

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 631	Culture visuelle	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 dersin amacı, imgelerin üretimini, dolaşımını ve alımını görsel evreni anlaşılır kılan göstergebilim kuramları ışığında incelenecektir.
Contenus	Görsel kültürün özellikleri Görsel kültürün gelişimi İmge kavramı Göstergebilim Görsel göstergebilim
Ressources	Joseph Courtés, Semiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage. Hachette. 1994. Martine Joly, Introduction à l'analyse de l'image. Broché. Mariette Julien, L'Image Publicitaire des Parfums: Communication Olfactive, Paris, Harmattan, 1997. Hal Niedzwiecki, Dikizleme Günlüğü, Ayrıntı Yayınları. Diana Crane, Moda ve Gündemleri, Ayrıntı Yayınları. Jean Baudrillard, Tam Ekran, YKY. Kevin Robins, İmaj, Ayrıntı Yayınları. Peter Burke, Tarihin Görgü Tanıkları, Kitap Yayınevi. Rudolf Arnheim, Görsel Düşünme, Metis. George Ritzer, Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek, Ayrıntı Yayınları. George Ritzer, Toplumun McDonaldlaştırılması, Ayrıntı Yayınları Halime Yücel, İmgeden Yoruma, Nobel Yayıncılık, 2021

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Les caractéristiques de la culture visuelle
2	L'évolution de la culture visuelle
3	La notion d'image
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

Semaine	Intitulés des Sujets
13	Présentations
14	Présentations

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	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 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.. Perry Anderson, Hapishane Defterlerinde Hegemonya ve Sosyalist Strateji. Tom Bottomore, Frankfurt Okulu. Adorno ve Horheimer, Aydınlanmanın Diyalektiği Martin Jay, Diyalektik İmgelem Thery Eagleton, İdeoloji. Alain Swingewood, Kitle Kültürü Efsanesi. Micheal Hardt ve Antonio Negri, İmparatorluk. Walter Benjamin Brecht ve Estetik .

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	A propos de l'importance des études sur les médias
2	Les théories des effets 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)

Semaine	Intitulés des Sujets
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 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	1.Hafta: Kurum, kurumsal iletişim kavram ve amaçları 2.Hafta: Örgüt Kuramları 3.Hafta: Kurumlarda İletişim Biçim ve Araçları, Kanallar 4.Hafta: Kurumsal Sosyal sorumluluk 5.Hafta: Kurum Kimliği ve İmajı 6.Hafta: Kurum Kültürü 7.Hafta: Vize 8.Hafta: Kurumsal İtibar 9.Hafta: Kurumsal İtibarın Değerlendirilmesi 10.Hafta: Kurumsal Krizler 11.Hafta: Liderlik ve İletişim 12.Hafta: Kurumlarda iletişim engel ve bozuklukları 13.Hafta: Örnek ve Uygulamalar 14.Hafta: Örnek ve Uygulamalar
Ressources	Haluk Gürgen. Örgütlerde İletişim Kalitesi. Der Yayınları, 1997. Zeyyad Sabuncuoğlu. Örgütlerde İletişim. Arıkan Yayınları, 2009. Ayla Okay. Kurum Kimliği. Mediacat Yayınları, 1999 Cees B.M. van Riel and Charles Fombrun. Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management. Routledge, 2007. Peter Steidl and Garry Emery, Corporate Image and Identity Strategies Designing the Corporate Future. Business & Professional Publishing, 1999. John M.T. Balmer and Stephan A.Greyser, Revealing the Corporation: Perspectives on Identity, Image, Reputation, Corporate Branding. Routledge. John Doorley and Helio Fred Garcia. Reputation Management, Routledge, 2007 Naomi Langford and Woodand Brian Salter, Critical Corporate Communications: a Best Practice Blueprint. John Wiley & Sons, 2003 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

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 619	Nouvelles approches en communication stratégique	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 ders kapsamında öğrencilerin stratejik iletişim yönetimi hakkında bilgi sahibi olması amaçlanmaktadır. Stratejik İletişim Yönetiminin kamuoyunu oluşturma üzerindeki rolünün yeni yaklaşımlar nezdinde ele alınması dersin bir diğer amacıdır.
Contenus	Bu ders kapsamında stratejik iletişim yönetimi kavramının ne olduğu, stratejik iletişim yönetimi ile halkla ilişkiler disiplininin arasındaki ilişki anlatılacaktır. Yeni kavramların stratejik iletişim yönetimi üzerindeki rolüne değinilecektir. Yine stratejik iletişim yönetiminin kullandığı uygulama stratejileri eleştirel bir bakış açısı ile aktarılacaktır.

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

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 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 2.Hafta: Tez yazımına giriş, veri toplama 3.Hafta: Tez yazımı; problematik ve hipotez oluşturma 4.Hafta: Tez yazımı; kaynak gösterme 5.Hafta: Bilimsel yazı ve sunuş 6.Hafta: Sektörden konuklar 7.Hafta: Sektörden konuklar 8.Hafta: Sektörden konuklar 9.Hafta: Sektörden konuklar 10.Hafta: Sektörden konuklar 11.Hafta: Öğrenci sunumları 12.Hafta: Öğrenci sunumları 13.Hafta: Öğrenci sunumları 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	La préparation d’une thèse: Développer une problématique et les hypothèses.
4	La préparation d’une thèse: la bibliographie

Semaine	Intitulés des Sujets
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
SİY 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	Obligatoire
Niveau du Cours	Master
Objectif du Cours	Bu ders kapsamında medyanın ve özellikle sosyal medyanın iletişim sürecinde etki yaratmak için kullandığı sosyal etki formları tartışılacaktır. Tutum ve davranışların oluşturulmasında temel bir işleve sahip olan sosyal etki kavramı sosyal psikoloji alanında geliştirilen laboratuvar çalışmaları çerçevesinde irdelenecektir. Ders temelde sosyal medyanın bireylerin tutum ve davranışları ve toplum genelinde oluşturduğu etkinin kritik bir perspektifle sorgulanmasını amaçlamaktadır.
Contenus	1. Giriş: Medya Toplum ilişkisi çerçevesinde oluşan genel sorular, kritik perspektif 2. G. Le Bon “ Kitleler Psikolojisi” 3. G. Tarde “ Taklit Kanunları” 4. Normlar nasıl oluşur? 5. Neden Uyum gösteririz? S. Asch Deneyi 6. Otoriteye itaat ve sosyal rollerin etkisi - S.Milgram ve P. Zimbardo deneyleri 7. Yale Üniversitesi “ Temel İletişim ve Tutum Değişimi ” Laboratuvar deney sonuçları 8. Vize 9. Sosyal medyanın kullandığı sosyal etki formları I 10. Sosyal medyanın kullandığı sosyal etki formları II 11. Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları 12. Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları 13. Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları 14. Genel Değerlendirme, sosyal medyanın geleceğine ilişkin perspektif oluşturma

