

Contenus

| Nom du Cours |                                         | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|--------------|-----------------------------------------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| SİY 601      | Théories et modèles de la communication | 1                 | 2                | 0                    | 0                      | 2               | 5    |

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis                |  |
| Conditions d'Admission au Cours |  |

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

Intitulés des Sujets Théoriques

| Semaine | Intitulés des Sujets                               |
|---------|----------------------------------------------------|
| 1       | A propos de l'importance des études sur les médias |

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

Contenus

| Nom du Cours |                                             | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|--------------|---------------------------------------------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| SÎY 611      | Théories des relations publiques et éthique | 1                 | 2                | 0                    | 0                      | 2               | 5    |

|                  |  |
|------------------|--|
| Cours Pré-Requis |  |
|------------------|--|

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Conditions d'Admission au Cours |  |
|---------------------------------|--|

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Langue du Cours   | Turc                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Type de Cours     | Obligatoire                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Niveau du Cours   | Master                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Objectif du Cours | Bu derste stratejik iletifimin en fazla uygulandığı alan olan halkla ilifkiler disiplinine ait kuram, model ve kavramlarla ilgili temel bilgilerin yanı sıra alana ait etik sorunların tanımlanması amaçlanmaktadır. Halkla ilifkilerin yalnızca yönetimsel ve araçsal bir perspektifle değil, bir sosyal aktivite ve bir sosyal fenomen olarak da ele alındığı bu derste, analitik ve eleştirel bir bakış açısı kazandırılması hedeflenmektedir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Contenus          | Halkla ilifkiler kuramları ve modelleri<br>Stratejik iletifim ve bir sosyal fenomen olarak halkla ilifkiler<br>Kamu manipölasyonu ve propagandanın yeni biçimleri<br>Etik karar alma<br>Kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Ressources        | Ders notları.<br>?<br>CHOMSKY, Noam. Medya Denetimi: Immediast Bildirgesi. 2. Baskı, İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık, 1995.<br>?<br>CUTLIP S.M., CENTER A.H. ve BROOM G.M., Effective Public Relations, 8th. Edition, New Jersey: Prentice-Hall International, 2000.<br><br>ÇINARLI İnci, Stratejik İletifim Yönetimi, İstanbul: Beta Yayınları, 2009.<br><br>ERDOĞAN, İrfan, İletifimi Anlamak, Ankara: Erk Yayınları, 2002.<br>?<br>RDOĞAN, İrfan, Teori ve Pratikte Halkla İlifkiler, Ankara: Erk Yayınları, 2006.<br>?<br>EWEN, Stuart. PR! A Social History of Spin. New York: Basic Books, 1996.<br>?<br>GRUNIG, James E. ve HUNT, Todd. Managing Public Relations, New York: Holt, Reinehart ve Wilson Inc., 1984.<br>?<br>IHLEN Øyvind, VAN RULER Betteke ve FREDRIKSSON Magnus, Public Relations and Social Theory: Key Figures and Concepts, New York: Routledge, 2009.<br>?<br>JOWETT, Garth S. ve O'DONNELL Victoria, Propaganda and Persuasion, 4th. Ed., California: Sage Publications, 2006.<br>?<br>L'ETANG, Jacquie ve PIECZKA, Magda (der.), Halkla İlifkilerde Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Vadi Yayınları, 2002.<br>?<br>MOLONEY, Kevin. Rethinking Public Relations: The Spin and the Substance, New York: Routledge, 2000.<br>?<br>OKAY Ayla ve OKAY Aydemir. Halka İlifkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları, Genişletilmiş 3.Basım, İstanbul: Der Yayınları, 2007.<br>?<br>ÖZBEK Meral (Ed.), Kamusal Alan, İstanbul: Hil Yayın, 2005.<br>?<br>PELTEKOĞLU BALTA Filiz, Halkla İlifkiler Nedir?, 4. Baskı, Beta Yayınları: İstanbul, 2006.<br>?<br>PRATKANIS Anthony ve ARONSON Elliot, Propaganda Çağı: İknanın Gündelik Kullanımı ve Suistimali, Çev.Nagihan Haliloğlu, İstanbul: Paradigma Yayınları, 2008.<br>?<br>TOTH, Elisabeth L. and HEATH, Robert L.(ed.), Rhetorical and Critical Approaches to Public Relations, New Jersey: Lawrence and Erlbaum Associates, 2002. |

#### Intitulés des Sujets Théoriques

| Semaine | Intitulés des Sujets                                                                   |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1       | Définition du discipline de relations publiques / Gestion de communication stratégique |

| Semaine | Intitulés des Sujets                                                                                       |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|         | Les relations publiques                                                                                    |
| 3       | Les modèles de relations publiques                                                                         |
| 4       | Les théories de relations publiques et la méthode critique                                                 |
| 5       | Hegemony, manufacture du consentement                                                                      |
| 6       | La manipulation, mésinformation, désinformation, spin...(ex. La Guerre d'Iraq)                             |
| 7       | Examen partiel                                                                                             |
| 8       | Les relations publiques internationales et la globalisation                                                |
| 9       | News management                                                                                            |
| 10      | Les relations publiques et éthique (Aristote, Hobbes, Bentham, Mill, Kant...)                              |
| 11      | Les mécanismes de prise de décision d'éthique / Les modèles d'éthique des pratiques de relations publiques |
| 12      | Responsabilité sociale des entreprises (RSE), le développement durable, citoyenneté organisationnelle      |
| 13      | Théorie sociale et les relations publiques I (Weber, Bourdieu, Foucault, Giddens...)                       |
| 14      | Théorie sociale et les relations publiques II (Weber, Bourdieu, Foucault, Giddens...)                      |

