

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	Bu derste iletişim kuram ve modelleri genel sosyal teori kapsamında ele alınıp öğrenciye eleştirel farkındalık kazandırmak amaçlanmaktadır.
İçerik	Başat Medya Medya Çalışmaları ve Başat Medya Teorilerinin Eleştirisi, Frankfurt Ekolü ve kültür endüstrisi eleştirisi
Kaynaklar	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 .

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Başat Medya Medya Çalışmaları
2	Başat Medya Teorilerinin Eleştirisi
3	Antonio Gramsci'nin Yapıtları Bağlamında Hegemonya ve Rıza
4	Frankfurt Ekolüne Giriş
5	Frankfurt Ekolü Kültür Endüstrisi
6	Estetik Kuram ve Kitle Kültürü Eleştirisi
7	Medyanın Ekonomi Politikliği (Medya Emperyalizmi, Propaganda Modeli)
8	Vize
9	Adorna'dan Bourdieu'ye İdeoloji
10	Kitle toplumu ve kültürüne yönelik eleştirel çalışmalar
11	Walter Benjamin estetik kuram ve kültürel direniş imkanları
12	Enformasyon ve Gözetim Toplumu
13	Antonio Negri ve Michel Hardt'da küreselleşmenin politik, kültürel ve ekonomik eleştirisi
14	Genel Değerlendirme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS

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

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	-

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

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	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.
İçerik	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
Kaynaklar	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.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Kurum, kurumsal iletişim kavram ve amaçları
2	Örgüt Kuramları
3	Kurumlarda İletişim Biçim ve Araçları, Kanallar
4	Kurumsal Sosyal sorumluluk
5	Kurum Kimliği ve İmajı
6	Kurum Kültürü
7	Vize
8	Kurumsal İtibar
9	Kurumsal İtibarın Değerlendirilmesi
10	Kurumsal Krizler
11	Liderlik ve İletişim
12	Kurumlarda iletişim engel ve bozuklukları
13	Örnek ve Uygulamalar
14	Örnek ve Uygulamalar

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	Bu dersin amacı, imgelerin üretimini, dolaşımını ve alımını görsel evreni anlaşılır kılan göstergebilim kuramları ışığında incelenecektir.
İçerik	Görsel kültürün özellikleri Görsel kültürün gelişimi İmge kavramı Göstergebilim Görsel göstergebilim
Kaynaklar	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

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Görsel kültürün özellikleri
2	Görsel kültürün gelişimi
3	İmge kavramı
4	İmge kavramı
5	Göstergebilim
6	Görsel göstergebilim
7	Sunum
8	Sunum
9	Reklam imgesi çözümlemesi
10	Reklam imgesi çözümlemesi
11	Televizyon imgesi çözümlemesi
12	Sinema imgesi çözümlemesi
13	Sunum
14	Sunum

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	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.
İçerik	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
Kaynaklar	Halil Seyidoğlu. Bilimsel Araştırma ve Yazma Teknikleri. 8. Baskı, İstanbul: 2000

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları

Hafta	Sunum teknikleri Konu Başlıkları
2	Tez yazımına giriş, veri toplama
3	Tez yazımı; problematik ve hipotez oluşturma
4	Tez yazımı; kaynak gösterme
5	Bilimsel yazı ve sunuş
6	Sektörden konuklar
7	Sektörden konuklar
8	Sektörden konuklar
9	Sektörden konuklar
10	Sektörden konuklar
11	Öğrenci sunumları
12	Öğrenci sunumları
13	Öğrenci sunumları
14	Öğrenci sunumları

