden konuklar</p> <p>8.Hafta: Sektörden konuklar</p> <p>9.Hafta: Sektörden konuklar</p> <p>10.Hafta: Sektörden konuklar</p> <p>11.Hafta: Öğrenci sunumları</p> <p>12.Hafta: Öğrenci sunumları</p> <p>13.Hafta: Öğrenci sunumları</p> <p>14.Hafta: Öğrenci sunumları</p>
References	Halil Seyidoğlu. Bilimsel Araştırma ve Yazma Teknikleri. 8. Baskı, İstanbul: 2000

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	Tecniques of presentation
2	Introduction of thesis writing and research
3	Thesis writing; problematic and hypothesis
4	Thesis writing: scientific citation
5	Scientific writing and presentation
6	Visitors
7	Visitors
8	Visitors
9	Visitors
10	Visitors
11	Presentations
12	Presentations
13	Presentations
14	Presentations

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SİY692	Virtual Communities and Media	2	2	0	0	2	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Compulsory
Course Level	Masters Degree
Objective	
Content	
References	

Theory Topics

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

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SİY 603	Social Media in Strategic Communication	2	2	0	0	2	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Masters Degree
Objective	<p>Dijital dönüşüm, markaların dijital zamana ayak uydurmak için teknolojiyi tüm süreçlerinde kullanmaları olarak tanımlanabilir. Dijitalleşme sadece bireylerin, kurumların değil nesnelere, makinelerin de birbirleriyle bağlantılı olduğu yeni bir aşamaya doğru gelişmektedir. Dijital süreçlerin rekabeti artırması, fiyatları şeffaflaştırması, gücü müşterinin eline geçirmesi ve online itibarı önemli kılmayı; markaları dijital ile yaşanan hızlı dönüşüme ayak uydurmak zorunda bırakıyor.</p> <p>Markaların ve onları kullanan bireylerin yaşamlarında yeni olan kavram "bağlantılı olmak" şeklinde tanımlanmaktadır. Birçok cihazdan bireyin markalar ve içerikleriyle bağlantıda kalmasının bir getirisi de, veri toplayıp kullanma yeteneğidir. Sosyal medya araçları başta olmak üzere tüm dijital iletişim kanallarından markayı takip eden veya etkileşimde bulunan kullanıcılara ürün ve hizmetler ile ilgili bilgi aktarmaya devam ederken, diğer yandan dijital mecraların tamamında marka hakkında yapılan tüm konuşmaları dinlenmesi, gerektiğinde markanın konuşmalara katılması, ürün ve hizmetlerin bu konuşmalardan alınacak geri dönüşlerle geliştirilmesi gerekmektedir. Bu dersin amacı kreatif ve iletişim yeteneklerinin yanı sıra yukarıda sayılan dijital verileri anlamlandırma konusunda da öğrencilerin örneklerle değerlendirme yapabilmesidir.</p>

Content	<p>1. Hafta: Dijital ve sosyal medya kavramı, iletişim stratejilerinde dijital medya ile geleneksel medya kullanımı karşılaştırması</p> <p>2. Hafta: PR 2.0 kavramı ve dijital düşünce sistemi oluşturma</p> <p>3. Hafta: Dijital Dönüşüm ve 4'lü medya türleri</p> <p>4. Hafta: Geleneksel ve Dijital Medyada Tüketici Davranışları (customer, consumer, shopper)</p> <p>5. Hafta: Dijital ağlarda içerik yönetimi</p> <p>6. Hafta: Büyük Veri ve Stratejik İletişim Uygulamalarındaki Rolü (Örnek olay incelemeleri)</p> <p>7. Hafta: Vize sınavı</p> <p>8. Hafta: Sosyal Medyada Pazarlama İletişimi (içerik üretimi, etkileşim ve müşteri deneyimi, influencer marketing, web takip ve monitoring, marka dili)</p> <p>9. Hafta: Dijital Kampanya Stratejisi Oluşturma (iç görüyü doğru okuma, başarı kriterlerini belirleme, mesaj hedefi, mecra hedefi, hedef kitle belirleme, takvim)</p> <p>10. Hafta: Uzman konuk daveti</p> <p>11. Hafta: İçgörü elde etmeden yeni nesil yöntemler: yapay zeka, makine öğrenme ve derin öğrenme</p> <p>12. Hafta: Dijital itibar yönetimi ve kriz yönetimi</p> <p>13. Hafta: Viral halkla ilişkiler ve sosyal topluluklar etkileşimi</p> <p>14. Hafta: Ödev sunumu</p>
References	<p>Gartner Raporları</p> <p>BREAKENRIDGE, Deirdre (2008). PR 2.0: new media, new tools, new audiences, FT Press.</p> <p>DILENSCHNEIDER, Robert L. (2010). The AMA handbook of public relations [electronic resource], AMACOM, NewYork.</p> <p>SCOTT, David Meerman (2010). The new rules of marketing and PR, MediaCat Kitapları: digitalage, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., İstanbul.</p> <p>SOLIS, Brian (2009). Putting the public back in public relations : how social media is reinventing the aging business of PR, Upper Saddle River, N.J. : FT Press.</p> <p>Sürelî yayınlar:</p> <p>Journal of Public Relations Research</p> <p>Public Relations Quarterly</p> <p>Public Relations Review</p>