Ressources	Fuchs, Christian. Social media: A critical introduction. Sage, 2017. Hovland, Carl Iver, Irving Lester Janis, and Harold H. Kelley. "Communication and persuasion." 1953. Kağıtçıbaşı, Çiğdem. "Yeni insan ve insanlar." İstanbul: Evrim Yayınevi 326 1999. Le Bon, Gustave, and Hasan İlhan. Kitleler psikolojisi. Alter Yayıncılık, 2009. Tarde, Gabriel. Gabriel Tarde on Communication and social influence. Vol. 334. Chicago: University of Chicago Press, 1969. Tedeschi, James T., ed. The social influence processes. Routledge, 2017.
------------	---

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 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. 2. Hafta: Marka özvarlığını oluşturan anahtar kavramlar. 3. Hafta: Marka sadakati, bilinirliği. 4. Hafta: Kalite ve algılanan kalitenin markaya yansımaları. 5. Hafta: Marka çağrışımları. 6. Hafta: Çağrışımlar bağlamında isim, sembol ve slogan. 7. Hafta: Ara Sınav (vize). 8. Hafta: Stratejik marka analizi: müşteri, rekabet, içsel analiz. 9. Hafta: Stratejik marka analizi için vaka'lar 10. Hafta: Marka kimliğini oluşturan anahtar kavramlar ve tanımlar 11. Hafta: Ürün ve Kurum olarak marka 12. Hafta: Kişi ve Sembol olarak marka 13. Hafta: Marka genişletme kararları 14. Hafta: Marka genişletme stratejileri
Ressources	Kapferer, N.J., The New Strategic Brand Management Keller, K.L., Strategic Brand Management David, A.A. (1996). Building Strong Brands, New York: The Free Press. David, A.A. (1991). Managing Brand Equity, New York: The Free Press. Haig, M. (2006). Brand Royalty, London: Kogan Page Limited. 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.
9	9 ème 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

Semaine	Intitulés des Sujets
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
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	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 geliştirilmesi hedeflenmektedir. Ders kapsamında öncelikle internet ve web fenomenleri tarihselleştirme ve geleceğe yönelik öngörüler üzerinden detaylı olarak irdelenecektir. Hem kullanıcı hem de etkileşimli ortam düzeyinde büyük bir çeşitliliği beraberinde getiren söz konusu evrim, mevcut uygulamalar üzerinden yapılacak kavramsallaştırma eşliğinde ele alınacaktır. Bunu takiben “kullanıcı-bilgisayar etkileşimi”nin tarihçesi eşliğinde “grafik arayüzü” kavramı ve “kullanılabilirlik” kavramı, alandaki önemli ve güncel araştırmaların bulguları ve vaka analizleri üzerinden irdelenecektir. Bu bağlamda kullanıcılar ve etkileşimli medya ortamları arasında kurulacak olan kullanıcı deneyimini desteklemek ve geliştirmek için çeşitli arayüz tasarım kriterleri ve süreçleri, web sitesi, portal, mobil arayüz, etkileşimli televizyon, vb. gibi farklı etkileşimli medya ortamları üzerinden sunulacaktır. Dönem sonunda öğrencilerden, seçtikleri popüler etkileşimli medya ortamlarını olumlu olarak analiz etmeleri ve gerekiyorsa revizyon önerileri sunmaları talep edilecektir.
Contenus	1.Hafta: Giriş. Temel Kavramlar, Teknolojiler ve Uygulamalar. 2.Hafta: İnternet ve Web Fenomenlerinin Evrimi 3.Hafta: Kullanıcı Merkezli Tasarım: Arayüz Tasarımı ve Kullanılabilirlik “Grafik Kullanıcı Arayüzü”nün 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:

Form Tasarımı

11.Hafta:

Etkileşimli Ortamlarda Görsel Malzemenin Kullanımı

Web görsellerinin özellikleri

Grafik dosya formatları

Renk Teorisi ve Etkileşimli Ortamlarda Renk Kullanımı

12.Hafta:

Etkileşimli Ortamlarda Çoklu-Ortam İçeriğinin Kullanımı

Görsel ve İşitsel Malzemeler: Ses, video, animasyon, vs.

Çoklu-ortam içeriğinin hazırlanması ve sunulması: Formatlar, oynatıcılar, vs...

13.Hafta:

Öğrenci Sunumları

14.Hafta:

Öğrenci Sunumları

Ressources

1 Key Concepts

• Brown, T. (2008) Design Thinking, Harvard Business Review, June. ? Nielsen, J. (2012) Usability 101: Introduction to Usability, <http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>

• User Experience White Paper: Bringing Clarity to the Concept of User Experience (2011)

• Grudin, J. (2008) A Moving Target: The Evolution of HCI, in The Human-Computer Interaction Handbook: Fundamentals, Evolving Technologies and Emerging Applications (Edi.) Sears, A and Jacko, J. A. , Lawrence Erlbaum Associates, Taylor and Francis Group. 1-24.

• Carrol, J. M. (2012) Human-Computer Interaction, Encyclopedia of Human-Computer Interaction,

http://www.interaction-design.org/encyclopedia/human_computer_interaction_hci.html