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	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 iletişimideki 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 detaylı şekilde tanımlanacak ve açıklanacak; bütünleşik pazarlama iletişimi karması elemanlarından Reklam, H. İlişkiler, Satış Promosyon, Kişisel Satış tanımlanacak ve her bir karma elemanın pazarlama iletişimideki yeri ve önemi örneklerle açıklanacak.
İçerik	1. Hafta: Pazarlama iletişimi temel kavramları. 2. Hafta: Bütünleşik pazarlama iletişiminin temel unsurları ve kurumlar için gerekliliği. 3. Hafta: Pazarlama İletişimi sürecine etki eden temel iletişim kavramları. 4. Hafta: Kitle iletişim araçları ve e-medyanın pazarlama iletişimideki yeri ve önemi. 5. Hafta: Uluslararası bağlamda pazarlama iletişimi. 6. Hafta: Bütünleşik pazarlama iletişimi yönetimi planlaması. 7. Hafta: Ara Sınav (vize). 8. Hafta: Bütünleşik pazarlama iletişimi yönetimi bütçeleme. 9. Hafta: Hedef/strateji ve taktik oluşturma I. 10. Hafta: Hedef/strateji ve taktik oluşturma II. 11. Hafta: Reklamın bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi. 12. Hafta: H.İlişkilerin bütünleşik pazarlama iletişimi 13. Hafta: Kişisel satışın bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi. 14. Hafta: Satış promosyonunun bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi.
Kaynaklar	Pickton, D., Broderick, A. (2005). Integrated Marketing Communications, London: Prentice Hall. Kotler, P., Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing, New Jersey: Prentice Hall. Dahlen,M., (2010). Marketing Communications: Wiley İlgili güncel Makaleler

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	1. Hafta: Pazarlama iletişimi temel kavramları.
2	2. Hafta: Bütünleşik pazarlama iletişiminin temel unsurları ve kurumlar için gerekliliği.
3	3. Hafta: Pazarlama İletişimi sürecine etki eden temel iletişim kavramları.

Hafta	Konu Başlıkları
	4. Hafta: Kitle iletişim araçları ve e-medyanın pazarlama iletişimiindeki yeri ve önemi.
5	5. Hafta: Uluslararası bağlamda pazarlama iletişimi.
6	6. Hafta: Bütünleşik pazarlama iletişimi yönetimi planlaması
7	7. Hafta: Ara Sınav (vize).
8	8. Hafta: Bütünleşik pazarlama iletişimi yönetimi bütçeleme.
9	9. Hafta: Hedef/strateji ve taktik oluşturma I.
10	10. Hafta: Hedef/strateji ve taktik oluşturma II.
11	11. Hafta: Reklamın bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi.
12	12. Hafta: H.İlişkilerin bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi.
13	13. Hafta: Kişisel satışın bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi.
14	14. Hafta: Satış promosyonunun bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri ve önemi.

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	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.
İçerik	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
Kaynaklar	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.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş: Medya Toplum ilişkisi çerçevesinde oluşan genel sorular, kritik perspektif
2	G. Le Bon “ Kitleler Psikolojisi” G. Tarde “ Taklit Kanunları” 4. 5. 7. 8. Vize 9. Sosyal medyanın kullandığı sosyal etki formları I 10. Sosyal medyanın kullandığı sosyal etki formları II 11. Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları 13.Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları 14. Genel Değerlendirme, sosyal medyanın geleceğine ilişkin perspektif oluşturma
3	Toplumsal normların oluşumu
4	S. Asch Deneyi - Otoriteye itaat ve sosyal rollerin etkisi - S.Milgram ve P. Zimbardo deneyleri

Hafta	Konu Başlıkları
5	Sosyal Etki ve Medya: Propaganda, Politika ve Toplum
6	Yale Üniversitesi “ Temel İletişim ve Tutum Değişimi ” Laboratuvar deney sonuçları
7	Vize
8	Sosyal ağlar etrafında şekillenen yeni ikna stratejileri I
9	Sosyal ağlar etrafında şekillenen yeni ikna stratejileri II
10	Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları
11	Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları
12	Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları
13	Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları
14	Genel Değerlendirme

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	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.
İçerik	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
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. İlgili Diğer Güncel Makale ve Kitaplar

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	1. Hafta: Marka, markalama ve marka öz varlığı kavramları.
2	2. Hafta: Marka özvarlığını oluşturan anahtar kavramlar.
3	3. Hafta: Marka sadakati, bilinirliği.
4	4. Hafta: Kalite ve algılanan kalitenin markaya yansımaları.
5	5. Hafta: Marka çağrışımları.
6	6. Hafta: Çağrışımlar bağlamında isim, sembol ve slogan.
7	7. Hafta: Ara Sınav (vize).
8	8. Hafta: Stratejik marka analizi: müşteri, rekabet, içsel analiz.

