

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 691	Dijital Medya Stratejileri	1	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Bu ders, dijital teknolojinin, çevrimiçi dağıtım kanallarının ve sosyal ağların ortaya çıkışı ve gelişimiyle birlikte, medya ve iletişim sektörlerinde yaşanan değişimi, ağırlıklı olarak ekonomik neden ve sonuçları üzerinden ele almakta ve güncel literatürün yanı sıra örnek olay incelemeleri ve öğrencilerin geliştirecekleri projeler yardımıyla tartışmayı amaçlamaktadır.
İçerik	Bkz. Konu Başlıkları
Kaynaklar	Kitaplar Chris Anderson (2008). Uzun Kuyruk, Optimist Yayınları. Erik Brynjolfsson, Andrew McAfee (2014). The Second Machine Age, Türk Hava Yolları Yayınları. Haluk Geray (2019). Medyanın Yeni Ekonomisinde Kurumsal İletişim, Ütopya Yayınevi. Jeff Jarvis (2010). Google Olsa Ne Yaptı, Mediacat Yayınları. Clay Shirky (2010). Herkes Örgüt, Optimist Yayınları

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma ve dersin tanıtımı
2	Teknoloji ve toplum ilişkisi, internetin toplumsal ve ekonomik bağlamı
3	Dijital teknoloji, Moore yasası, dijital 'bedava'
4	Üretim araçlarının demokratikleşmesi, amatörün yükselişi, kitlesel amatörleşme
5	Dağıtım araçlarının demokratikleşmesi, eşik bekçiliğinin değişen işlevi
6	Uzun kuyruk ve süperstar ekonomisi kuramları
7	Uzun kuyruk'un çeşitli medya sektörlerindeki etkileri
8	Vize sınavı
9	Platformların yükselişi, platformlar ve yayıncılar ilişkisi
10	Dijital reklamcılık piyasası
11	Dijital medyada yeni ve değişen iş modelleri
12	Açık kaynak topluluklar ve açık kaynak ekonomisi
13	Öğrenci projelerinin sunumu
14	Öğrenci projelerinin sunumu

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 619	Stratejik İletişimde Yeni Yaklaşımlar	1	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Bu ders stratejik iletişim ile ilgili endüstrilerin toplum ve genel olarak da kültür üzerindeki etkilerinin özellikle de yeni yaklaşımların ışığında ele alınmasını amaçlamaktadır.
İçerik	Bu ders stratejik iletişim ile ilgili endüstrilerin toplum ve genel olarak da kültür üzerindeki etkilerinin özellikle de yeni yaklaşımların ışığında ele alınmasını amaçlamaktadır. Dijitalleşme ve küreselleşmeye dayalı dönüşümler bağlamında devletler, özel işletmeler ve STK'ların uyguladıkları stratejik iletişim faaliyetleri, bu sosyal bir fenomen çerçevesinde analiz edilecektir.
Kaynaklar	Ders notları. CHOMSKY, Noam. Medya Denetimi: Immediast Bildirgesi. 2. Baskı, İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık, 1995. ROPER; Juliet. Roper, "Symmetrical Communication: Excellent Public Relations or a Strategy for Hegemony?", Journal of Public Relations Research, 17(1), 69-87. ÇINARLI İnci, Stratejik İletişim Yönetimi, 2. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 2013. ERDOĞAN, İrfan. Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler, Ankara: Erk Yayınları, 2006. EWEN, Stuart. PRI A Social History of Spin. New York: Basic Books, 1996. FALKHEIMER, Jesper and HEIDE, Mats, Strategic Communication: An Introduction, London: Routledge, 2018. GRUNIG, James E. ve HUNT, Todd. Managing Public Relations, New York: Holt, Reinehart ve Wilson Inc., 1984. HALLAHAN, K. et.al., "Defining Strategic Communication", International Journal of Strategic Communication, 1(1), 2007. IHLEN Øyvind, VAN RULER Betteke ve FREDRIKSSON Magnus, Public Relations and Social Theory: Key Figures and Concepts, New York: Routledge, 2009. 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. MOLONEY, Kevin. Rethinking Public Relations: The Spin and the Substance, New York: Routledge, 2000. PELTEKOĞLU BALTA Filiz, Halkla İlişkiler Nedir?, 8. Baskı, Beta Yayınları: İstanbul, 2012. PRATKANIS Anthony ve ARONSON Elliot, Propaganda Çağı: İknanın Gündelik Kullanımı ve Suistimali,

Çev.Nagihan Haliloğlu, İstanbul: Paradigma Yayınları, 2008.

TOTH, Elisabeth L. and HEATH, Robert L.(ed.), Rhetorical and Critical Approaches to Public Relations, New Jersey: Lawrence and Erlbaum Associates, 2002.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Stratejik iletişim yönetiminin genel çerçevesi / Stratejik iletişim biçimleri
2	Stratejik iletişim teorileri
3	Stratejik iletişim uygulamaları: Yaratıcı endüstriler, güvenlik, kamu diplomasisi vb.
4	Stratejik iletişim ve paydaş yönetimi
5	Bir sosyal fenomen olarak stratejik iletişim
6	Sosyal teori ve stratejik iletişim I
7	Sosyal teori ve stratejik iletişim II
8	Stratejik iletişimde etik sorunsallar I
9	Stratejik iletişimde etik sorunsallar II
10	Stratejik iletişim işlevleri olarak kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS), sürdürülebilirlik, kurumsal vatandaşlık.
11	Öğrenci sunumları
12	Öğrenci sunumları
13	Öğrenci sunumları
14	Öğrenci sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 622	Kriz ve Risk İletişimi Yönetimi	2	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	-
2	-
3	-
4	-
5	-
6	-
7	-
8	-
9	-
10	-
11	-
12	-
13	-
14	-