- Shneidermann, B. and Plaisant, C. (2005) Designing the User Interface 4th Edition, Addison-Wesley.
- Zaphiris, P. and Siang Ang, C. (2009) Human-Computer Interaction: Concepts, Methodologies, Tools and Applications, Information Science Reference, Hershey, New York.
- Nielsen, J., 2008, Usability ROI Declining, But Still Strong, ?<http://www.useit.com/alertbox/roi.html>
- Shneiderman, B., 2011, The Next 25 Years of HCI Research: Technology-Mediated Social Participation, HCII2011 Keynote Speech
- UXPA (Usability Professionals Association), ?www.uxpa.com
- Mesut, J., 2009, Brighton BarCamp
- Knemeyer, D. and Svoboda, E., 2008 User Experience _ UX, ?www.interaction.gov.tr
- Andersen, S., P. 2008, Fundamentals of Experience Design, ?www.poetpainter.com
- Morville, P., 2004, User Experience Design, ?www.semanticstudios.com
- Raabe, P., 2010, User-Centered Design, ?www.paznow.com
- Revang, M., 2007, User Experience Design Project
- Brown, T., 2008, Design Thinking, Harvard Business Review
- Reichenstein, O., 2009, The Spectrum of User Experience, iA, ?www.informationarchitects.jp
- Marsh, N., 2011, Service Design is Dead. The New Product is Alive, www.choose-nick.com
- Nielsen, J., 2006, Corporate Usability Maturity: Stages 1–4, ?www.alertbox.com
- Nielsen, J., 2006, Corporate Usability Maturity: Stages 5–8, ?www.alertbox.com
- UX Professionalism: Building Tomorrows' Digital Cathedrals, 2012
- Jeff Gothelf, Lean UX: Getting Out Of The Deliverables Business, 2011, <http://uxdesign.smashingmagazine.com/2011/03/07/lean-ux-getting-out-of-the-deliverables-business/>
- Wreblovski, L., 2011, An Event Apart: Persuasive Design, ?www.lukew.com
- Høgenhaug, P. S., 2012, Gamification and UX: Where Users Win or Lose, Smashing Magazine.
- Wreblovski, L., 2012, Luke Wreblovski, Evolving E-Commerce Checkout.
- The New Multi-Screen World: Understanding Cross-Platform Consumer Behavior, /Ipsos/Sterling, 2012.
- Bustos, L., 2012, Maximizing Conversion with Checkout Optimization.
- Holst, C., 2012, The State Of E-Commerce Checkout Design, Smashing Magazine
- Frost, B., 2012, For a Future Friendly Web.
- Attrill, R., 2012, Mobile Last: Considering the Mobile Experience When It's Too Late for "Mobile First", Mobile East.
- Budd, A., 2012, UX Professionalism: Building Tomorrows Digital Cathedrals.
- Fogg, BJ (2009) A Behavior Model for Persuasive Design, <http://blog.hcilab.org/uui/files/2013/04/a40-fogg.pdf>
- Fogg, BJ (2009) Creating Persuasive Technologies: An Eight-Step Design Process, <http://ejournal.narotama.ac.id/files/an%20eight-step%20design%20process..pdf>

2 Universal Usability

- Shneiderman, B. (2000) Pushing Human-Computer Interaction Research to Empower Every Citizen: Universal Usability, Communications of the ACM, Vol. 43, No: 5, 85-91.
- Nielsen, J. (2010) Children's Websites: Usability Issues in Designing for Kids, Jakob Nielsen's Alertbox, ? <http://www.nngroup.com/articles/childrens-websites-usability-issues/>
- Loranger, H. and Nielsen J. (2013) Teenage Usability: Designing Teen-Targeted Websites, Jakob Nielsen's Alertbox, ? <http://www.nngroup.com/articles/usability-of-websites-for-teenagers/>
- Nielsen, J. (2013) Seniors as Web Users, Jakob Nielsen's Alertbox, <http://www.nngroup.com/articles/usability-for-senior-citizens/>
- Nielsen, J. (2008) Middle-Aged Users' Declining Web Performance, <http://www.useit.com/alertbox/middle-aged-users.html>
- Loranger, H. and Nielsen, J. (2013) Teenage Usability: Designing Teen-Targeted Websites, <https://www.nngroup.com/articles/usability-of-websites-for-teenagers/>
- Meyer, K. (2016) Young Adults/Millennials as Web Users (Ages 18–25), https://www.nngroup.com/articles/young-adults-ux/?utm_source=...6&utm_medium=email&utm_term=0_7f29a2b335-d96da19306-24233293
- Nielsen, J. (2001) Beyond Accessibility: Treating Users with Disabilities as People, <http://www.nngroup.com/articles/beyond-accessibility-treating-users-with-disabilities-as-people/>
- Cassell, J. (2008) Genderizing Human-Computer Interaction. J. A. Jacko ve A. Sears (eds,), The Human-Computer Interaction

Handbook: Fundamentals, Evolving Technologies and Emerging Applications (Human Factors And Ergonomics), New York: Lawrence Erlbaum Assoc, 401-412.

- Marcus, A. (2008) Global And Intercultural User-Interface Design. J. A. Jacko ve A. Sears (eds.) The Human-Computer Interaction Handbook: Fundamentals, Evolving Technologies and Emerging Applications (Human Factors And Ergonomics) 2nd Edition. New York: Lawrence Erlbaum Assoc, 355-380.
- Gould, E. (2005) Synthesizing the Literature on Cultural Values. Nuray Aykin (ed.) Usability and Internationalization of Information Technology, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, New Jersey, 79-122.

3 Information Architecture

- Resmini, A. and Rosati, L. (2011) A Brief History of Information Architecture, Journal of Information Architecture, Vol. 3, Issue 2, p. 33-45, <http://journalofia.org/volume3/issue2/03-resmini/jofia-0302-03-resmini.pdf>
- Barker, I. (2005) What is information architecture?, Step Two Design, http://www.steptwo.com.au/papers/kmc_whatinfoarch/index.html
- Nielsen, J. (2009) Top 10 Information Architecture (IA) Mistakes, <http://www.nngroup.com/articles/top-10-ia-mistakes/>
- TECED (2013) IA Evaluation Methodologies, <http://teced.com/services/information-architecture-ia/ia-evaluation-methodologies/>
- Righi, C., James, J., Beasley, M., Day, D. L., Fox, J. E., Gieber, J., Howe, C. and Ruby, L. (2013) Card Sort Analysis Best Practices, Journal of Usability Studies, Vol. 8, Issue 3, May 2013 pp. 69-89, http://www.upassoc.org/upa_publications/jus/2013may/JUS_Righi_May_2013.pdf
- Richards, J. (2013) The Grammar of Interactivity, UX Booth, http://www.uxbooth.com/articles/the-grammar-of-interactivity/?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter
- Anderson, C. (2004) The Long Tail, Wired, Issues 12.10, October 2014, <http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>
- Nielsen, J. (2012) SEO and Usability, <http://www.nngroup.com/articles/seo-and-usability/>
- Morville, P. and Rosenfeld, L. (2007) Information Architecture for the World Wide Web: Designing Large-Scale Web Sites, O'Reilly Media, USA.
- Nielsen, J. (2009) Mental Models, <http://www.nngroup.com/articles/mental-models/>
- Hudson, W. (2013) Card Sorting, Encyclopedia of Human-Computer Interaction, http://www.interaction-design.org/encyclopedia/card_sorting.html
- Sauro, J. (2012) Card Sorting + Tree Testing: The Science of Great Site Navigation, Measuring Usability, <http://www.measuringusability.com/blog/cardsort-tree-test.php>
- Nielsen, J. (2011) Mini-IA: Structuring the Information About a Concept, <http://www.nngroup.com/articles/mini-ia-structuring-information/>
- Nielsen, J. (2009) IA Task Failures Remain Costly, <http://www.nngroup.com/articles/ia-task-failures-remain-costly/>
- Nielsen, J. (2009) Card Sorting: How Many Users to Test, <http://www.nngroup.com/articles/card-sorting-how-many-users-to-test/>

