Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 511	Critique des médias	1	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	
Contenus	Medya ve iletişim çalışmalarının kısa tarihçesi Normatif medya kuramları Medya etki teorileri Türkiye'de medyanın ekonomi politiği Medya etiği Siyasal iletişim ve medya Ayrımcılığa ilişkin yasal düzenlemeler ve medyada ayrımcılık Ara sınav 15 Kasım 2017 Medya ve Nefret Söylemi Spor endüstrisi ve medya Reklam endüstrisi ve medya Sinema endüstrisi ve medya Alternatif Medya ve Türkiye'deki uygulamaları Yeni medya ve etik sorunlar
Ressources	

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Introduction des théories des média et de la communication
2	Théories normatives de la presse
3	Théories des effets médiatiques
4	Économie politique des média en Turquie
5	Ethique des médias
6	Communication politique et médias
7	Réglementation contre la discrimination et la discrimination dans les médias
8	Examen
9	Médias et discours de haine
10	Industries du sport et média
11	Industrie de la publicité et média
12	Industrie cinématographique et média
13	Média alternatifs et ses exemples en Turquie
14	Nouveaux et social média et problèmes éthiques

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 541	Analyses de campagnes publicitaires	1	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

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

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	la définition de la publicité, les institutions publicitaires, le processus du fonctionnement de la publicité.
2	les principes d'une campagne de publicité efficace.
3	différentes méthodes pour analyser les campagnes publicitaires
4	l'analyse des campagnes publicitaires du point de vue de la cible
5	l'analyse des campagnes publicitaires du point de vue de la stratégie créative
6	les effets de l'humour dans les campagnes publicitaires
7	les principaux thèmes dans les campagnes publicitaires contemporaines
8	les études de cas
9	les études de cas
10	les études de cas
11	les études de cas
12	les études de cas
13	les études de cas
14	les études de cas

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 551	Communication organisationnelle	1	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

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

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 581	Principes de marketing	1	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu ders, pazarlama bilimi hakkında analitik ve eleştirel düşünme kabiliyeti kazandırmayı amaçlamaktadır.
Contenus	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.
Ressources	Philip Kotler & Gary Armstrong, Principles of Marketing, Pearson. Mehmet Karafakıoğlu, Pazarlama İlkeleri, Beta. ismet Mucuk Pazarlama İlkeleri Türkmen Kitabevi

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 514	Culture visuelle	1	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

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

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 521	Communication symbolique	1	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Simgeler, bir iletişim aracıdırlar ve her simge kendi kültürünün yüklendiği anlamı içerirler. iletirler. Simgeler, kendi içinde hiçbir şey ifade etmemektedir. Dolayısıyla da, iletişim metinleri ve dünya bilgisi ile kurulan bağlam sonucu bir anlam kazanmaktadır.
Contenus	1.Hafta: Simge Nedir? 2.Hafta: Simgebilim Nedir? 3.Hafta: Simgesel İletişim Nedir? 4.Hafta: Simgeleri Örtük okumak. 5.Hafta: Simge Çeşitleri. 6.Hafta: Simgelerin İletişimselliği. 7.Hafta: Simgelerin Göstergebilimselliği. 8.Hafta: Bitkisel Simgeler. 9.Hafta: Doğasal Simgeler. 10.Hafta: Hayvansal Simgeler. 11.Nesnesel Simgeler. 12.Mistik Kahramansal Simgeler. 13.Renksel-Sayısal Simgeler. 14.İletişim Metinlerinde Simge Çözümlemeleri.
Ressources	BORATAV Pertev (1946) Halk Hikayeleri. Ankara. DEMİR A.Faik-ÇOMAK A.Nebahat (2015) Şaman ve Türk Dünyası. Bağlam Yayınları. İstanbul. GREİMAS A. (1983) Structural Semantics. Lincoln: Universiy of Nebraska Press. CAMPBELL J. (2003) İlkel Mitoloji (Çeviren: Kudret Emiroğlu) İmge Kitabevi. İstanbul. CAMPBELL J. (2003) Yaratıcı Mitoloji (Çeviren: Kudret Emiroğlu) İmge Kitabevi. İstanbul. ERHAT Azra (1993) Mitoloji Sözlüğü. Remzi Kitabevi. İstanbul. CAMPBELL J. (2003) Doğu Mitolojisi (Çeviren: Kudret Emiroğlu) İmge Kitabevi. İstanbul. CEZENAVE Michel (1989) Encyclopedie des Symboles. Le Livre de Poche. München. ÖGEL Bahaeddin (1989) Türk Mitolojisi. Türk Tarih Kurumu Basımevi. Ankara.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Qu'est ce que les symboles
2	Qu'est ce que le symbolisme
3	Qu'est ce que la communication symbolique
4	Quels sont les symboles a lire
5	Types de symboles et communication
6	Symboles a base de plantes
7	Symboles naturels
8	Symboles animaux
9	Symboles d'objet
10	Symboles héroiques mystiques
11	Symboles incolores
12	Symboles numeriques
13	Symboles de pierre
14	Symboles et semiotiques