Hafta	Konu Başlıkları
	9. Hafta: Stratejik marka analizi için vakalar
10	10. Hafta: Marka kimliğini oluşturan anahtar kavramlar ve tanımlar
11	11. Hafta: Ürün ve Kurum olarak marka
12	12. Hafta: Kişi ve Sembol olarak marka
13	13. Hafta: Marka genişletme kararları
14	14. Hafta: Marka genişletme stratejileri

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 628	Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi	1	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilerin siyasal iletişim ve kamu diplomasisi kavramları hakkında eleştirel düşüncelerini sağlamak, bu kavramlarla ilgili doğru strateji ve taktikleri seçmeyi bilmelerini sağlamaktır. Kamu diplomasisi

	özelinde ise bu ders kapsamında öğrencilerin uluslararası kamuoyu yönetimi kapsamında ulusal itibarı yerleştirmeyi ve sürdürmeyi bilmelerini sağlamaktır.
İçerik	Bu ders kapsamında sırasıyla aşağıdaki konular işlenir. 1. Hafta Kamuoyu kavramı ve halkla ilişkilerin kamuoyu oluşturmadaki rolü Halkla ilişkilerde rızanın üretilmesi ve kamusal alanda meşruiyet Kamusal alanda siyasal iletişim Siyasal iletişim kavramı Siyasal iletişim süreci ve unsurları 2.Hafta Siyasal iletişimde aktörler Siyasal iletişimde medyanın önemi ve post truth kavramı 3.Hafta Siyasal halkla ilişkilerde yöntem ve teknikler Siyasal iletişimde retorik Siyasal propaganda teknikleri 4.Hafta Siyasal reklam Siyasal halkla ilişkilerde baskı grupları ve lobicilik Siyasal halkla ilişkiler kampanyaları (Araştırma- Planlama- Uygulama- Değerlendirme) Kampanya örnekleri 5.Hafta Diplomasi kavramı Küreselleşme ile değişen güç kavramı, küreselleşme sonrasında diplomatik aktörler Sert güç- yumuşak güç ve akıllı güç kavramları Kamu diplomasisi tanımları Kamu diplomasisi tarihçesi 6.Hafta Kamu diplomasisinde hedef kitle ve kaynak Kamu diplomasisi aktörleri 7.Hafta (Kesin Değil) Vize sınavı 8.hafta Uluslararası halkla ilişkiler ve imaj yönetimi Kamu diplomasisi/stratejik iletişim yönetimi/algılama yönetimi/propaganda: arasındaki ilişkilerin analizi 9.hafta Kamu diplomasisi modelleri Kamu diplomasisi strateji ve taktikleri: Kültürel Diplomasi - Yurttaş Diplomasisi- İnanç Diplomasisi- Uluslararası Yayımıcılık 10.hafta Kamu diplomasisi strateji ve taktikleri: Uluslararası Etkinlikler- Ünlü Kullanımı- Ulusal Markalar) Kamu diplomasisi 2.0, Dijital Diplomasi 11.hafta Kamu diplomasisi faaliyetlerinden örnekler Dünyada Kamu Diplomasisi (ABD, Fransa, İngiltere,) Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Öğeleri (Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü-Dışişleri Bakanlığı- Turizm