4 UI Design for Desktop Environments

- Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, Page Structure, <http://webstyleguide.com/wsg3/6-page-structure/index.html>
- Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, Page Design, <http://webstyleguide.com/wsg3/7-page-design/index.html>
- Nielsen, J. (2011) Top 10 Guidelines for Homepage Usability, <http://www.nngroup.com/articles/top-ten-guidelines-for-homepage-usability/>
- Holst, C., (2014), The Current State Of E-Commerce Search, <http://www.smashingmagazine.com/2014/08/18/the-current-state-of-e-commerce-search/>
- Appleseed, J. (2014), Deconstructing E-Commerce Search: The 12 Query Types, <http://baymard.com/blog/ecommerce-search-query-types>
- Whintenton, K., 2014, Filters vs. Facets: Definitions, <http://www.nngroup.com/articles/filters-vs-facets/>
- Sherwin, K., 2014, The Magnifying-Glass Icon in Search Design: Pros and Cons, <http://www.nngroup.com/articles/magnifying-glass-icon/>
- Cardello, J., 2014, Killing Off the Global Navigation: One Trend to Avoid, <http://www.nngroup.com/articles/killing-global-navigation-one-trend-avoid/>
- Loranger, H., 2014, Infinite Scrolling Is Not for Every Website, <http://www.nngroup.com/articles/infinite-scrolling/>
- Whintenton, K., 2014, 3 Guidelines for Search Engine "No Results" Pages,

<http://www.nngroup.com/articles/search-no-results-serp/>

- Whintenton, K., 2014, Filters vs. Facets: Definitions,

<http://www.nngroup.com/articles/filters-vs-facets/>

- Sherwin, K., 2014, The Magnifying-Glass Icon in Search Design: Pros and Cons,

<http://www.nngroup.com/articles/magnifying-glass-icon/>

- Cardello, J., 2014, Killing Off the Global Navigation: One Trend to Avoid,

<http://www.nngroup.com/articles/killing-global-navigation-one-trend-avoid/>

- Loranger, H., 2014, Infinite Scrolling Is Not for Every Website,

<http://www.nngroup.com/articles/infinite-scrolling/>

- Whintenton, K., 2014, 3 Guidelines for Search Engine "No Results" Pages,

<http://www.nngroup.com/articles/search-no-results-serp/>

- Cordello, J. (2013) Four Dangerous Navigation Approaches that Can Increase Cognitive Strain,

<http://www.nngroup.com/articles/navigation-cognitive-strain/>

- Pernice, K. (2013) Designing Effective Carousels: Create a Fanciful Amusement, Not a House of Horrors, ?

<http://www.nngroup.com/articles/designing-effective-carousels/>

- Nielsen, J. (2009) Mega Menus Work Well for Site Navigation, <http://www.nngroup.com/articles/mega-menus-work-well/>

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

5 UI Design for Mobile Environments

- Nielsen, J. (2011) ?Mobile Usability Update, <http://www.nngroup.com/articles/mobile-usability-update/>

- Hooper, S. 2014, The Rise of the Phablet, Designing for Larger Phones, UXmatters,

[http://www.uxmatters.com/mt/archives/2014/11/the-rise-of-the-phablet-designing-for-larger-phones .php?](http://www.uxmatters.com/mt/archives/2014/11/the-rise-of-the-phablet-designing-for-larger-phones.php?sthash.p9hQFNW6.mjjo&utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter)

[sthash.p9hQFNW6.mjjo&utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter](http://www.uxmatters.com/mt/archives/2014/11/the-rise-of-the-phablet-designing-for-larger-phones.php?sthash.p9hQFNW6.mjjo&utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter)

- Budiu, R. (2013) ?Mobile: Native Apps, Web Apps, and Hybrid Apps, <http://www.nngroup.com/articles/mobile-native-apps/>

- AnswerLab. 2014, Principles of Mobile Site Design: Delight Users and Drive Conversions,

http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/en/intl/ALL_ALL/think/multiscreen/pdf/multi-screen-moblie-whitepaper_research-studies.pdf

- Scott, H. 2014, How to design for thumbs in the Era of Huge Screens, <http://scotthurff.com/posts/how-to-design-for-thumbs-in-the-era-of-huge-screens>

- Peatt, K. 2015, An Exploration of Carousel Usage on Mobile E-Commerce Websites, ?Smashing Magazine,

<http://www.smashingmagazine.com/2015/02/carousel-usage-exploration-on-mobile-e-commerce-websites/>

- Wreblovski, L. 2014, Designing for Large Screen Smartphones, <http://www.lukew.com/ff/entry.asp?1927>

- Attrill, R., 2012, Mobile Last: Considering the Mobile Experience When It's Too Late for "Mobile First", Mobile East.