## Contenus

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

|                  |  |
|------------------|--|
| Cours Pré-Requis |  |
|------------------|--|

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Conditions d'Admission au Cours |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Langue du Cours                 | Turc                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Type de Cours                   | Obligatoire                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Niveau du Cours                 | Master                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Objectif du Cours               | Bu derste, kurumsal iletişimin devamlılığı ve başarısı için önemi vurgulanarak, kurumsal iletişim kanalları, araçları ve yöntemleri aktarılacaktır. Kurumsal iletişimin itibar yönetiminde oynadığı rol ele alınacaktır.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Contenus                        | <p>1.Hafta:<br/>Kurum, kurumsal iletişim kavram ve amaçları</p> <p>2.Hafta:<br/>rgt Kuramları</p> <p>3.Hafta:<br/>Kurumlarda İletişim Biçim ve Araçları, Kanallar</p> <p>4.Hafta: Kurumsal Sosyal sorumluluk</p> <p>5.Hafta:<br/>Kurum Kimlięi ve İmajı</p> <p>6.Hafta:<br/>Kurum Kültürü</p> <p>7.Hafta:<br/>Vize</p> <p>8.Hafta:<br/>Kurumsal İtibar</p> <p>9.Hafta:<br/>Kurumsal İtibarın Deęerlendirilmesi</p> <p>10.Hafta:<br/>Kurumsal Krizler</p> <p>11.Hafta:<br/>Liderlik ve İletişim</p> <p>12.Hafta:<br/>Kurumlarda iletişim engel ve bozuklukları</p> <p>13.Hafta:<br/>rnek ve Uygulamalar</p> <p>14.Hafta: rnek ve Uygulamalar</p>                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Ressources                      | <p>Haluk Grgen. Örgütlerde İletişim Kalitesi. Der Yayınları, 1997.</p> <p>Zeyyad Sabuncuoęlu. Örgütlerde İletişim. Arıkan Yayınları, 2009.</p> <p>Ayla Okay. Kurum Kimlięi. 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 &amp; Professional Publishing, 1999.</p> <p>John M.T. Balmer and Stephan A.Greyser, Revealing the Corporation: Pespectives 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> |

James Horton, Integrating Corporate Communication, Quorum Books, 1995  
Pekka Aula, Strategic Reputation Management: Towards Company of Good. Routledge, 2008.

### Intitulés des Sujets Théoriques

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

### Contenus



| Semaine | Intitulés des Sujets                      |
|---------|-------------------------------------------|
| 4       | La notion d'image                         |
| 5       | Sémiotique                                |
| 6       | Sémiotique visuelle                       |
| 7       | Présentations                             |
| 8       | Présentations                             |
| 9       | L'analyse de l'image publicitaire         |
| 10      | L'analyse de l'image publicitaire         |
| 11      | L'analyse de l'image télévisuelle         |
| 12      | L'analyse de l'image de cinématographique |
| 13      | Présentations                             |
| 14      | Présentations                             |

**Contenus**

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

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Cours Pré-Requis          |  |
| Conditions d'Admission au |  |