	Bakanlığı- TİKA) 12. hafta Öğrenci sunumları 13.hafta Öğrenci sunumları 14.hafta Öğrenci sunumları
Kaynaklar	Gaye Aslı Sancar, Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler. 2. Basım, Beta Yayınları, İstanbul, 2014. Gaye Aslı Sancar (Ed.) Kamu Diplomasisinde Yeni Yaklaşımlar ve Örnekler. Beta Yayınları, İstanbul, 2016 Gaye Aslı Sancar. "Turizm Diplomasisi Kapsamında Yer Markalama: Turkey Home Kampanya Analizi" Selçuk İletişim Dergisi. Sayı: 9 (2017) İnci Çınarlı, Stratejik İletişim Yönetimi. 2. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 2013. Senem Çevik ve Philip Seib, Turkey's Public Diplomacy, Palgrave MacMillan, New York, 2015. Senem Çevik ve Mehmet Şahin, Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi, Nobel Yayınları, Ankara, 2015. Joseph Nye, Soft Power: The Means to Success in World Politics, Public Affairs, 2005. Nancy Snow and Philip Taylor, (Eds.) Handbook of Public Diplomacy, New York: Routledge, 2009 Kathy Fitzpatrick. The Future of U.S. Public Diplomacy: An Uncertain Fate. Leiden, Martinus Nijhoff Publishers, 2009. Jan Melissen. The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations. Second Edition. New York: Palgrave Macmillan, 2007 William Rugh. (Ed.), The Practice of Public Diplomacy. New York, Palgrave Macmillan, 2011. Philip Seib. (Ed.) Toward a New Public Diplomacy. New York, Palgrave Macmillan, 2009. Rhonda Zaharna. Battles to Bridges. New York, Palgrave Macmillan, 2010. Philip Seib. Real-Time Diplomacy. New York, Palgrave MacMillan, 2012. William Kiehl (Ed.) The Last Three Feet: Case Studies in Public Diplomacy. Washington, Public Diplomacy Council, 2012. James Pamment. New Public Diplomacy in the 21st Century. London, Routledge, 2012. Gyorgy Szozndi "Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences", Discussion Papers in Diplomacy. Netherlands Institute of International Relations Clingendael, No:112, Netherlands, 2008 Aslı Yağmurlu. "Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi", İletişim Araştırmaları Dergisi. Ankara, Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi, 2011, ss. 9-39. Brian Mc Nair, An Introduction to Political Communication. Fifth Edition, Routledge, 2012. Holli A Semetko and Margaret Scammell (Eds.) The Sage Handbook of Political Communication. Sage Publications, 2012. Lynda Lee Kaid. Handbook of Political Communication Research. Routledge, 2004.

	Gadi Wolfsfeld. Making Sense of Media and Politics: Five Principles in Political Communication. Routledge, 2011.
	Dan F. Hahn. Political Communication: Rhetoric, Government and Citizens. Strata. 2003.
	Micheal John Burton and Daniel M. Shea. Campaign Craft: The Strategies, Tactics and Art of Political Campaign Management. Fourth Edition. Praeger, 2010.
	Eric Louw. The Media and Political Process. London, Sage Publications, 2005.
	Oya Tokgöz. Siyasal İletişimi Anlamak. 1. Basım Ankara: İmge Kitabevi, 2008.
	Aziz, Aysel. Siyasal İletişim. Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2003.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Kamuoyu kavramı ve halkla ilişkilerin kamuoyu oluşturmadaki rolü, Halkla ilişkilerde rızanın üretilmesi ve kamusal alanda meşruiyet, Kamusal alanda siyasal iletişim, Siyasal iletişim kavramı, Siyasal iletişim süreci ve unsurları
2	Siyasal iletişimde aktörler, Siyasal iletişimde medyanın önemi ve post-truth kavramı.
3	Siyasal halkla ilişkilerde yöntem ve teknikler, Siyasal iletişimde retorik, Siyasal propaganda teknikleri
4	Siyasal reklam, Siyasal halkla ilişkilerde baskı grupları ve lobicilik, Siyasal halkla ilişkiler kampanyaları (Araştırma- Planlama- Uygulama- Değerlendirme) Kampanya örnekleri
5	Siyasal iletişim üzerine okumalar ve tartışma
6	Diplomasi kavramı, Küreselleşme ile değişen güç kavramı, küreselleşme sonrasında diplomatik aktörler, Sert güç- yumuşak güç ve akıllı güç kavramları, Kamu diplomasisi tanımları, Kamu diplomasisi tarihçesi
7	Kamu diplomasisinde hedef kitle ve kaynak, Kamu diplomasisi aktörleri, Uluslararası halkla ilişkiler ve imaj yönetimi, Kamu diplomasisi/stratejik iletişim yönetimi/algılama yönetimi/propaganda: arasındaki ilişkilerin analizi
8	Vize Sınavı
9	Kamu diplomasisi modelleri Kamu diplomasisi strateji ve taktikleri: Kültürel Diplomasi - Yurttaş Diplomasisi- İnanç Diplomasisi- Uluslararası Yayımcılık
10	Kamu diplomasisi strateji ve taktikleri: Uluslararası Etkinlikler- Ünlü Kullanımı- Ulusal Markalar) Kamu diplomasisi 2.0, Dijital Diplomasi
11	Kamu diplomasisi faaliyetlerinden örnekler Dünyada Kamu Diplomasisi (ABD, Fransa, İngiltere,) Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Öğeleri (Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü-Dışişleri Bakanlığı- Turizm Bakanlığı- TİKA)
12	Öğrenci Sunumları
13	Öğrenci Sunumları
14	Öğrenci Sunumları

