

## 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. Marianne 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

Hafta	Konu Başlıkları
14	Sunum

## 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 Horkheimer, 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 Politikası (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 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	<p>1.Hafta: Kurum, kurumsal iletişim kavram ve amaçları</p> <p>2.Hafta: Örgüt Kuramları</p> <p>3.Hafta: Kurumlarda İletişim Biçim ve Araçları, Kanallar</p> <p>4.Hafta: Kurumsal Sosyal sorumluluk</p> <p>5.Hafta: Kurum Kimliği ve İmajı</p> <p>6.Hafta: Kurum Kültürü</p> <p>7.Hafta: Vize</p> <p>8.Hafta: Kurumsal İtibar</p> <p>9.Hafta: Kurumsal İtibarın Değerlendirilmesi</p> <p>10.Hafta: Kurumsal Krizler</p> <p>11.Hafta: Liderlik ve İletişim</p> <p>12.Hafta: Kurumlarda iletişim engel ve bozuklukları</p> <p>13.Hafta: Örnek ve Uygulamalar</p> <p>14.Hafta: Örnek ve Uygulamalar</p>

Kaynaklar	<p>Haluk Gürgen. Örgütlerde İletişim Kalitesi. Der Yayınları, 1997.</p> <p>Zeyyad Sabuncuoğlu. Örgütlerde İletişim. Arıkan Yayınları, 2009.</p> <p>Ayla Okay. Kurum Kimliği. Mediacat Yayınları, 1999</p> <p>Cees B.M. van Riel and Charles Fombrun. Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management. Routledge, 2007.</p> <p>Peter Steidl and Garry Emery, Corporate Image and Identity Strategies Designing the Corporate Future. Business &amp; Professional Publishing, 1999.</p> <p>John M.T. Balmer and Stephan A.Greyser, Revealing the Corporation: Perspectives on Identity, Image, Reputation, Corporate Branding. Routledge.</p> <p>John Doorley and Helio Fred Garcia. Reputation Management, Routledge, 2007</p> <p>Naomi Langford and Woodand Brian Salter, Critical Corporate Communications: a Best Practice Blueprint. John Wiley &amp; Sons, 2003</p> <p>James Horton, Integrating Corporate Communication, Quorum Books, 1995</p> <p>Pekka Aula, Strategic Reputation Management: Towards Company of Good. Routledge, 2008.</p>
-----------	--

### 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 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	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hafta: Marka, markalama ve marka öz varlığı kavramları.</li> <li>2. Hafta: Marka özvarlığını oluşturan anahtar kavramlar.</li> <li>3. Hafta: Marka sadakati, bilinirliği.</li> <li>4. Hafta: Kalite ve algılanan kalitenin markaya yansımaları.</li> <li>5. Hafta: Marka çağrışımları.</li> <li>6. Hafta: Çağrışımlar bağlamında isim, sembol ve slogan.</li> <li>7. Hafta: Ara Sınav (vize).</li> <li>8. Hafta: Stratejik marka analizi: müşteri, rekabet, içsel analiz.</li> <li>9. Hafta: Stratejik marka analizi için vaka'lar</li> <li>10. Hafta: Marka kimliğini oluşturan anahtar kavramlar ve tanımlar</li> <li>11. Hafta: Ürün ve Kurum olarak marka</li> <li>12. Hafta: Kişi ve Sembol olarak marka</li> <li>13. Hafta: Marka genişletme kararları</li> <li>14. Hafta: Marka genişletme stratejileri</li> </ol>
Kaynaklar	<p>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.</p> <p>İlgili Diğer Güncel Makale ve Kitaplar</p>

#### 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.
9	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

Hafta	Konu Başlıkları
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 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
1	Sunum teknikleri
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 681	Sosyal Etki Mekanizmaları ve Medya	1	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
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	<p>1. Giriş: Medya Toplum ilişkisi çerçevesinde oluşan genel sorular, kritik perspektif</p> <p>2. G. Le Bon " Kitleler Psikolojisi"</p> <p>3. G. Tarde " Taklit Kanunları"</p> <p>4. Normlar nasıl oluşur?</p> <p>5. Neden Uyum gösteririz? S. Asch Deneyi</p> <p>6. Otoriteye itaat ve sosyal rollerin etkisi - S.Milgram ve P. Zimbardo deneyleri</p> <p>7. Yale Üniversitesi " Temel İletişim ve Tutum Değişimi " Laboratuvar deney sonuçları</p> <p>8. Vize</p> <p>9. Sosyal medyanın kullandığı sosyal etki formları I</p> <p>10. Sosyal medyanın kullandığı sosyal etki formları II</p> <p>11. Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları</p> <p>12. Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları</p> <p>13. Proje çalışmaları ve öğrenci sunumları</p> <p>14. Genel Değerlendirme, sosyal medyanın geleceğine ilişkin perspektif oluşturma</p>
Kaynaklar	<p>Fuchs, Christian. Social media: A critical introduction. Sage, 2017.</p> <p>Hovland, Carl Iver, Irving Lester Janis, and Harold H. Kelley. "Communication and persuasion." 1953.</p> <p>Kağıtçıbaşı, Çiğdem. "Yeni insan ve insanlar." İstanbul: Evrim Yayınevi 326 1999.</p> <p>Le Bon, Gustave, and Hasan İlhan. Kitleler psikolojisi. Alter Yayıncılık, 2009.</p> <p>Tarde, Gabriel. Gabriel Tarde on Communication and social influence. Vol. 334. Chicago: University of Chicago Press, 1969.</p> <p>Tedeschi, James T., ed. The social influence processes. Routledge, 2017.</p>