|       |  |
|-------|--|
| Cours |  |
|-------|--|

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Langue du Cours   | Turc                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Type de Cours     | Électif                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Niveau du Cours   | Master                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Objectif du Cours | Bu ders kapsamında sosyal psikoloji laboratuvarlarında geliştirilen sosyal etki mekanizmalarının medya sorgulamasını da içeren geniş bir perspektif kapsamında tartışılması hedeflenmektedir. Siyasi iletişim süreçlerinin ortaya koyduğu etki mekanizmaları ve pratikleri dersin sorgulama alanına dâhil edilmektedir. Sosyal Davranış nedir? Neden uyum gösteririz? Neden itaat ederiz? Kamuoyunun oluşumunda medyanın etkisi nasıl tanımlanabilir? Siyasetin aktörleri sosyal etki mekanizmalarını nasıl kullanırlar?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Contenus          | <p>1. Hafta: Giriş: Sosyal Etki aracı olarak Medya</p> <p>2.Hafta: Sosyal Etki süreçleri: Sherif'in Grup Normunun Oluşması Deneyi</p> <p>3.Hafta: Sosyal Etki süreçleri: Asch'in Uyma Deneyi ve Milgram'ın İtaat Deneyi</p> <p>4.Hafta: Sosyal Etki ve Medya: Propaganda, Politika ve Toplum</p> <p>5.Hafta: Sosyal etki aracı olarak Yazılı Basın</p> <p>6.Hafta: Yazılı Basın ve Gündem Belirleme Modeli</p> <p>7.Hafta: Türk Televizyon dizilerinin sosyal izdüşümleri</p> <p>8.Hafta: Le cinéma turc</p> <p>9.Hafta : Vize Sınavı</p> <p>10.Hafta: Sosyal ağlar etrafında şekillenen yeni ikna stratejileri I</p> <p>11.Hafta: Sosyal ağlar etrafında şekillenen yeni ikna stratejileri I</p> <p>12.Hafta: Medya'nın yeni sosyal rolü</p> <p>13.Hafta: Projeler</p> <p>14.Hafta: Projeler</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Ressources        | <p>BEAUVOIS Jean-Léon, Relations humaines groupes et influence sociale, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble 1995</p> <p>BON Le Gustave, La psychologie des foules, PUF Quadrige, 5é ed. Paris, 1995</p> <p>DEUTCH Morton, Les théories en psychologie sociale, Mouton, Paris, 1972</p> <p>TIMOTY E Cook, The Functions of the Press in a Democracy. In Geneva Overholser and Kathleen Hall Jamieson (eds.), The Press New York: Oxford University Press, 2005, pp. 115-119.</p> <p>RUBIN Alan M., Media Uses and Effects: A Uses and Gratifications Perspective. In Jennings Bryant and Dolf Zillmann (eds.), Media Effects: Advances in Theory and Research (Hillsdale: Lawrence Erlbaum Publishers 1994, pp. 417-436.</p> <p>FISCHER Gustave-Nicholas, Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale, Presses de l'Université de Montréal, BORDAS, Paris, 1987</p> <p>GERGEN Kenneth et JUTRAS Sylvie, Psychologie Sociale, VIGOT, 2e éd. Paris, 1992</p> <p>KAĞITÇIBAŞI Çiğdem, İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye Giriş, Sosyal Bilimler Derneği Yayınları (G-8), Sevinç Matbaası, Ankara, 1976</p> <p>BELLENGER Lionel, La persuasion, PUF, Collection que sais-je?, Paris, 1992.</p> |

SHEARON A. et a.l. , The Invasion from Mars: Radio Panics America. In Milestones in Mass Communication Research: Media Effects 1995 pp. 45-65.

CIALDINI Robert B., İknanın Psikolojisi, traduit par Fevzi Yalim, MediaCat Kitapları, Ankara, 2001.

CIALDINI Robert B., Influence: Science and Practice, Allyn & Bacon, 2003.

CIALDINI Robert B., "Harnessing the Science of Persuasion", Harvard Business Review; Vol. 79 Issue 9, 2001, pp72-79.

HOGAN Kevin, The Psychology of persuasion: how to persuade others to your way of thinking, Pelican Publisging Company,

### Intitulés des Sujets Théoriques

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

Contenus

| Nom du Cours |                            | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|--------------|----------------------------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| SİY 651      | Communication de marketing | 1                 | 2                | 0                    | 0                      | 2               | 4    |

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis                |  |
| Conditions d'Admission au Cours |  |

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Langue du Cours   | Turc                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Type de Cours     | Obligatoire                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Niveau du Cours   | Master                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Objectif du Cours | <p>Pazarlama iletişimi ve bütünleşik pazarlama iletişimi kavramları tanımlanacak ve pazarlama iletişimi karma elemanlarının entegre edilmesinin kurumlar için önemi üzerinde durulacak; bütünleşik pazarlama iletişimi sürecinin iletişim temelli anahtar kavramları açıklanacak; kitle iletişim araçları ve e-medyanın bütünleşik pazarlama iletişimindeki yeri ve önemi belirtilecek; uluslar arası bağlamda pazarlama iletişiminin uygulama pratikleri standardizasyon ve adaptasyon kavramları temel alınarak açıklanacak; bütünleşik pazarlama iletişimi yönetimi için temel uygulama konuları olan planlama; bütçeleme, hedef-strateji ve taktik belirleme detaylışekilde tanımlanacak ve açıklanacak; bütünleşik pazarlama iletişimi karması elemanlarından Reklam, H. İlişkiler, Satış Promosyon, Kişisel Satış tanımlanacak ve her bir karma elemanın pazarlama iletişimindeki yeri ve önemi örneklerle açıklanacak.</p>                                                                                                                    |
| Contenus          | <p>1. Hafta: Pazarlama iletişimi temel kavramları.</p> <p>2. Hafta: Bütünleşik pazarlama iletişiminin temel unsurları ve kurumlar için gerekliliği.</p> <p>3. Hafta: Pazarlama İletişimi sürecine etki eden temel iletişim kavramları.</p> <p>4. Hafta: Kitle iletişim araçları ve e-medyanın pazarlama iletişimindeki yeri ve önemi.</p> <p>5. Hafta: Uluslararası bağlamda pazarlama iletişimi.</p> <p>6. Hafta: Bütünleşik pazarlama iletişimi yönetimi planlaması.</p> <p>7. Hafta: Ara Sınav (vize).</p> <p>8. Hafta: Bütünleşik pazarlama iletişimi yönetimi bütçeleme.</p> <p>9. Hafta: Hedef/strateji ve taktik oluşturma I.</p> <p>10. Hafta: Hedef/strateji ve taktik oluşturma II.</p> <p>11. Hafta: Reklamın bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi.</p> <p>12. Hafta: H.İlişkilerin bütünleşik pazarlama iletişimi</p> <p>13. Hafta: Kişisel satışın bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi.</p> <p>14. Hafta: Satış promosyonunun bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi.</p> |
| Ressources        | <p>Pickton, D., Broderick, A. (2005). Integrated Marketing Communications, London: Prentice Hall.</p> <p>Kotler, P., Armstrong, G. (2012). Principles of Marketing, New Jersey: Prentice Hall.</p> <p>Dahlen,M., (2010). Marketing Communications: Wiley</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