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 Yapardı, 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 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	Bu ders kapsamında öğrencilerin, stratejik iletişim yönetimi bağlamında büyük bir çeşitlilik gösteren etkileşimli medya ortamlarına yönelik hem biçim hem de içerik düzeyinde analitik değerlendirme becerilerinin geliştirmesi hedeflenmektedir. Ders kapsamında öncelikle internet ve web fenomenleri tarihselleştirme ve geleceğe yönelik öngörüler üzerinden detaylı olarak irdelenecektir. Hem kullanıcı hem de etkileşimli ortam düzeyinde büyük bir çeşitliliği beraberinde getiren söz konusu evrim, mevcut uygulamalar üzerinden yapılacak kavramsallaştırma eşliğinde ele alınacaktır. Bunu takiben “kullanıcı-bilgisayar etkileşimi”nin tarihçesi eşliğinde “grafik arayüzü” kavramı ve “kullanılabilirlik” kavramı, alandaki önemli ve güncel araştırmaların bulguları ve vaka analizleri üzerinden irdelenecektir. Bu bağlamda kullanıcılar ve etkileşimli medya ortamları arasında kurulacak olan kullanıcı deneyimini desteklemek ve geliştirmek için çeşitli arayüz tasarım kriterleri ve süreçleri, web sitesi, portal, mobil arayüz, etkileşimli televizyon, vb. gibi farklı etkileşimli medya ortamları üzerinden sunulacaktır. Dönem sonunda öğrencilerden, seçtikleri popüler etkileşimli medya ortamlarını oylumlu olarak analiz etmeleri ve gerekiyorsa revizyon önerileri sunmaları talep edilecektir.
İçerik	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, özürlü, 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

Kaynaklar

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 Tomorrow's 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 Tomorrow's 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 Aykın (ed.) Usability and Internationalization of Information Technology, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, New Jersey, 79-122.

3 Information Architecture

- Resmini, A. and Rosati, L. (2011) A Brief History of Information Architecture, Journal of Information Architecture, Vol. 3, Issue 2, p. 33-45, <http://journalofia.org/volume3/issue2/03-resmini/jofia-0302-03-resmini.pdf>
- Barker, I. (2005) What is information architecture?, Step Two Design, http://www.steptwo.com.au/papers/kmc_whatinfoarch/index.html
- Nielsen, J. (2009) Top 10 Information Architecture (IA) Mistakes, <http://www.nngroup.com/articles/top-10-ia-mistakes/>
- TECED (2013) IA Evaluation Methodologies, <http://teced.com/services/information-architecture-ia/ia-evaluation-methodologies/>
- Righi, C., James, J., Beasley, M., Day, D. L., Fox, J. E., Gieber, J., Howe, C. and Ruby, L. (2013) Card Sort Analysis Best Practices, Journal of Usability Studies, Vol. 8, Issue 3, May 2013 pp. 69-89, http://www.upassoc.org/upa_publications/jus/2013may/JUS_Righi_May_2013.pdf
- Richards, J. (2013) The Grammar of Interactivity, UX Booth, http://www.uxbooth.com/articles/the-grammar-of-interactivity/?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter
- Anderson, C. (2004) The Long Tail, Wired, Issues 12.10, October 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-b7c4-00000aabb0f27&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-aeff34090b-bd#.ocoezqreq>

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Discussion
2	Discussion
3	Vaka Analizleri
4	Vaka Analizleri
5	Vaka Analizleri
6	Vaka Analizleri
7	Vaka Analizleri
8	Vaka Analizleri
9	Vaka Analizleri
10	Vaka Analizleri
11	Vaka Analizleri
12	Vaka Analizleri
13	Öğrenci Sunumları

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	Bu derste öğrencilere halkla ilişkiler faaliyetlerinin yürütülmesi sürecinde gereksinim duyacakları yazarlık bilgisinin kazandırılması amaçlanmaktadır. Halkla ilişkiler yazarlığının önemi ve amaçları, halkla ilişkilerde kullanılan yazılı ve görsel materyaller, medya ilişkileri, kurumsal yayınlar ve kurumsal web siteleri bu ders kapsamında ele alınacak konulardır.
İçerik	1.Hafta: Kavramsal çerçeve. 2.Hafta: Haber yazma teknikleri. 3.Hafta: Basın bültenleri. 4.Hafta: Basın makaleleri, mektup, röportaj. 5.Hafta: Kurumsal yayınlar: broşür, dergi, gazete, kitapçık vb... 6.Hafta: Davetiye, el ilanları. 7.Hafta: Ara Sınav. 8.Hafta: Kurumsal Tanıtım Yazarlığı. 9.Hafta: Web yazarlığı. 10.Hafta: Görsel işitsel basına yönelik duyurular. 11.Hafta: Uygulamalar. 12.Hafta: Uygulamalar.