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	The definition of the social media and the comparison of the use of the traditional and social media in public relations
2	Social media and social channel
3	PR 2.0 and the formulation of the system of digital thought
4	Blogs and the blogging
5	The content management in social networks
6	Forums, wikis and email groups
7	Midterm exam

Week	Weekly Contents
8	Press release and feedbacks of RSS in the social media
9	The online press office, the pod-casting and the optimization of the search engines
10	Invitation of a specialist
11	Viral public relations and the interaction with social groups
12	New source of brands' power: individual based examples
13	The strategic public relations planning in social media
14	Presentation of the homeworks

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SİY 632	Health Communication	2	2	0	0	2	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Masters Degree
Objective	Bu ders iletişim stratejilerinin sağlığın geliştirilmesi yönünde, kamu çıkarı esas alınarak incelenmesini ve alan ile ilgili bilgi ve becerilerin kazandırılmasını amaçlamaktadır.
Content	<p>Sağlığın tıbbi ve sosyal modeli</p> <p>Sağlığın tıbbileştirilmesi</p> <p>Sağlık iletişiminde kişilerarası ve kitle iletişimi boyutları</p> <p>Sağlık iletişiminde kullanılan yöntemler</p> <p>Sağlık iletişimi kuramları ve modelleri</p> <p>Sağlık okuryazarlığı</p> <p>Bilim ve sağlık haberciliği</p>

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

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	-
2	-
3	-
4	-
5	-
6	-
7	-
8	-

Week	Weekly Contents
9	-
10	-
11	-
12	-
13	-
14	-

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SİY 623	Intercultural Communication	2	2	0	0	2	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

Language of Instruction	Turkish
Course Type	Elective
Course Level	Masters Degree
Objective	Bu dersin amacı, kültürlerarası ilişkilerde iletişimsel soruları anlamaktır.
Content	Kültürlerarası ilişkilerde iletişimsel sorular. İletişim engelleri: dil stereotipler, davranış.
References	<p>R. Amossy, A. Herschberg-Pierrot, Stéréotypes et clichés : langue, discours, société.</p> <ul style="list-style-type: none"> • J.L. Austin, Quand dire, c'est faire! Points Seuil, Paris 1991 • P. Bourdieu, Ce que parler veut dire. Fayard, Paris, 1982 • Byram, M., Neuner, G., Zarate, G., La compétence socioculturelle dans l'apprentissage des langues, Editions du Conseil de l'Europe, Strasbourg, 1997 • E. Goffman, La Mise en scène de la vie quotidienne (tome 1 : "La Présentation de soi" `tome 2: "Les relations en public"), 1973. ; • E. Goffman, Les rites d'interaction, 1974. Editions de Minuit • E. Goffman, Façons de parler, trad. Paris, Minuit, 1987 • R. Gori, Le corps et le signe dans l'acte de parole. Dunod, Paris, 1978. • J.J. Gumperz, Engager la conversation. Introduction à la sociolinguistique interactionnelle. Minuit • C. Hagège, L'homme de paroles. Contribution linguistique aux sciences humaines. Fayard, Paris, 1985. • C. Hagège, Le souffle de la langue. Voies et destins des parlars d'Europe. Paris, Odile Jacob. 1992. • E.T. Hall, La dimension cachée, Points Seuil, Paris. 1971. • E.T. Hall, Le langage silencieux Points Seuil, Paris. 1973. • E.T. Hall, Au delà de la culture. Le Seuil, Paris, 1979. • B. Lahire, L'Homme pluriel, Nathan, coll."Essais et recherches", 1998 • D. Sperber, et D. Wilson, La Pertinence. Éditions de Minuit, 1989. • P.Watzlawick, Janet Helmick-Beavin et Don D. Jackson, Une logique de la communication, Paris, Points Seuil, 1979. • Y. Winkin, (Textes choisis par): La nouvelle communication. Le Seuil, Paris. 1981. <p>Interculturalité</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abdallah-Preteille, M., Vers une pédagogie interculturelle, Anthropos, Paris, 1996 • J.L. Amselle, Logiques métisses. Anthropologie de l'identité en Afrique et ailleurs, La Découverte, 1990 • J.L. Amselle, Branchements. Anthropologie de l'universalité des cultures, Flammarion, 2001 • Arjun Appadurāi, Après le colonialisme : les conséquences culturelles de la globalisation. Payot. 2001 • Kwame Anthony Appiah, Pour un nouveau cosmopolitisme. O. Jacob, 2006 trad. française, 2008