**Intitulés des Sujets Théoriques**

| Semaine | Intitulés des Sujets                                                                                               |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1       | 1 er cours: Concepts de base de la communication de marketing.                                                     |
| 2       | 2 ème cours: Éléments essentiels de la communication de marketing intégré et sa nécessité pour des établissements. |
| 3       | 3 ème cours: Concepts de base en communication qui influencent le processus de communication de marketing.         |
| 4       | 4 ème cours: La place et l'importance des médias de masse et emédias dans la communication de marketing.           |
| 5       | 5 ème cours: La communication de marketing dans un contexte international.                                         |
| 6       | 6 ème cours: La planification de la gestion de la communication de marketing intégré.                              |
| 7       | 7 ème cours: Examen partiel.                                                                                       |
| 8       | 8 ème cours: Faire un budget dans la gestion de la communication de marketing intégré.                             |
| 9       | 9 ème cours: Définir un cible-stratégie et tactique I.                                                             |
| 10      | 10ème cours: Définir un cible-stratégie et tactique II.                                                            |
| 11      | 11ème cours: La place et l'importance de la publicité dans la communication de marketing.                          |
| 12      | 12ème cours: La place et l'importance des relations publiques dans la communication de marketing.                  |
| 13      | 13ème cours: La place et l'importance de la vente personnelle dans la communication de marketing.                  |
| 14      | 14ème cours: La place et l'importance de la vente et promotion dans la communication de marketing.                 |

**Contenus**

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

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis                |  |
| Conditions d'Admission au Cours |  |

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

Intitulés des Sujets Théoriques

| Semaine | Intitulés des Sujets                       |
|---------|--------------------------------------------|
| 1       | Les techniques de présentation.            |
| 2       | Introduction de la préparation d’une thèse |
|         |                                            |

|         |                                                                             |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 3       | Titres des Sujets                                                           |
| Semaine | La préparation d'une thèse: Développer une problématique et les hypothèses. |
| 4       | La préparation d'une thèse: la bibliographie                                |
| 5       | Rédaction et présentation scientifique.                                     |
| 6       | Des enseignants invités.                                                    |
| 7       | Des enseignants invités.                                                    |
| 8       | Des enseignants invités.                                                    |
| 9       | Des enseignants invités.                                                    |
| 10      | Des enseignants invités.                                                    |
| 11      | Les présentations des étudiants.                                            |
| 12      | Les présentations des étudiants.                                            |
| 13      | Les présentations des étudiants.                                            |
| 14      | Les présentations des étudiants.                                            |

Contenus

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

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Cours Pré-Requis          |  |
| Conditions d'Admission au |  |

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

#### Intitulés des Sujets Théoriques

| Semaine | Intitulés des Sujets                                                                    |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1       | 1 er cours: Les concepts comme la marque, branding et capital de marque.                |
| 2       | 2 ème cours: Concepts clés qui construisent le capital de marque.                       |
| 3       | 3 ème cours: La fidélité à la marque et la connaissance d'une marque                    |
| 4       | 4 ème cours : Qualité et l'influence de la qualité perçue sur la marque.                |
| 5       | 5 ème cours : Les connotations des marques (qu'est-ci qui nous rappellent les marques). |
| 6       | 6 ème cours : Le nom, le symbole et le slogan dans le contexte des connotations.        |
| 7       | 7 ème cours : Examen Partiel.                                                           |
| 8       | 8 ème cours : Analyse stratégique de la marque: Client, compétition, analyse interne.   |

| Semaine | Intitulés des Sujets                                                                        |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9       | 9ème cours : Les « cas » pour une analyse stratégique de la marque.                         |
| 10      | 10ème cours: Les concepts clés et les définitions qui construisent l'identité d'une marque. |
| 11      | 11ème cours : La marque en tant que produit et institution                                  |
| 12      | 12ème cours : La marque en tant que personne et symbole.                                    |
| 13      | 13ème cours : Décisions d'extension de marque.                                              |
| 14      | 14ème cours : Stratégies d'extension d'une marque.                                          |

Contenus

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

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis                |  |
| Conditions d'Admission au Cours |  |

|                   |                                                                                                                                                                                    |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Langue du Cours   | Turc                                                                                                                                                                               |
| Type de Cours     | Électif                                                                                                                                                                            |
| Niveau du Cours   | Master                                                                                                                                                                             |
| Objectif du Cours | Bu ders iletişim stratejilerinin sağlığın geliştirilmesi yönünde, kamu çıkarı esas alınarak incelenmesini ve alan ile ilgili bilgi ve becerilerin kazandırılmasını amaçlamaktadır. |
|                   |                                                                                                                                                                                    |