	13.Hafta: Uygulamalar. 14.Hafta: Uygulamalar.
Kaynaklar	Atilla GİRĞİN, Haber Yazmak, Der yayınları, İstanbul,2002. Ayla OKAY ve Aydemir OKAY, Halkla İlişkiler ve Medya, MediaCat Kitapları, İstanbul, 2002. Ece ÇÖKLÜ, Halkla İlişkilerde Medya Yönetimi, Set-Systems, 2004. Dennis WILCOX, Public Relations Writing and Media Techniques, Addison Wesley Publishing Company; 3 Sub edition, 1996.

Teori Konu Başlıkları

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

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	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.
İçerik	Kriz yönetimi Kriz iletişimi kuramları Kriz iletişimi stratejileri Kriz yönetiminde ölçümlleme ve değerlendirme Vak'a analizleri Risk algılaması Risk iletişimi Risk iletişimi kuramları 'Korku kültürü' 'Risk Toplumu' 'Refleksif modernite'
Kaynaklar	Ders notları. (1) Ulrich BECK, World Risk Society, Cambridge: Polity Press, 1998. (2) Ulrich BECK, "Living in the World Risk Society", Hubhouse Memorial Public Lecture at LSE, 15 February

2006.

(3) Ulrich BECK, World at Risk, Translated by Ciaran Cronin, Cambridge: Polity Press, 2009.

(4) Ulrich BECK, "The Reinvention of Politics: Towards a Theory of Reflexive Modernization", in Reflexive Modernization, Ulrich Beck, Anthony Giddens, Scott Lash (eds.), Cambridge: Polity Press, 1994, ss.1-56.

Dan GARDNER. Risk: The Science and Politics of Fear, London: Virgin Books, 2009.

Niklas LUHMANN, "Modern Society Shocked by Its Risks", Occasional Paper 17. Social Sciences Research Centre (Hong Kong Üniversitesi Sosyoloji Bölümü işbirliği ile), 1996.

Simon CATTLE, "Ulrich Beck, 'Risk Society' and the Media", European Journal of Communication, 13 (1): 5-32.

İnci ÇINARLI, Kriz İletişimi: Örnek Vaka Analizleri ile, İstanbul: Beta Yayınları, 2016.

Frank FUREDI, How Fear Works, London: Bloomsbury Publishing, 2018.

Anthony GIDDENS, "Risk", BBC/Reith Lectures, Hong Kong, 1999.

Katie PAINE DELAHAYE. "How to Measure Your Results in Crisis", (2003),
<http://www.instituteforpr.com/pdf/HowtoMeasureYourResultsinaCrisis>, KatieDelahayePaine2002.pdfIPR, 11.06.2006.

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 662	Seminer	2	0	0	0	0	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Bu derste stratejik iletişim yönetimi ile bağlantılı konularda çeşitli bilimsel dergilerde yayınlanmış makaleler, araştırmalar, projeler incelenecektir. Ayrıca konuk öğretim elemanlarının katılımıyla iletişim alanındaki güncel sorunlar tartışılacaktır. Öğrencilerin sektörün içinden profesyonellerden alacakları derslerle stratejik iletişim yönetimiyle ilişkili farklı alanlar hakkında bilgi sahibi olması amaçlanmaktadır.
İçerik	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
Kaynaklar	Halil Seyidoğlu. Bilimsel Araştırma ve Yazma Teknikleri. 8. Baskı, İstanbul: 2000