- Itzkovitch, A., 2012, Designing For Device Orientation: From Portrait To Landscape, Smashing Magazine,

<http://www.smashingmagazine.com/2012/08/designing-device-orientation-portrait-landscape/>

- Robles, P. (2015), App download interstitials drive users away: Google, <https://econsultancy.com/blog/66751-app-download-interstitials-drive-users-away-google/>

- Appleseed, J., (2015) The State of Mobile E-Commerce Search and Category Navigation, http://baymard.com/blog/mobile-ecommerce-search-and-navigation?utm_medium=feed&utm_source=twitter.com&utm_campaign=Feed%3A+baymard

- Appleseed, J., (2015) 8 UX Requirements for Designing a User-Friendly Homepage Carousel,

<http://baymard.com/blog/homepage-carousel>

- Peatt, K. (2015) An Exploration Of Carousel Usage On Mobile E-Commerce Websites,

<https://www.smashingmagazine.com/2015/02/carousel-usage-exploration-on-mobile-e-commerce-websites/>

- AnswerLab. 2014, Principles of Mobile Site Design: Delight Users and Drive Conversions,

http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/en/intl/ALL_ALL/think/multiscreen/pdf/multi-screen-moblie-whitepaper_research-studies.pdf

- Russell-Rose, T. (2013) Designing Search: Results Pages, UX Magazine, Article No: 1124,

<https://uxmag.com/articles/designing-search-results-pages>

- Holst, C. (2016) Infinite Scrolling, Pagination Or "Load More" Buttons? Usability Findings In eCommerce,

<https://www.smashingmagazine.com/2016/03/pagination-infinite-scrolling-load-more-buttons/>

- Whintenton, K. (2015) Mobile Faceted Search with a Tray: New and Improved Design Pattern,

<https://www.nngroup.com/articles/mobile-faceted-search/>

- Hewlett, L. (2014) How to plan your next mobile e-commerce website <https://www.smashingmagazine.com/2014/03/how-to-plan-your-next-mobile-e-commerce-website/>

- Appleseed, J., (2013) Mobile Product Pages: Always Offer a List of Compatible Products,

<http://baymard.com/blog/mcommerce-compatible-products-list>

- Denney, H. (2012) Sticky Menus Are Quicker To Navigate, <https://www.smashingmagazine.com/2012/09/sticky-menus-are-quicker-to-navigate/>
- Kirmani, A. (2016) Mobile-First eCommerce: What Customers Expect and Value in Mobile Shopping Experiences, <http://www.uxmatters.com/mt/archives/2016/02/mobile-first-ecommerce-what-customers-expect-and-value-in-mobile-shopping-experiences.php#sthash.Yfz7eweY.dpuf>

6 Typography, Graphics and Multimedia in UX Design

- Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, Typography, <http://webstyleguide.com/wsg3/8-typography/index.html>
- Arditi, A. (2007) Letter case and text legibility in normal and low vision, Vision Research 47 (2007) 2499–2505, http://ac.els-cdn.com/S0042698907002830/1-s2.0-S0042698907002830-main.pdf?_tid=216ec1ca-6c0a-11e4-b7c4-00000aab0f27&acdnat=1415975329_94d6659035b562a3eb7b803990bd6a50
- Yi, X., Hong, L., Zhong, E., Nathan, N. and L. S. Rajan (2014) Beyond clicks: dwell time for personalization, Proceeding ? RecSys'14, October 6–10, 2014, Foster City, Silicon Valley, CA, USA,? ?http://labs.yahoo.com/_c/uploads/recsys2014.pdf
- Manjoo, F., (2012), You Won't Finish This Article: Why people online don't read to the end., Slate Magazine,? http://www.slate.com/articles/technology/technology/2013/06/how_people_read_online_why_you_won_t_finish_this_article.html
- Nielsen, J., (2011), Defer Secondary Content When Writing for Mobile Users, <http://www.useit.com/alertbox/mobile-content.html>
- Nielsen, J., (2011), Mobile Content is Twice as Difficult, <http://www.useit.com/alertbox/mobile-content-comprehension.html>
- Reichenstein, O., 2012, Responsive Typography: The Basics?, <http://informationarchitects.net/blog/responsive-typography-the-basics/>
- Krishnan, S. S. and Sitaraman, R. K., 2012, Video Stream Quality Impacts Viewer Behavior: Inferring Causality Using Quasi-Experimental Designs, Proc. of IMC'12, November 14–16, 2012, Boston, Massachusetts, USA.?? ?Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, Editorial Design,? ?<http://webstyleguide.com/wsg3/9-editorial-style/index.html>
- Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, Graphics, <http://webstyleguide.com/wsg3/11-graphics/index.html>
- Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, Multimedia, <http://webstyleguide.com/wsg3/12-multimedia/index.html>
- Nielsen, J., (2009), Powers of 10: Time Scales in User Experience, <http://www.useit.com/alertbox/timeframes.html>
- Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, Forms and Applications, <http://webstyleguide.com/wsg3/10-forms-and-applications/index.html>
- Wreblovski, L. (2012) Best Practices for Form Design, http://static.lukew.com/webforms_lukew.pdf
- Constantin, J. (2013) Typographic Design Patterns And Current Practices (2013 Edition), Smashing Magazine, <http://www.smashingmagazine.com/2013/05/17/typographic-design-patterns-practices-case-study-201>

7 Form Design

- Lynch, P. J. and Horton, S. (2011) Web Style Guide, 3rd Edition, Forms and Applications, <http://webstyleguide.com/wsg3/10-forms-and-applications/index.html>
- Wreblovski, L. (2012) Best Practices for Form Design, ?http://static.lukew.com/webforms_lukew.pdf ? Appleseed, J. (2013) Why Your Checkout Process Should Be Completely Linear, http://baymard.com/blog/checkout-process-should-be-linear?utm_source=feedburner
- Appleseed, J. (2012) 6 Mobile Checkout Usability Considerations, Baymard Institute, <http://baymard.com/blog/mobile-checkout>
- Appleseed, J. (2013) Mobile Form Usability: Avoid Splitting Single Input Entities, http://baymard.com/blog/mobile-form-usability-single-input-fields?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter
- Appleseed, J. (2011) Form Field Usability: Avoid Multi-Column Layouts, <http://baymard.com/blog/avoid-multi-column-forms>
- Derek, N.. (2013) Designing A Better Mobile Checkout Process, Smashing Magazine, <http://uxdesign.smashingmagazine.com/2013/03/14/designing-a-better-mobile-checkout-process/>
- Horton, S., 2008, Web Style Guide 3rd Edition, ?<http://www.webstyleguide.com/index.html>
- Wreblovski, L., 2008, Best Practices for Form Design, ?www.lukew.com
- Wreblovski, L., 2012, Design Solutions for New Log In Problems, <https://bagcheck.com/blog/02-design-solutions-for-new-log-in-problems>
- Anthony T., 2012, UX MEETS SECURITY, Better Password Masking For Sign-Up Forms, Smashing Magazine, http://uxdesign.smashingmagazine.com/2012/10/26/password-masking-hurt-signup-form/?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter

- Wreblovski, L., 2012, Mobile Design Details: Hide/Show Passwords, <http://www.lukew.com/ff/entry.asp?1653>
- Budiu, R., 2014, Login Walls Stop Users in Their Tracks, <http://www.nngroup.com/articles/login-walls/>
- Linda Bustos, 2013, 5 Ways to Handle Long Drop-Downs In Mobile Forms, <http://www.getelastic.com/5-ways-to-handle-long-drop-downs-in-mobile-forms/>
- T, A. (2012) Better Password Masking For Sign-Up Forms, Smashing Magazine, http://uxdesign.smashingmagazine.com/2012/10/26/password-masking-hurt-signup-form/?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter
- R. B., J. and Schall, A. (2014) Eye Tracking in User Experience Design: Forms and Surveys, UX Matters, ? <http://www.uxmatters.com/mt/archives/2014/09/eye-tracking-in-user-experience-design.php> ? Rhea, B. (2014) Structured Search in an Omnibox: Turning Sentences in to Input Fields, <https://medium.com/@brhea/structured-search-in-an-omnibox-5a4c4958ff32>
- Sherwin, K. (2014) Progress Indicators Make a Slow System Less Insufferable, <http://www.nngroup.com/articles/progress-indicators/>

8 User Research

8.1 Methodology

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

Erlbaum Assoc, 1129-1149.

- Preece, J., Y. Rogers ve H. Sharp. (2002). Chapter 10: Introducing Evaluation, ?Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. New York: John Wiley & Sons, Inc., 317-336.
- Preece, J., Y. Rogers ve H. Sharp. (2002). Chapter 11: Evaluation Framework, ?Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. New York: John Wiley & Sons, Inc., 339-356
- Rohrer, C. (2008) When to Use Which User Experience Research Methods, <http://www.nngroup.com/articles/which-ux-research-methods/>
- Rohrer, C. (2009) User Experience Research Methods in 3D: What to Use When and How to Know You're Right, ?BayCHI, SF chapter of ACM SIGCHI, Palo Alto, CA, USA.
- Sauro, J. (2013) What UX Methods To Use And When To Use Them, ?Measuring Usability, <http://www.measuringusability.com/blog/method-when.php>
- Sauro, J. (2013) Comparison Of Usability Testing Methods, ?Measuring Usability, <http://www.measuringusability.com/blog/method-comparison.php>
- Brandi, S. (2014) Bias in the UX Lab, ?UX Reflections, http://akendi.com/blog/bias-in-the-ux-lab/?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter
- Schade, A. (2015) Pilot Testing: Getting It Right (Before) the First Time, http://www.nngroup.com/articles/pilot-testing/?utm_term=0_7f29a2b335-276b9d555a-24394425&utm_content=buffera4c69&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer
- Schall, A. (2015) The Future of UX Research: Uncovering the True Emotions of our Users, User Experience: The Magazine of the UXPA, ?<http://uxpamagazine.org/the-future-of-ux-research/>
- Bojko?, A. and? Adamczyk?, K. A. (2014) More than Just Eye Candy: Top Ten Misconceptions about Eye Tracking, http://uxpamagazine.org/more-than-just-eye-candy-top-ten-misconceptions-about-eye-tracking/?utm_content=buffer09246&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer

8.2 Qualitative User Research

- Preece, J., Y. Rogers ve H. Sharp. (2002). Chapter 12: Observing Users, ?Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. New York: John Wiley & Sons, Inc., 359-387.
- Nielsen, J., (1995), 10 Usability Heuristics for User Interface Design, <http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
- Nielsen, J., (1995), Characteristics of Usability Problems Found by Heuristic Evaluation, <http://www.nngroup.com/articles/usability-problems-found-by-heuristic-evaluation/>
- Nielsen, J., (1995), How to Conduct a Heuristic Evaluation, <http://www.nngroup.com/articles/how-to-conduct-a-heuristic-evaluation/>
- Sherry, R. (2012) A Field Guide To Mobile App Testing,? ?Smashing Magazine, <http://mobile.smashingmagazine.com/2012/10/22/a-guide-to-mobile-app-testing/>
- Faulkner, L. (2003) Beyond the five-user assumption: Benefits of increased sample sizes in usability testing,? ?

http://www.simplifyinginterfaces.com/wp-content/uploads/2008/07/faulkner_brmic_vol35.pdf

8.3 Quantifying User Experience (Quantitative User Research)

- Pernice, K. and Nielsen, J. (2009) ?Eyetracking Methodology: How to Conduct and Evaluate Usability Studies Using Eyetracking, NN / g, Nielsen and Norman Group.
- Sauro, J. (2012) Five Critical Quantitative UX Concepts, ?Measuring Usability, <http://www.measuringusability.com/blog/five-hard-quant.php>
- Sauro, J. (2012) Nine Misconceptions About Statistics And Usability, ?Measuring Usability, <http://www.measuringusability.com/blog/stats-usability-errors.php>
- Sauro, J. (2010) What Metrics Are Collected In Usability Tests?,? ?Measuring Usability, <http://www.measuringusability.com/blog/usability-metrics.php>
- Sauro, J. (2012) 10 Benchmarks For User Experience Metrics, ?Measuring Usability,

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

- Sauro, J. (2013) 10 Metrics For Testing Website Navigation, ?Measuring Usability, [http://www.measuringusability.com/blog/10-navigation-metrics.php?utm_source=feedly&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+MeasuringUsability+\(Measuring+Usability:+Quantitative+Usability+and+Statistics\)&utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter](http://www.measuringusability.com/blog/10-navigation-metrics.php?utm_source=feedly&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+MeasuringUsability+(Measuring+Usability:+Quantitative+Usability+and+Statistics)&utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter)
- Sauro, J. (2012) 10 Things To Know About A/B Testing,? ?Measuring Usability, <http://www.measuringusability.com/blog/ab-testing.php>
- Sauro, J. (2013) Rating The Severity Of Usability Problems, ?Measuring Usability, <http://www.measuringusability.com/blog/rating-severity.php>
- Sauro, J. (2013) 10 Ways to Get a Horrible Survey Response Rate, ?Measuring Usability, <http://www.measuringu.com/blog/horrible-responserate.php>
- Baer, D. and Lubin, G. (2014), ?58 Cognitive Biases That Screw Up Everything We Do, Business Insider?, ? <http://www.businessinsider.com/cognitive-biases-2014-6?op=1>
- Bethlehem, J. (2009), Chapter3: Questionnaire Design, in ?Applied Survey Methods: A Statistical Perspective, Wiley Series in Survey Methodology.