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Contenus   | <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>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Ressources | <p>Ders notları.</p> <p>Ivan ILLICH, Sağlığın Gaspsı, 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&amp; Illness, 7th ed., New York: Worth Publishers, 2005.</p> <p>Ayrıca bkz. T.C. Sağlık Mevzuatı: <a href="http://www.istabip.org.tr">http://www.istabip.org.tr</a><br/> <a href="http://www.sanayi.gov.tr">http://www.sanayi.gov.tr</a> : (Reklam Kurulu kararları)</p> |

#### Intitulés des Sujets Théoriques

| Semaine | Intitulés des Sujets                                                                                                                              |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1       | Définition du concept de la santé / Les dimensions de la santé / Approche sociologique aux concepts de la 'maladie' et 'la malaise'               |
| 2       | Définitions négative et positive de la santé / Les modèles médicaux et sociaux de la santé / La médicalisation et 'commercialisation' de la santé |
| 3       | Promotion de la santé / Interaction interdisciplinaire et la communication sanitaire                                                              |
| 4       | Le marketing social, le plaidoyer et les relations publiques                                                                                      |
| 5       | Communication sanitaire global / Information de santé publique                                                                                    |
|         |                                                                                                                                                   |

|    |                                                                                                                   |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6  | Représentation sociale de la santé sur les média / Les questions d'éthique en sciences et en journalisme de santé |
| 7  | Examen partiel                                                                                                    |
| 8  | Les théories comportementales / Les théories de la communication sanitaire                                        |
| 9  | La dimension interpersonnelle de la communication sanitaire                                                       |
| 10 | La littéracie en santé                                                                                            |
| 11 | Réglementation sur la santé, exemples des violations - éthiques                                                   |
| 12 | Les analyses des campagnes de communication sanitaire                                                             |
| 13 | La conception des campagnes de communication sanitaires                                                           |
| 14 | La conception des campagnes de communication sanitaires                                                           |

**Contenus**

| Nom du Cours |                                      | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|--------------|--------------------------------------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| SÎY 622      | Gestion de la communication de crise | 2                 | 2                | 0                    | 0                      | 2               | 5    |

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis                |  |
| Conditions d'Admission au Cours |  |

|                 |             |
|-----------------|-------------|
| Langue du Cours | Turc        |
| Type de Cours   | Obligatoire |

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Niveau du Cours   | Master                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Objectif du Cours | Bu derste elde edilecek bilgiler, kriz ve yönetimi alanlarında stratejik iletişimin kullanılmasına temel oluşturacaktır. Öngörme, yönetme, kontrol etme ve değerlendirme ile ilgili bilgi ve yetilerin arttırılmasını hedefleyen ders, eleştirel ve analitik bakış açısını da geliştirmeyi amaçlamaktadır.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Contenus          | Kriz ve risk iletişimi yönetimi<br>Kriz iletişimi stratejileri<br>Kriz yönetiminde ölçümlleme ve değerlendirme<br>Vak'a analizleri<br>'Risk Toplumu'                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Ressources        | <p>Ders notları.</p> <p>Ulrich BECK, Risk Society: Towards a New Modernity, translated by Mark Ritter, London: Sage Publications, 1992.</p> <p>Ulrich BECK, World Risk Society, Cambridge: Polity Press, 1998.</p> <p>Ulrich BECK, "The Silence of Words and Political Dynamics in the World Risk Society", Kasım 2001'de yapılan konuşma, Elena Mancini tarafından Almanca'dan tercüme, Logos 1.4, Fall 2002, <a href="http://logosonline.home.igc.org/beck.pdf">http://logosonline.home.igc.org/beck.pdf</a>, (01.11.2008).</p> <p>Ulrich BECK, "Living in the World Risk Society", Hubhouse Memorial Public Lecture at LSE, 15 February 2006.</p> <p>Simon CATTLE, "Ulrich Beck, 'Risk Society' and the Media", European Journal of Communication, 13 (1): 5-32.</p> <p>George TERZIS and Myria VASSILADOU, "The Role of the Media During Crisis", <a href="http://www.communicatecooperate.eu/index.php/ezwebin_site/content/download/109/502/file/The_Role_of_the_Media_during_Crises.pdf">www.communicatecooperate.eu/index.php/ezwebin_site/content/download/109/502/file/The_Role_of_the_Media_during_Crises.pdf</a></p> <p>Claudia ARADOU ve Rens Van MUNSTER, "Governing Terrorism Through Risk: Taking Precautions. (un)Knowing the Future", European Journal of International Relations, 13, (89), 2007, pp.90-115.</p> <p>İnci ÇINARLI, "Risk İletişimi Açısından SARS (Şiddetli Akut Solunum Sendromu) Salgını", GSÜ İleti-ş-im Dergisi, no.2, Haziran 3005.</p> <p>İnci ÇINARLI (ed.), Belirsizlik Toplumu'nun Krizi, İstanbul: Beta Yayınları, 2009.</p> <p>Effie AMANATIDOU ve Foteini PSARRA, "Risk Communication: A Literature Review", Final Report prepared under the Study 'Evaluation of the Use of Scientific Advice in Risk Communications and the Development of a Community Action Plan, Atlantis Consulting S.A., August 2004.</p> <p>Frank FUREDI, Korku Kültürü: Risk Almanın Riskleri, Çev. Barış Yıldırım, 2001.</p> <p>Anthony GIDDENS, "Risk", BBC/Reith Lectures, Hong Kong, 1999.</p> <p>Slavoj ZIZEK, "Risk Society and Its Discontents", Historical Materialism, vol.2, n.3, 1998, pp.143-164.</p> <p>John P. McHALE, Joseph P. ZOMPETTI ve Mary Anne MOFFITT, "A Hegemonic Model of Crisis Communication: Truthfulness and Repercussions in Kasky v. Nike", Journal of Business Communication, vol. 44, n.4, October 2007, pp.374-402.</p> <p>James E. LUKASZEWSKI. "Seven Dimensions of Crisis Communication Management: A Strategic Analysis and Planning Model", Ragan's Communication Journal, January/February, 1999.</p> <p>Doug NEWSOM, Judy VANSLYKE TURK and Dean KRUCKEBERG. This is PR: The Realities of Public Relations, USA: Thomson/Wadsworth, 2003.</p> <p>Katie PAINE DELAHAYE. "How to Measure Your Results in Crisis", (2003), <a href="http://www.instituteforpr.com/pdf/HowtoMeasureYourResultsinaCrisis">http://www.instituteforpr.com/pdf/HowtoMeasureYourResultsinaCrisis</a>, KatieDelahayePaine2002.pdfIPR, 11.06.2006.</p> <p>Mine ŞİMŞEK NARBAY. Kriz İletişimi. İstanbul: Nobel Yayınları, 2006.</p> <p>David BERG and ROBB Stephen, "Crisis Communication and the 'Paradigm Case', Rhetorical and Critical Approaches to Public Relations, Elisabeth TOTH and Robert HEATH (ed.), New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1992.</p> |