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	1. ders : Giriş
2	2. ders : Araştırmaya giriş
3	3. ders : Bir araştırma sorusu tanımlama
4	4. ders : Bir çalışma
5	5. ders : Tanımlayıcı araştırma ile ilgili kavramlar
6	6. ders : Anket
7	7. ders : Gözlem
8	8. ders : Deneysel araştırma ile ilgili kavramlar
9	9. ders : Veri analizi ile ilgili kavramlar
10	10.ders : Analiz
11	11. ders : Araştırma makaleleri ve tartışmalar
12	12. ders : Sunum
13	13. ders : Vize
14	14. ders : Sunum (Araştırmalar ve Raporlar)

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	Sosyal Ağların etrafında yeniden şekillenen toplumsal kodlar ve beraberinde oluşan yeni iletişim biçimleri incelenecektir. Bu çerçevede tartışılacak temel sorular: “Ağ” kavramının öne çıkardığı paradigmlar nelerdir? Örgütler ve Kurumlar bu yeni sosyal düzen etrafında nasıl yeniden organize olmakta ya da dönüşmektedirler? Etkileşimli iletişim ortamlarının oluşturduğu sanal gerçekliğinin inşasını nasıl tanımlamak ya da anlamlandırmak gerekir?
İçerik	1.Hafta: Giriş: Genel Kavramlar Teknik/Teknoloji – Teknik/Bilim ayrımı 2.Hafta: Teknolojik Gelişim süreci - İnternetin gelişim aşamalarının düşündürdükleri Musso, P. (2016). Network ideology: from saint-simonianism to the internet. In Pierre Musso and the Network Society (pp. 19-66). Springer, Cham. Schroeder, R. (2018). Social theory after the internet: media, technology and globalization , UCL Press. Schroeder, R., & Brügger, N. (2017). Introduction: The web as history. UCL Press. 3.Hafta: Enformasyon temelli yeni toplum düzeni Bell, D. (1976, May). The coming of the post-industrial society. In The Educational Forum (Vol. 40, No. 4, pp. 574-579). Taylor & Francis Group. Webster, F. (2014). Theories of the information society. Routledge. 4.Hafta: Ellul, J., Wilkinson, J., & Merton, R. K. (1964). The technological society (Vol. 303). New York: Vintage books. Güngörmez, B., & HEİDEGGER, M. TEKNOLOJİ VE TOTALİTARİZM YA DA TEKNOLOJİK TOTALİTARİZM. Sosyoloji

Dergisi, (10zel), 89-97.

5.Hafta:

Ağ kavramının gelişimi I – Ağ kavramının felsefi açımları

Van Dijk, J. (2016). Ağ toplumu. Epsilon Yayıncılık Ltd. Sti

6.Hafta:

Manuel Castell: ağ toplumunun ekonomi politiği I

Castells, M. (2005). ENFORMASYON ÇAĞI: EKONOMİ, TOPLUM VE KÜLTÜR BİRİNCİ CİLT AĞ TOPLUMUNUN YÜKSELİŞİ.

7.Hafta:

Manuel Castell: ağ toplumunun ekonomi politiği II

Castells, M. (2004). The network society A cross-cultural perspective. Edward Elgar.

8.Hafta:

Sanal Gerçekliğin Yaratılışı

Kellner, D. (1999). Baudrillard: a new McLuhan?. Parol: quaderni d'arte e di epistemologia, Parol on line-new media.

Baudrillard, J., & Adanır, O. (1998). Simülakrlar ve simülasyon. Dokuz Eylül Yayınları.

9.Hafta: Vize

10.Hafta:

Sosyal Ağların gelişimi - tarihsel süreç

Ellison, N. B., & Boyd, D. M. (2013). Sociality through social network sites. In The Oxford handbook of internet studies.

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of computer-mediated Communication, 13(1), 210-230.

Fuchs, C. (2017). Social media: A critical introduction. Sage.

11.Hafta: Giddens, A. (1998). Modernliğin Sonuçları. Ayrıntı Yay. istanbul.

Tomlinson, J. (1994). A phenomenology of globalization? Giddens on global modernity. European Journal of Communication, 9(2), 149-172.

12.Hafta: Pandemi sonrası dijital dönüşüm sürecinin değerlendirilmesi

13.Hafta:

Proje çalışmaları

14.Hafta:

Proje çalışmaları

Kaynaklar

Musso, P. (2016). Network ideology: from saint-simonianism to the internet. In Pierre Musso and the Network Society (pp. 19-66). Springer, Cham.

Schroeder, R. (2018). Social theory after the internet: media, technology and globalization , UCL Press.