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 632	Sağlık İletişimi	2	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	-
2	-
3	-
4	-
5	-
6	-
7	-
8	-
9	-
10	-
11	Sağlık mevzuatı, sağlıkta tanıtım ihlâlleri-etik ilkeler.
12	-
13	-
14	-

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 661	Marka Yönetim Stratejileri Analizi	1	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Brand, branding and brand equity concepts will be defined and strategies of high equity brands will be explained and examples will be given brand managements key concepts such as brand loyalty, familiarity, associations and perceived quality will be explained in detail and their interrelation and interaction will be given with supporting examples, strategic analysis and its components needed for the success of a brand will be defined; basic concepts such as product, corporation, personality and symbol will defined and explained in accordance within brand identity strategies of brand stretching / extension will be explained and specific cases will be given and analysed.
İçerik	Week 1. Brand, branding and brand equity concepts Week 2. Key concepts constituting brand equity Week 3. Brand loyalty and familiarity Week 4. Importance of quality and perceived quality for brands Week 5. Brand associations Week 6. Name, symbol and slogan and their relation with brand association Week 7. Mid-term exam Week 8.Strategic brand analysis: Customer, competition and internal analysis. Week 9. Cases for strategic brand analysis. Week 10. Key concepts constituting brand identity Week 11. Brand as product and corporation Week 12.Brand as person and symbol Week 13. Brand stretching/extension decisions Week 14. Brand stretching/extension strategies
Kaynaklar	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. Related academic articles

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 603	Dijital Platformlarda Stratejik İletişim	2	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	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 kılması; 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.
İçerik	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: İlgörü 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
Kaynaklar	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

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dijital ve sosyal medya kavramı, iletişim stratejilerinde dijital medya ile geleneksel medya kullanımı karşılaştırması
2	PR 2.0 kavramı ve dijital düşünce sistemi oluşturma
3	Dijital Dönüşüm ve 4'lü medya türleri
4	Geleneksel ve Dijital Medyada Tüketici Davranışları (customer, consumer, shopper)
5	Dijital ağlarda içerik yönetimi
6	Büyük Veri ve Stratejik İletişim Uygulamalarındaki Rolü (Örnek olay incelemeleri)
7	Vize sınavı
8	Sosyal Medyada Pazarlama İletişimi (içerik üretimi, etkileşim ve müşteri deneyimi, influencer marketing, web takip ve monitoring, marka dili)
9	Dijital Kampanya Stratejisi Oluşturma (iç görüyü doğru okuma, başarı kriterlerini belirleme, mesaj hedefi, mecra hedefi, hedef kitle belirleme, takvim)
10	Uzman konuk daveti ,
11	Viral halkla ilişkiler ve sosyal topluluklar etkileşimi,
12	Markaların yeni güç kaynağı: Kişi odaklı uygulamalar,
13	Sosyal medyada stratejik halkla ilişkiler planı hazırlama ,
14	Ödev sunumu,

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 623	Kültürlerarası İletişim	2	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, kültürlerarası ilişkilerde iletişimsel soruları anlamaktır.
İçerik	Kültürlerarası ilişkilerde iletişimsel sorular. İletişim engelleri: dil stereotipler, davranış.
Kaynaklar	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 • 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 Appadurai, 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, Pourrons nous vivre ensemble? Egaux et différents. Fayard, 1997
- G. Vinsonneau, Culture et comportement. A. Colin, Paris, 1997
- M. Walzer, Pluralisme et Démocratie, Esprit, 1997
- P. Weil, La France et ses étrangers. L'aventure d'une politique de l'immigration de 1938 à nos jours, Folio, Gallimard, 1995
- M. Wieviorka, L'espace du racisme, Seuil, 1991

- M. Wieviorka (dir.) Une société fragmentée, le multiculturalisme en débat, La Découverte, 1997
- M. Wieviorka, Le racisme, une introduction, La Découverte -poche, "Essais", 1998

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	İletişim sorunları
2	İletişim kuramları ve tanımı
3	Kültür tanımı ve kuramları
4	Kültürlerarasılık/ çokkültürlülük
5	Dil sorunu 1
6	Dil sorunu 2
7	Stereotipler ve önyargılar 1
8	Stereotipler ve önyargılar 2
9	Davranış yapısı olarak iletişim
10	Kültürlerarası iletişimde sözel olmayan iletişim
11	Sunum
12	Sunum
13	Sunum
14	Sunum

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 612	Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri	2	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 601	İletişim Kuramları ve Modelleri	1	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 631	Görsel Kültür	1	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 616	Seminer	1	0	0	0	0	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 671	Stratejik İletişim Yönetiminde Web	2	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 617	Sosyal ve Beşeri Bilimlerde Nitel Yaklaşımlar ve Yöntemler	2	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 681	Sosyal Etki Mekanizmaları ve Medya	1	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 613	Küreselleşme ve Sanal Toplum	2	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 662	Seminer	2	0	0	0	0	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 651	Pazarlama İletişimi	1	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 621	Kurumsal İletişim ve İtibar Yönetimi	1	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
-------	-----------------