## Intitulés des Sujets Théoriques

| Semaine | Intitulés des Sujets                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1       | Définition de "crise" et la conceptualisation du processus de communication de crise et de gestion / Typologie de la crise et les étapes de la crise / Les niveaux de la communication de crise / Communication proactive et réactive de la crise.                                                                                                                                                                                                                           |
| 2       | La crise et la crédibilité: la définition des menaces contre la réputation de l'entreprise (réactions des activistes, rappel de produit, contentieux etc.) et perspectives globales de la crise (Enron, la crise financière et économique 2008 etc.)                                                                                                                                                                                                                         |
| 3       | Faire face à la crise: plan de gestion de crise / Stratégies de réaction, l'équipe de crise, les check-lists, etc. Analyse des crises de Bhopal, Tylenol, 9 / 11, l'attaque terroriste de Mumbai 2008, ESB/vMCJ, 1999 tremblement de terre de Marmara, l'ouragan Katrina 2005, "jouets Mattel" 2007, Merck Vioxx, accident d'avion Tekirdağ de Turkish Airlines, Toyota, BP déversement de pétrole du Golfe de Mexique etc / Les stratégies de communication et les erreurs. |
| 4       | Relations avec le média et la communication de crise: "Les impératifs et obstacles" / Terminaison de la crise.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 5       | La gestion de crise de la marque et ses effets sur la valeur de la marque / Une nation en tant qu'une marque: Le cas de la Chine                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 6       | Mesurer les résultats et les effets de la crise (évaluation) / Le rôle de média lors d'une crise internationale et la couverture médiatique des informations de crise.                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 7       | Examen partiel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 8       | Communication du risque                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 9       | La gestion des problèmes, gestion de crise: des objectifs similaires, tactiques et stratégies différentes                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 10      | "Culture de la peur"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 11      | Modernité et la "Société du Risque"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 12      | La "Société du Risque" et la globalisation, neo-libéralisme-modernité reflexive                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 13      | Présentations des étudiants                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 14      | Présentations des étudiants                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

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

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis                |  |
| Conditions d'Admission au Cours |  |