Schroeder, R., & Brügger, N. (2017). Introduction: The web as history. UCL Press.

Crowley D, & Heyer P, (1999). Communications in History: Technology, Culture, Society, Longmans, White Plains NY.

Bell, D. (1976, May). The coming of the post-industrial society. In The Educational Forum (Vol. 40, No. 4, pp. 574-579). Taylor & Francis Group.

Webster, F. (2014). Theories of the information society. Routledge.

Ellul, J., Wilkinson, J., & Merton, R. K. (1964). The technological society (Vol. 303). New York: Vintage books.

Güngörmez, B., & HEİDEGGER, M. TEKNOLOJİ VE TOTALITARİZM YA DA TEKNOLOJİK TOTALITARİZM. Sosyoloji Dergisi, (10zel), 89-97.

Van Dijk, J. (2016). Ağ toplumu. Epsilon Yayıncılık Ltd. Sti

Manuel Castell: ağ toplumunun ekonomi politiği I

Castells, M. (2005). ENFORMASYON ÇAĞI: EKONOMİ, TOPLUM VE KÜLTÜR BİRİNCİ CİLT AĞ TOPLUMUNUN YÜKSELİŞİ.

	Castells, M. (2004). The network society A cross-cultural perspective. Edward Elgar. Kellner, D. (1999). Baudrillard: a new McLuhan?. Parol: quaderni d'arte e di epistemologia, Parol on line-new media. Baudrillard, J., & Adanır, O. (1998). Simülakrlar ve simülasyon. Dokuz Eylül Yayınları. Ellison, N. B., & Boyd, D. M. (2013). Sociality through social network sites. In The Oxford handbook of internet studies. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of computer-mediated Communication, 13(1), 210-230. Fuchs, C. (2017). Social media: A critical introduction. Sage. Giddens, A. (1998). Modernliğin Sonuçları. Ayrıntı Yay. İstanbul. Tomlinson, J. (1994). A phenomenology of globalization? Giddens on global modernity. European Journal of Communication, 9(2), 149-172. Güngörmez, B., & HEİDEGGER, M. TEKNOLOJİ VE TOTALITARİZM YA DA TEKNOLOJİK TOTALITARİZM. Sosyoloji Dergisi, (10zel), 89-97. The Journal of Computer-Mediated Communication, http://jcmc.indiana.edu/ Cybersociology Magazine, http://www.cybersociology.com/ Stanford, http://cyberlaw.stanford.edu/ The Internet Society (ISOC), http://www.isoc.org/isoc/ Pew Internet & American Life Project, http://www.pewinternet.org/
--	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Genel Kavramlar Teknik/Teknoloji – Teknik/Bilim ayrımı
2	Teknolojik Gelişim süreci - İnternetin gelişim aşamalarının düşündürdükleri
3	İletişim çalışmalarında “teknoloji” kavramının ele alınışı – tarihsel süreç
4	Jacques Ellul: Teknoloji kavramına eleştirel yaklaşım
5	Ağ kavramının gelişimi I – Ağ kavramının felsefi açımları
6	Manuel Castell: ağ toplumunun ekonomi politiği I
7	Manuel Castell: ağ toplumunun ekonomi politiği II
8	Jean Baudrillard: Sanal Gerçekliğin Yaratılışı
9	Ara sınav
10	Sosyal Ağların gelişimi - tarihsel süreç
11	Stratejik iletişim aracı olarak Sosyal Ağ Kullanımı – Facebook ve Twitter uygulamaları I
12	Stratejik iletişim aracı olarak Sosyal Ağ Kullanımı – Facebook ve Twitter uygulamaları II
13	Proje çalışmaları
14	Proje çalışmaları

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	Bu ders iletişim stratejilerinin sağlığın geliştirilmesi yönünde, kamu çıkarı esas alınarak incelenmesini ve alan ile ilgili bilgi ve becerilerin kazandırılmasını amaçlamaktadır.
İçerik	Sağlığın tıbbi ve sosyal modeli Sağlığın tıbbileştirilmesi Sağlık iletişiminde kişilerarası ve kitle iletişimi boyutları Sağlık iletişiminde kullanılan yöntemler Sağlık iletişimi kuramları ve modelleri Sağlık okuryazarlığı Bilim ve sağlık haberciliği
Kaynaklar	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)

Teori Konu Başlıkları

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