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 531		1	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

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

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 614	Gestion de marque	2	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

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

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 626	Communication et persuasion	2	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

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

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 634	Management de la communication de crise	2	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

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

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 683	Expérience Utilisateur Dans Les Canaux Numériques	2	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Özellikle sayısal ortamlar üzerinden yürütülen pazarlama iletişimi yönetimi süreçlerinde öne çıkan bir unsur olan kullanıcı deneyimi ve kullanılabilirlik , ister bir web sitesi olsun, ister bir mobil site veya uygulama olsun herhangi bir dijital mecranın hedef kitle tarafından etkili, verimli ve memnuniyet sağlayacak şekilde kullanılabilmesi ve bu deneyimin bahsi geçen parametreler üzerinden ölçülebilmesidir. Son dönemde yapılan araştırmalar, web sitelerinde kullanılabilirliği arttırmaya ve kullanıcı deneyimini desteklemeye yönelik iyileştirmelerin, mevcut trafiği arttırmaya yönelik çabalara kıyasla ROI bağlamında çok yüksek oranda bir dönüşüm sağladığını ortaya koymuştur. Bu anlamda özellikle dijital medya profesyonellerinin kullanılabilirlik paradigması ve bu bağlamda etkileşimli medya tasarımı hakkında bilgi sahibi olmaları, söz konusu süreçlerin etkili olarak yönetilmesi ve değerli katkılar sunması açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda bu dersin amacı katılımcılara söz konusu kavramlar hakkında güçlü bir farkındalık sağlamak ve hem masaüstü hem de mobil ortamda sunulan etkileşimli arayüzlere yönelik uygulamalı olarak analiz bilgi ve becerisi kazandırmaktır.
Contenus	1. Hafta: Giriş Dersi 2. ve 3. Hafta: Anahtar Kavramlar ¦ İnsan-bilgisayar etkileşimi (Human-Computer Interaction (HCI)) ¦ Grafik kullanıcı arayüzü (Graphical User Interface (GUI)) ¦ Kullanılabilirlik o Kullanılabilirlik neden önemlidir? o E-ticaret dünyasına kullanılabilirlik perspektifiyle genel bir bakış o Kullanılabilirlik nasıl ölçülür? ¦ Kullanıcı deneyimi o Bir fenomen olarak kullanıcı deneyimi • Kullanıcı Çeşitliliği vs. Teknoloji Çeşitliliği • Yeni çok ekranlı-dünyada kullanıcı deneyimi • İyi kullanıcı deneyimi: Context/Convenience vs. Taste/Appeal o Kurumsal organizasyon içinde kullanıcı deneyimi • Organizasyonel zorluklar • Organazisyonel hedefler o Bir meslek olarak kullanıcı deneyimi • Yeni Roller ve Sorumluluklar ¦ Bir süreç olarak “Etkileşim Tasarımı” o Süreçlerin Evrimi: Waterfall vs. Agile vs. Lean UX o “Kullanıcı Deneyimi Merkezli yeni bir bakış”: Etkileşim Tasarımında Süreç ve Yinelemeli İş Akışı 4. ve 5. Hafta: Evrensel Kullanılabilirlik: İlgili Kavramlar, Rehber Kurallar, Standartlar