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Langue du Cours   | Turc                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Type de Cours     | Électif                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Niveau du Cours   | Master                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Objectif du Cours | Bu dersin amacı, kültürlerarası ilişkilerde iletişimsel soruları anlamaktır.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Contenus          | Kültürlerarası ilişkilerde iletişimsel sorular.<br>İletişim engelleri: dil stereotipler, davranış.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Ressources        | <p>R. Amossy, A. Herschberg-Pierrot, Stéréotypes et clichés : langue, discours, société.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• J.L. Austin, Quand dire, c'est faire! Points Seuil, Paris 1991</li> <li>• P. Bourdieu, Ce que parler veut dire. Fayard, Paris, 1982</li> <li>• Byram, M., Neuner, G., Zarate, G., La compétence socioculturelle dans l'apprentissage des langues, Editions du Conseil de l'Europe, Strasbourg, 1997</li> <li>• E. Goffman, La Mise en scène de la vie quotidienne (tome 1 : "La Présentation de soi" `tome 2: "Les relations en public"), 1973. ;</li> <li>• E. Goffman, Les rites d'interaction, 1974. Editions de Minuit</li> <li>• E. Goffman, Façons de parler, trad. Paris, Minuit, 1987</li> <li>• R. Gori, Le corps et le signe dans l'acte de parole. Dunod, Paris, 1978.</li> <li>• J.J. Gumperz, Engager la conversation. Introduction à la sociolinguistique interactionnelle. Minuit</li> <li>• C. Hagège, L'homme de paroles. Contribution linguistique aux sciences humaines. Fayard, Paris, 1985.</li> <li>• C. Hagège, Le souffle de la langue. Voies et destins des parlers d'Europe. Paris, Odile Jacob. 1992.</li> <li>• E.T. Hall, La dimension cachée, Points Seuil, Paris. 1971.</li> <li>• E.T. Hall, Le langage silencieux Points Seuil, Paris. 1973.</li> <li>• E.T. Hall, Au delà de la culture. Le Seuil, Paris, 1979.</li> <li>• B. Lahire, L'Homme pluriel, Nathan, coll."Essais et recherches", 1998</li> <li>• D. Sperber, et D. Wilson, La Pertinence. Éditions de Minuit, 1989.</li> <li>• P.Watzlawick, Janet Helmick-Beavin et Don D. Jackson, Une logique de la communication, Paris, Points Seuil, 1979.</li> <li>• Y. Winkin, (Textes choisis par): La nouvelle communication. Le Seuil, Paris. 1981.</li> </ul> <p>Interculturalité</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abdallah-Pretceille, M., Vers une pédagogie interculturelle, Anthropos, Paris, 1996</li> <li>• J.L. Amselle, Logiques métisses. Anthropologie de l'identité en Afrique et ailleurs, La Découverte, 1990</li> <li>• J.L. Amselle, Branchements. Anthropologie de l'universalité des cultures, Flammarion, 2001</li> <li>• Arjun Appadurai, Après le colonialisme : les conséquences culturelles de la globalisation. Payot. 2001</li> <li>• Kwame Anthony Appiah, Pour un nouveau cosmopolitisme. O. Jacob, 2006 trad. française, 2008</li> <li>• R. Bastide, Les Amériques Noires, l'Harmattan, 1996</li> <li>• G. Bateson et J. Ruesch, Communication et société, Paris, Seuil, 1988</li> <li>• Homi K. Bhabha, Les Lieux de la culture. Une théorie postcoloniale, Payot, 2007</li> <li>• 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.</li> <li>• J.F. Bayart, L'illusion identitaire, Fayard, 2000</li> <li>• H. Becker - Outsiders, Paris, A.M. Métailié, 1985</li> <li>• Ruth Benedict, Échantillons de civilisation, Paris, Gallimard, 1950.</li> <li>• M. Bourse et H. Yücel, Pour comprendre les Cultural Studies, L'Harmattan, 2016</li> <li>• M. Bourse, "Des mots et des idées : Interculturel et /ou Multiculturel", Édition L'Harmattan, Paris. 2017</li> <li>• C. Camilleri, M. Cohen-Emerique, Chocs des cultures : concepts et enjeux pratiques. L'Harmattan, 1989</li> <li>• Néstor García Canclini, Cultures hybrides. Stratégies pour entrer et sortir de la modernité, PUL, Collection: Americana 2010</li> <li>• M. De Carlo, L'interculturel, Clé international, Paris, 1998</li> <li>• F. Constant, Le multiculturalisme, Flammarion, 2000</li> </ul> |

- 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, Pourrions nous vivre ensemble? Egaux et différents. Fayard, 1997
- G. Vinsonneau, Culture et comportement. A. Colin, Paris, 1997
- M. Walzer, Pluralisme et Démocratie, Esprit, 1997
- P. Weil, La France et ses étrangers. L'aventure d'une politique de l'immigration de 1938 à nos jours, Folio, Gallimard, 1995
- M. Wieviorka, L'espace du racisme, Seuil, 1991
- M. Wieviorka (dir.) Une société fragmentée, le multiculturalisme en débat, La Découverte, 1997
- M. Wieviorka, Le racisme, une introduction, La Découverte -poche, "Essais", 1998

## Intitulés des Sujets Théoriques

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

Contenus

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

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis                |  |
| Conditions d'Admission au Cours |  |

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Langue du Cours   | Turc                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Type de Cours     | Obligatoire                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Niveau du Cours   | Master                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Objectif du Cours | <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, IPTV, vb. gibi farklı etkileşimli medya ortamları üzerinden sunulacaktır. Dönem sonunda öğrencilerden, seçtikleri popüler etkileşimli medya ortamlarını olumlu olarak analiz etmeleri ve gerekiyorsa revizyon önerileri sunmaları talep edilecektir.</p> |
| Contenus          | 1.Hafta:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

Giriş. Temel Kavramlar, Teknolojiler ve Uygulamalar.

2.Hafta:

İnternet ve Web Fenomenlerinin Evrimi

ARPANET'ten Web 2.0'a kavramlar, uygulamalar

Web 2.0 Paradigmasının eleştirel bir değerlendirmesi:

Katılım merkezli yeni bir bilgi mimarisi vs. İstismar mimarisi.