- R. Bastide, Les Amériques Noires, l'Harmattan, 1996
- G. Bateson et J. Ruesch, Communication et société, Paris, Seuil, 1988
- Homi K. Bhabha, Les Lieux de la culture. Une théorie postcoloniale, Payot, 2007
- H. K. Bhabha : Nation and Narration, Psychology Press, publié en 1990 et dans Les lieux de la culture : une théorie postcoloniale, Paris, Payot, 2007, publié initialement en 1994.
- J.F. Bayart, L'illusion identitaire, Fayard, 2000
- H. Becker - Outsiders, Paris, A.M. Métailié, 1985
- Ruth Benedict, Échantillons de civilisation, Paris, Gallimard, 1950.
- M. Bourse et H. Yücel, Pour comprendre les Cultural Studies, L'Harmattan, 2016
- M. Bourse, "Des mots et des idées : Interculturel et /ou Multiculturel", Édition L'Harmattan, Paris, 2017
- C. Camilleri, M. Cohen-Emerique, Chocs des cultures : concepts et enjeux pratiques. L'Harmattan, 1989
- Néstor García Canclini, Cultures hybrides. Stratégies pour entrer et sortir de la modernité, PUL, Collection: Americana 2010
- M. De Carlo, L'interculturel, Clé international, Paris, 1998
- F. Constant, Le multiculturalisme, Flammarion, 2000
- D. Cuche, La notion de culture dans les sciences sociales. La Découverte, coll. Repères, 1996
- J. Demorgon, L'exploration interculturelle. Armand Colin, Paris, 1989.
- J. Demorgon, Complexité des cultures et de l'interculturel. Anthropos, Paris, 1996
- M. Duchet, Anthropologie et histoire au siècle des Lumières, Paris, Albin Michel, «Bibliothèque de l'évolution de l'humanité », 1971, rééd.1995
- R. Kastoryano (dir.), Quelle identité pour l'Europe? Le multiculturalisme à l'épreuve, Presses de Sciences Po, 1998
- J. Kristeva, Étrangers à nous-mêmes. Fayard, Paris, 1988
- W. Kymlycka, La citoyenneté multiculturelle : une théorie du droit des minorités, Montréal, Boréal, 2001,
- C. Labat / G. Vermès, Cultures ouvertes, sociétés interculturelles : du contact à l'interaction. L'Harmattan, Paris, 1994
- D. Lacorne, "La crise de l'identité américaine", Paris, Fayard, 1997.
- J.R. Ladmiral, E.M.: Lipiansky, La communication interculturelle. Armand Colin, Paris, 1991.
- Cl. Lévi-Strauss, Race et Histoire. Gonthier, Paris, 1968.
- R. Linton, Le fondement culturel de la personnalité,. Dunod, Paris, 1995
- B. Malinowski, Une théorie scientifique de la culture. Maspero, Paris, 1968
- M. Mead, Mœurs et sexualité en Océanie. Plon, Paris, 1963
- Rivera, René Gallissot, Mondher Kilani, ouvrage collectif, L'imbroglie ethnique en quatorze mots clés, Payot, Lausanne, 2001
- D. Schnapper, La France de l'intégration. Sociologie de la nation en 1990, Gallimard, 374p.1991
- D. Schnapper et C. Bachelier, Qu'est-ce que la citoyenneté? Gallimard/Folio, 2000.
- P.A. Taguieff, La force du préjugé. Essai sur le racisme et ses doubles. La Découverte, Paris, 1987.
- Taylor, Multiculturalisme, différence et démocratie. Aubier, Paris, 1994
- A.M. Thiesse, La création des identités nationales. Europe, 18ème-20ème siècles, Seuil, 1999
- F. Thual, Les Conflits identitaires, Éd. Ellipses/Iris, 1995
- E. Todd, Le destin des immigrés, Assimilation et ségrégation dans les démocraties occidentales
- T. Todorov, Nous et les Autres. Le Seuil, Paris, 1988.
- Touraine, Pourrons nous vivre ensemble? Egaux et différents. Fayard, 1997
- G. Vinsonneau, Culture et comportement. A. Colin, Paris, 1997
- M. Walzer, Pluralisme et Démocratie, Esprit, 1997
- P. Weil, La France et ses étrangers. L'aventure d'une politique de l'immigration de 1938 à nos jours, Folio, Gallimard, 1995
- M. Wieviorka, L'espace du racisme, Seuil, 1991
- M. Wieviorka (dir.) Une société fragmentée, le multiculturalisme en débat, La Découverte, 1997
- M. Wieviorka, Le racisme, une introduction, La Découverte -poche, "Essais", 1998

Theory Topics

Week	Weekly Contents
1	Basics notions on Globalization
2	Social, economic and cultural context of globalization

Week	Weekly Contents
3	Technical Communication as a player in globalization
4	Myth communication
5	Information society
6	Intercultural communication and new communication technologies
7	Different paradigms and theories
8	Midterm
9	Civilization, diversity, universalism, particularism and exotism
10	Cultural gobalization and identity conflicts
11	Cultural Imperialism
12	Conflict between civilizations: Example of CNN Int.
13	The End of Eurocentrism?
14	Communication as normative value and ethics principles of the encounter with the other

Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
SIY 695	Public Diplomacy	2	3	0	0	2	4

Prerequisites	
Admission Requirements	

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

Theory Topics

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