8.4 Usability Testing Instruments

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

8.5 UX Research and Design Tools

- Sullivan Craig (2016) The List of UX Tools to Rule Them All, <https://medium.com/muzli-design-inspiration/login-sign-up-inspiration-for-mobile-apps-aeff34090b0d#.ocoezqreq>

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Discussion
2	Discussion
3	Cas d'Etude
4	Cas d'Etude
5	Cas d'Etude
6	Cas d'Etude
7	Cas d'Etude
8	Cas d'Etude
9	Cas d'Etude
10	Cas d'Etude
11	Cas d'Etude

Semaine	Intitulés des Sujets
12	Cas d'Etude

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SÎY 612	Ecriture en Relations Publiques	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	-
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 622	Gestion et Communication de Crise	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	
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 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	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 2.Hafta: Tez yazımına giriş, veri toplama 3.Hafta: Tez yazımı; problematik ve hipotez oluşturma 4.Hafta: Tez yazımı; kaynak gösterme 5.Hafta: Bilimsel yazı ve sunuş 6.Hafta: Sektörden konuklar 7.Hafta: Sektörden konuklar 8.Hafta: Sektörden konuklar 9.Hafta: Sektörden konuklar 10.Hafta: Sektörden konuklar 11.Hafta: Öğrenci sunumları 12.Hafta: Öğrenci sunumları 13.Hafta: Öğrenci sunumları 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	1.er cours : Introduction
2	2.ème cours : Introduction à la recherche
3	3.ème cours : Identifier une question de recherche
4	4.ème cours : Faire une recherche documentaire simple

Semaine	Intitulés des Sujets
5	5.ème cours : Les notions relatives aux devis de recherche descriptifs
6	6.ème cours : L'enquête
7	7.ème cours : L'observation
8	8.ème cours : Les notions relatives aux devis de recherche expérimentaux
9	9.ème cours : Les notions relatives aux analyses de données
10	10.ème cours : Analyse
11	11.ème cours : Analyse d'articles de recherche et discussions
12	12.ème cours : Exposés
13	13.ème cours : Examen partiel
14	14.ème cours : Exposés (Recherches et Rapports)

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SÎY692	Communautés Virtuelles et Médias	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	
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	Dijital dönüşüm, markaların dijital zamana ayak uydurmak için teknolojiyi tüm süreçlerinde kullanmaları olarak tanımlanabilir. Dijitalleşme sadece bireylerin, kurumların değil nesnelerin, makinelerin de birbirleriyle bağlantılı olduğu yeni bir aşamaya doğru gelişmektedir. Dijital süreçlerin rekabeti artırması, fiyatları şeffaflaştırması, gücü müşterinin eline geçirmesi ve online itibarı önemli kılmayı; markaları dijital ile yaşanan hızlı dönüşüme ayak uydurmak zorunda bırakıyor. Markaların ve onları kullanan bireylerin yaşamlarında yeni olan kavram “bağlantılı olmak” şeklinde tanımlanmaktadır. Birçok cihazdan bireyin markalar ve içerikleriyle bağlantıda kalmasının bir getirisi de, veri toplayıp kullanma yeteneğidir. Sosyal medya araçları başta olmak üzere tüm dijital iletişim kanallarından markayı takip eden veya etkileşimde bulunan kullanıcılara ürün ve hizmetler ile ilgili bilgi aktarmaya devam ederken, diğer yandan dijital mecraların tamamında marka hakkında yapılan tüm konuşmaları dinlenmesi, gerektiğinde markanın konuşmalara katılması, ürün ve hizmetlerin bu konuşmalardan alınacak geri dönüşlerle geliştirilmesi gerekmektedir. Bu dersin amacı kreatif ve iletişim yeteneklerinin yanı sıra yukarıda sayılan dijital verileri anlamlandırma konusunda da öğrencilerin örneklerle değerlendirme yapabilmesidir.
Contenus	1. Hafta: Dijital ve sosyal medya kavramı, iletişim stratejilerinde dijital medya ile geleneksel medya kullanımı karşılaştırması 2. Hafta: PR 2.0 kavramı ve dijital düşünce sistemi oluşturma 3. Hafta: Dijital Dönüşüm ve 4'lü medya türleri 4. Hafta: Geleneksel ve Dijital Medyada Tüketici Davranışları (customer, consumer, shopper) 5. Hafta: Dijital ağlarda içerik yönetimi 6. Hafta: Büyük Veri ve Stratejik İletişim Uygulamalarındaki Rolü (Örnek olay incelemeleri) 7. Hafta: Vize sınavı 8. Hafta: Sosyal Medyada Pazarlama İletişimi (içerik üretimi, etkileşim ve müşteri deneyimi, influencer marketing, web takip ve monitoring, marka dili) 9. Hafta: Dijital Kampanya Stratejisi Oluşturma (iç görüyü doğru okuma, başarı kriterlerini belirleme, mesaj hedefi, mecra hedefi, hedef kitle belirleme, takvim) 10. Hafta: Uzman konuk daveti 11. Hafta: İçgörü elde etmeden yeni nesil yöntemler: yapay zeka, makine öğrenme ve derin öğrenme 12. Hafta: Dijital itibar yönetimi ve kriz yönetimi 13. Hafta: Viral halkla ilişkiler ve sosyal topluluklar etkileşimi 14. Hafta: Ödev sunumu

Ressources	Gartner Raporları BREAKENRIDGE, Deirdre (2008). PR 2.0: new media, new tools, new audiences, FT Press. DILENSCHNEIDER, Robert L. (2010). The AMA handbook of public relations [electronic resource], AMACOM, NewYork. SCOTT, David Meerman (2010). The new rules of marketing and PR, MediaCat Kitapları: digitalage, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., İstanbul. SOLIS, Brian (2009). Putting the public back in public relations : how social media is reinventing the aging business of PR, Upper Saddle River, N.J. : FT Press. Sürelî yayınlar: Journal of Public Relations Research Public Relations Quarterly Public Relations Review
------------	--

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	La définition du média interactif et la comparaison de l'usage des médias traditionnels et interactifs dans les relations publiques
2	Le média social et le canal social
3	PR 2.0 et la formulation du système de pensée digitale
4	Les blogs et le blogging
5	Le management du contenu dans les réseaux sociaux
6	Les forums, les vikis et les groupes de courrier électronique
7	Examen partiel
8	Communiqué de presse et feed-backs de RSS dans le média interactif
9	Le bureau de presse en ligne, le pod-casting et l'optimisation des moteurs de recherche
10	Invitation d'un/une spécialiste
11	Les relations publiques viraux (viral) et l'interaction avec des groupes sociaux
12	Nouvelle source de force des marques: les exemples propres à l'individu
13	Le plan stratégique des relations publiques dans le média interactif
14	Présentation des devoirs