	¦ Herkes için Web ne kadar mümkün? o Kullanıcı Çeşitliliği o Teknolojik Çeşitlilik ¦ Evrensel Kullanılabilirlik Stratejileri o Destek Teknolojiler o Evrensel Tasarım o Farklı Kullanıcı Grupları için Evrensel Kullanılabilirlik Stratejileri 6. Hafta: Kültürelleştirme ve "Küresel Mecralar" ¦ Uluslarasılaştırma ¦ Yerelleştirme ¦ "Küresel Mecralar" Tasarlamak için Parametreler ¦ Örnek Vaka Çalışmaları 7. Hafta: Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ¦ Bilgi Mimarisi o Bilgiyi düzenlemek o Bilgi Mimarisinin Sunumu o Arama Motoru Optimizasyonu Egzersiz: Analiz Atölyesi 8. ve 9. Hafta: Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ¦ Masaüstü Arayüzlerde Sayfa Yapısı ve Tasarımı Egzersiz: Arayüz Analiz Atölyesi 10. ve 11. Hafta: Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ¦ Mobil Arayüzlerde Sayfa Yapısı ve Tasarımı Egzersiz: Arayüz Analiz Atölyesi 12. ve 13. Hafta: Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ¦ Arayüzde Tasarımında Tipografi ve Görsel Malzeme Kullanımı Egzersiz: Arayüz Analiz Atölyesi 14. Hafta: Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ¦ Form Tasarımı ? Egzersiz: Arayüz Analiz Atölyesi
Ressources	• Nielsen, J. (2012) Usability 101: Introduction to Usability. • User Experience White Paper: Bringing Clarity to the Concept of User Experience (2011) • Shneiderman, B. (2000) Pushing Human-Computer Interaction Research to Empower Every Citizen: Universal Usability, Communications of the ACM, Vol. 43, No: 5, 85-91. • Marcus, A. (2008) Global And Intercultural User-Interface Design. J. A. Jacko ve A. Sears (eds.) The Human-Computer Interaction Handbook: Fundamentals, Evolving Technologies and Emerging Applications (Human Factors And Ergonomics) 2nd Edition. New York: Lawrence Erlbaum Assoc, 355-380.

	• Resmini, A. and Rosati, L. (2011) A Brief History of Information Architecture, Journal of Information Architecture, Vol. 3, Issue 2, p. 33-45. • Holst, C., (2021), The Current State Of E-Commerce Search, • Kirmani, A. (2016) Mobile-First eCommerce: What Customers Expect and Value in Mobile Shopping Experiences. • Wreblovski, L. (2012) Best Practices for Form Design.

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Introduction. Concepts, Technologies, Applications.
2	« User-Centered Design » : Design d'interface et l'Utilisabilité
3	« User-Centered Design » : Design d'interface et l'Utilisabilité
4	Utilisabilité Universelle "Web pour Tous"
5	Utilisabilité Universelle "Web pour Tous"
6	"Culturalisation" et les Sites Web Globaux
7	Architecture d'Information
8	Structure et Design de Page dans des médias interactifs _ « Desktop »
9	Structure et Design de Page dans des médias interactifs _ « Desktop »
10	Structure et Design de Page dans des médias interactifs _ « Mobile »
11	Structure et Design de Page dans des médias interactifs _ « Mobile »
12	Typographie, Graphiques et le Multimédia dans des médias interactifs
13	Typographie, Graphiques et le Multimédia dans des médias interactifs
14	Design de Form

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
C0-E 644	Sociologie de consommation	2	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

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

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 642	Techniques de recherche et de présentation	2	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

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

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
CO-E 652	Communication de management	2	3	0	0	3	6

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu dersin amacı, 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.
Contenus	Bkz. Konu başlıkları
Ressources	Kitap: Judith Dwyer (2006) The Business Communication Handbook, Pearson: Australia, 7th ed. Courtland L. Bovée and John V. Thill (2005) Business Communication Today, Pearson: USA. Alison Theaker(2006) Halkla İlişkilerin El Kitabı, 2. baskı, Mediacat Yayınları:İstanbul. Makale: Iris I. Varner (2000) The Theoretical Foundation for Intercultural Business Communication: A conceptual Model, The Journal of Business Communication, 37:39-57.

Intitulés des Sujets Théoriques

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