Kalabalıkların Erdemi vs. Amatörün Hegemonisi

Topluluk İletişimi vs. Güven ve Mahremiyetin İhlali

Gelecek öngörüler: Web 3.0, Semantik Web, Kullanıcı Merkezli İçerik

3.Hafta:

Kullanıcı Merkezli Tasarım: Arayüz Tasarımı ve Kullanılabilirlik

"Grafik Kullanıcı Arayüzü"nın tarihsel gelişimi

Kullanılabilirlik Yaklaşımı: Amaç, Kullanılan Parametreler ve Ölçme Teknikleri

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

5.Hafta:

"Kültürelleştirme" ve Küresel Web Siteleri

-Farklı kültürlerden gelen kullanıcıların ihtiyaçlarına yönelik web tasarımı: Sorunlar, çözüm önerileri

6.Hafta:

Etkileşim Ortam Geliştirme Süreci

Sürecin tasarlanması ve yönetimi

Ekiplerin yapısı, dağılımı, iş bölümü

7.Hafta:

Bilgi Mimarisi

Bilginin etkileşimli ortamlar için düzenlenmesi ve sunumu

Site yapısı

Arama Motoru Optimizasyonu

8.Hafta:

Etkileşimli Ortamlarda Sayfa Yapısı ve Tasarımı

- Sayfa Bileşenleri: Header, Footer, Content Area

- Sayfa Ölçüleri ve Dolaşım

- Ana sayfa Bileşenleri ve Tasarımı

9.Hafta:

Etkileşimli Ortamlarda Tipografi

Web'de Metin

Okunabilirlik

Yazı Karakterleri

Vurgu

Tipografi ve grafik

Editorial Yaklaşım

10.Hafta:

Linkler, Formlar ve Uygulamalar

11.Hafta:

Etkileşimli Ortamlarda Görsel Malzemenin Kullanımı

Web görsellerinin özellikleri

Grafik dosya formatları

Renk Teorisi ve Etkileşimli Ortamlarda Renk Kullanımı

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|            | <p>12.Hafta:<br/>Etkileşimli Ortamlarda Çoklu-Ortam İçeriğinin Kullanımı<br/>Görsel ve İşitsel Malzemeler: Ses, video, animasyon, vs.<br/>Çoklu-ortam içeriğinin hazırlanması ve sunulması: Formatlar, oynatıcılar, vs...</p> <p>13.Hafta:<br/>Öğrenci Sunumları</p> <p>14.Hafta:<br/>Öğrenci Sunumları</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Ressources | <p>Krug, S. (2003) Don't Make Me Think! A Common Sense Approach to Web Usability, 2nd Edition, Que.</p> <p>Krug, S. (2009), Rocket Surgery Made Easy: The Do-It-Yourself Guide to Finding and Fixing Usability Problems, New Riders Press.</p> <p>Horton, S. (2009), Web Style Guide, 3rd edition: Basic Design Principles for Creating Web Sites, Yale University Press.</p> <p>Rızvanoğlu, K. (2009), Herkes için Web: Evrensel Kullanılabilirlik ve Tasarım, Punto Yayınları, İstanbul.</p> <p><a href="http://www.firstmonday.org">http://www.firstmonday.org</a><br/> <a href="http://www.alertbox.com">http://www.alertbox.com</a><br/> <a href="http://www.asktog.com">http://www.asktog.com</a><br/> <a href="http://www.userspots.com">http://www.userspots.com</a></p> |

#### Intitulés des Sujets Théoriques

| Semaine | Intitulés des Sujets                                             |
|---------|------------------------------------------------------------------|
| 1       | Introduction. Concepts, Technologies, Applications.              |
| 2       | Evolution des phénomènes d'Internet et de Web                    |
| 3       | « User-Centered Design » : Design d'interface et l'Utilisabilité |
| 4       | Utilisabilité Universelle "Web pour Tous"                        |
| 5       | "Culturalisation" et les Sites Web Globaux                       |
| 6       | Processus de développement des medias interactifs                |
| 7       | Architecture d'Information                                       |
| 8       | Structure et Design de Page dans des médias interactifs          |
| 9       | Typographie dans des médias interactifs                          |
| 10      | Liens, Formes et Applications                                    |
| 11      | Graphiques dans des médias interactifs                           |
| 12      | Multimédia dans des médias interactifs                           |

Contenus

| Nom du Cours |                                                           | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|--------------|-----------------------------------------------------------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| SÎY 628      | Strategic Political Public Relations and Public Diplomacy | 2                 | 2                | 0                    | 0                      | 2               | 4    |

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis                |  |
| Conditions d'Admission au Cours |  |

|                   |         |
|-------------------|---------|
| Langue du Cours   | Turc    |
| Type de Cours     | Électif |
| Niveau du Cours   | Master  |
| Objectif du Cours |         |
| 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 |
|--------------|--------------------------------------------------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| SÎY 603      | Médias sociaux dans la communication stratégique | 2                 | 2                | 0                    | 0                      | 2               | 4    |

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis                |  |
| Conditions d'Admission au Cours |  |

|                   |         |
|-------------------|---------|
| Langue du Cours   | Turc    |
| Type de Cours     | 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 |
|--------------|-----------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| SÎY 662      | Séminaire | 2                 | 0                | 0                    | 0                      | 0               | 4    |

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis                |  |
| Conditions d'Admission au Cours |  |

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

|                                 |                                    |       |            |                      |                        |                 |      |
|---------------------------------|------------------------------------|-------|------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| Siv 613                         | Globalisation et société virtuelle | 2     | 2          | 0                    | 0                      | 2               | 4    |
| Nom du Cours                    |                                    | Cours | Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
| 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 |
|--------------|--------------------------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| SİY 612      | Public Relations Writing | 2                 | 2                | 0                    | 0                      | 2               | 5    |

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| 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 |
|---------|----------------------|