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 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	Sağlığın tıbbi ve sosyal modeli Sağlığın tıbbileştirilmesi Sağlık iletişimde kişilerarası ve kitle iletişimi boyutları Sağlık iletişimde kullanılan yöntemler Sağlık iletişimi kuramları ve modelleri Sağlık okuryazarlığı Bilim ve sağlık haberciliği
Ressources	Ders notları. Ivan ILLICH, Sağlığın Gaspi, Çev: Süha Sertabipoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995. İnci ÇINARLI, Sağlık İletişimi ve Medya, İstanbul: Nobel Yayınları, 2008. Lawrence WALLACK vd., Media Advocacy and Public Health: Power for Prevention. California: Sage Publications, 1993. Charles ATKIN ve Lawrence WALLACK (ed.). Mass Communication and Public Health: Complexities and Conflicts. Newbury Park: Sage Publications, 1990. Ruhi Selçuk TABAK. Sağlık İletişimi, İstanbul: Literatür Yayınları, 1999. Michel FOUCAULT, Naissance de la Clinique, 3eme ed., Paris: Presse Universitaire de France, 1993. 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. İnci ÇINARLI ve Elgiz YILMAZ, "Sağlık Bilincinin Oluşturulmasında 'Medya Okuryazarlığı'nın Önemi", Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Kalemus Yayınları, 2007. Kevin B.Wright, Lisa Sparks and Dan O'Hair, Health Communication in the 21st Century, Blackwell Publishing, 2008. 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. Mustafa SÜTLAŞ, Medya için Sağlık, Sağlık için Medya, Bas-Haş: İstanbul, 2007. Daniele CARICABURU ve Marie MENORET, Sociologie de la Santé, Paris: Colin, 2004. Keith J. Petrie ve John A.Weinman, Perceptions of Health and Illness, Amsterdam: Harwood Academic Publishers, 1997. Peter Conrad, The Sociology of Health& Illness, 7th ed., New York: Worth Publishers, 2005. Ayrıca bkz. T.C. Sağlık Mevzuatı: http://www.istabip.org.tr http://www.sanayi.gov.tr : (Reklam Kurulu kararları)

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	-

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

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
SİY 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. İletişim engelleri: dil stereotipler, davranış.
Ressources	R. Amossy, A. Herschberg-Pierrot, Stéréotypes et clichés : langue, discours, société. • J.L. Austin, Quand dire, c'est faire! Points Seuil, Paris 1991 • P. Bourdieu, Ce que parler veut dire. Fayard, Paris, 1982 • Byram, M., Neuner, G., Zarate, G., La compétence socioculturelle dans l'apprentissage des langues, Editions du Conseil de l'Europe, Strasbourg, 1997 • E. Goffman, La Mise en scène de la vie quotidienne (tome 1 : "La Présentation de soi" `tome 2: "Les relations en public"), 1973. ; • E. Goffman, Les rites d'interaction, 1974. Editions de Minuit • E. Goffman, Façons de parler, trad. Paris, Minuit, 1987 • R. Gori, Le corps et le signe dans l'acte de parole. Dunod, Paris, 1978. • J.J. Gumperz, Engager la conversation. Introduction à la sociolinguistique interactionnelle. Minuit • C. Hagège, L'homme de paroles. Contribution linguistique aux sciences humaines. Fayard, Paris, 1985. • C. Hagège, Le souffle de la langue. Voies et destins des parlers d'Europe. Paris, Odile Jacob. 1992. • E.T. Hall, La dimension cachée, Points Seuil, Paris. 1971. • E.T. Hall, Le langage silencieux Points Seuil, Paris. 1973. • E.T. Hall, Au delà de la culture. Le Seuil, Paris, 1979. • B. Lahire, L'Homme pluriel. Nathan. coll "Essais et recherches". 1998

- B. Lanire, L'Homme pluriel, Nathan, coll. "Essais et recherches", 1998
- D. Sperber, et D. Wilson, La Pertinence. Éditions de Minuit, 1989.
- P.Watzlawick, Janet Helmick-Beavin et Don D. Jackson, Une logique de la communication, Paris, Points Seuil, 1979.
- Y. Winkin, (Textes choisis par): La nouvelle communication. Le Seuil, Paris. 1981.

Interculturalité

- Abdallah-Pretceille, M., Vers une pédagogie interculturelle, Anthropos, Paris, 1996
- J.L. Amselle, Logiques métisses. Anthropologie de l'identité en Afrique et ailleurs, La Découverte, 1990
- J.L. Amselle, Branchements. Anthropologie de l'universalité des cultures, Flammarion, 2001
- Arjun Appadurāi, Après le colonialisme : les conséquences culturelles de la globalisation. Payot. 2001
- Kwame Anthony Appiah, Pour un nouveau cosmopolitisme. O. Jacob, 2006 trad. française, 2008
- R. Bastide, Les Amériques Noires, L'Harmattan, 1996
- G. Bateson et J. Ruesch, Communication et société, Paris, Seuil, 1988
- Homi K. Bhabha, Les Lieux de la culture. Une théorie postcoloniale, Payot, 2007
- H. K. Bhabha : Nation and Narration, Psychology Press, publié en 1990 et dans Les lieux de la culture : une théorie postcoloniale, Paris, Payot, 2007, publié initialement en 1994.
- J.F. Bayart, L'illusion identitaire, Fayard, 2000
- H. Becker - Outsiders, Paris, A.M. Métailié, 1985
- Ruth Benedict, Échantillons de civilisation, Paris, Gallimard, 1950.
- M. Bourse et H. Yücel, Pour comprendre les Cultural Studies, L'Harmattan, 2016
- M. Bourse, "Des mots et des idées : Interculturel et /ou Multiculturel", Édition L'Harmattan, Paris. 2017
- C. Camilleri, M. Cohen-Emerique, Chocs des cultures : concepts et enjeux pratiques. L'Harmattan, 1989
- Néstor García Canclini, Cultures hybrides. Stratégies pour entrer et sortir de la modernité, PUL, Collection: Americana 2010
- M. De Carlo, L'interculturel, Clé international, Paris, 1998
- F. Constant, Le multiculturalisme, Flammarion, 2000
- D. Cuhe, 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 multicultural
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