#### 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
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 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 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.
İçerik	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.

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

## Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Stratejik iletişim yönetimi kavramının tanımlanması
2	Stratejik iletişim yönetimi / halkla ilişkiler ilişkisi
3	Stratejik iletişimde organizasyon teorisi yaklaşımları
4	Stratejik iletişim yönetiminde kamuoyu
5	Stratejik İletişim Yönetimi Uygulamaları: Kamu Diplomasisi
6	Stratejik İletişim Yönetimi Uygulamaları: Kurumsal Sosyal Sorumluluk
7	Stratejik İletişim Yönetimi Uygulamaları: Kurumsal Sürdürülebilirlik
8	Vize
9	Stratejik İletişim Yönetiminde Paydaş Yönetimi
10	Stratejik İletişim Yönetimi ve Etik
11	Öğrenci sunumları
12	Öğrenci sunumları
13	Öğrenci sunumları
14	Öğrenci sunumları

## İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 693	Bilim İletişimi	1	3	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilerin bilimsel bilgi ve süreçleri farklı hedef kitlelere etkili, anlaşılır ve etik bir biçimde aktarabilme becerilerini geliştirmeleridir. Öğrenciler, bilim iletişiminin temel kuramları, yöntemleri ve araçları hakkında bilgi edinecek; yazılı, görsel ve dijital mecralarda bilimsel içeriği nasıl yapılandırılacaklarını öğreneceklerdir. Ayrıca, bilim insanı olarak kamuoyuyla, medya ile ve politika yapımcılarla iletişim kurarken karşılaşılabilecekleri zorlukları analiz edecek ve çözüm stratejileri geliştireceklerdir. Ders, katılımcıların bilimsel çalışmalarını daha geniş kitlelerle paylaşmalarını, toplumsal etkisini artırmalarını ve bilim ile toplum arasındaki etkileşimi güçlendirmelerini hedeflemektedir.

İçerik	Hafta 1: Bilimin Toplumdaki Rolü ve İletişimin Temelleri Hafta 2: Bilimsel Okuryazarlık ve Kamuoyu Algısı Hafta 3: Medya ve Bilimsel Haber Üretimi Hafta 4: Yazılı Bilim İletişimi – Teknik ve Popüler Anlatılar Hafta 5: Sözlü İletişim ve Sunum Teknikleri Hafta 6: Görsel Bilim İletişimi Hafta 7: Dijital Bilim İletişimi – Medya ve İnteraktif Araçlar Hafta 8. Vize sınavı Hafta 9: Halkla Katılım ve Vatandaş Bilimi Hafta 10: Kriz, Risk ve Belirsizlik İletişimi Hafta 11: Politika ve Bilim İletişimi Hafta 12: Tartışmalı Konular ve Vaka Analizleri Hafta 13: Uzman konuk daveti Hafta 14: Öğrenci sunumları
Kaynaklar	

### Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Bilimin Toplumdaki Rolü ve İletişimin Temelleri
2	Bilimsel Okuryazarlık ve Kamuoyu Algısı
3	Medya ve Bilimsel Haber Üretimi
4	Yazılı Bilim İletişimi – Teknik ve Popüler Anlatılar
5	Sözlü İletişim ve Sunum Teknikleri
6	Görsel Bilim İletişimi
7	Dijital Bilim İletişimi – Medya ve İnteraktif Araçlar
8	Vize Sınavı
9	Halkla Katılım ve Vatandaş Bilimi
10	Kriz, Risk ve Belirsizlik İletişimi
11	Politika ve Bilim İletişimi
12	Tartışmalı Konular ve Vaka Analizleri
13	Uzman konuk daveti
14	Öğrenci sunumları ve Değerlendirme

### İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 694	Stratejik İletişimde Yapay Zeka Uygulamaları	1	3	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans

Dersin Amacı	Bu dersin amacı, güncel yapay zekâ (YZ) pratik ve uygulamalarını stratejik iletişim, halkla ilişkiler, reklamcılık ve pazarlama iletişimi odağında araçları, kullanımları ve örnek uygulamaları irdelemek, tanıtmak. YZ destekli yaratıcılık temelli iletişim kampanyalarında araştırma, planlama, uygulamalara ilişkin pratik beceri ve yetkinlikler kazandırmak. Üretken YZ'ya ilişkin iletişim sektöründeki güncel, akademik ve pratik tartışmalar bağlamında bu uygulamaları eleştirel bir şekilde incelemek, gelişimsel bir şekilde sınırlarını gözlemlemek, tartışmaktır.
İçerik	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Hafta: Tanışma ve Ders Tanıtımı</li><li>2. Hafta: Stratejik İletişim ve YZ Tarih ve Gelişimine Kısa Bir Bakış, Güncel Araç ve Yönelimler</li><li>3. Hafta: YZ Nasıl Çalışıyor: Machine Learning, Deep Learning, İstem Mühendisliği Teknikleri I</li><li>4. Hafta: Uzman Konuk: Kreatif İşlerde YZ Nasıl ve Ne Kadar Mümkün? Kreatif Ajanslarda Güncel Uygulama, Deneyim, Süreçler</li><li>5. Hafta: Prompt Engineering II Uygulamaları, İletişim Kampanya Tasarımı: Yaratıcı Fikir, Stratejik Planlama, Senaryo ve İçerik Üretimi, Use Case Workshop (Uygulama Atölyesi)</li><li>6. Hafta: YZ Yaratıcı İletişim Kampanya Tasarımı: Araştırma, Yaratıcı Fikir, Strateji ve Planlama</li><li>7. Hafta: YZ Destekli İletişim Kampanyasında Uygulama: Stratejiye Uygun Görsel, Video ve Ses Üretim Araçları, Use Case Workshop (Uygulama Atölyesi)</li><li>8. Hafta: Vize Sınavı</li><li>9. Hafta: YZ Güncel Tartışmalar, Telif ve Etik Sorunlar</li><li>10. Hafta: Halkla İlişkilerde YZ ve Örnek Uygulamalar, Use Case Workshop (Uygulama Atölyesi)</li><li>11. Hafta: Reklamcılık ve Pazarlamada YZ ve Örnek Uygulamalar, Use Case Workshop (Uygulama Atölyesi)</li><li>12. Hafta: Akademik Araştırmalarda Yapay Zekâ Kullanımı: Yöntem, Araç ve Uygulamalar</li><li>13. Hafta: Final Sunumları I</li><li>14. Hafta: Final Sunumları II</li></ol>

Kaynaklar	<p>IBM. History of artificial intelligence. Retrieved from <a href="https://www.ibm.com/think/topics/history-of-artificial-intelligence">https://www.ibm.com/think/topics/history-of-artificial-intelligence</a></p> <p>IBM. The future of artificial intelligence. Retrieved from <a href="https://www.ibm.com/think/insights/artificial-intelligence-future">https://www.ibm.com/think/insights/artificial-intelligence-future</a></p> <p>IBM. Prompt engineering. Retrieved from <a href="https://www.ibm.com/think/topics/prompt-engineering">https://www.ibm.com/think/topics/prompt-engineering</a></p> <p>IBM. AI adoption challenges. Retrieved from <a href="https://www.ibm.com/think/insights/ai-adoption-challenges">https://www.ibm.com/think/insights/ai-adoption-challenges</a></p> <p>Google Cloud. What is prompt engineering? Retrieved from <a href="https://cloud.google.com/discover/what-is-prompt-engineering?hl=tr">https://cloud.google.com/discover/what-is-prompt-engineering?hl=tr</a></p> <p>Google Cloud. Generative AI overview. Retrieved from <a href="https://cloud.google.com/vertex-ai/generative-ai/docs/learn/overview">https://cloud.google.com/vertex-ai/generative-ai/docs/learn/overview</a></p> <p>OpenAI. Text completion: Prompt engineering guide. Retrieved from <a href="https://platform.openai.com/docs/guides/text#prompt-engineering">https://platform.openai.com/docs/guides/text#prompt-engineering</a></p> <p>Prompting Guide. Prompt engineering rehberi. Retrieved from <a href="https://www.promptingguide.ai/tr">https://www.promptingguide.ai/tr</a></p> <p>Dastin, J. How AI works. Retrieved from <a href="https://books.google.com.tr/books/about/How_AI_Works.html?id=IE7OEAAAQBAJ">https://books.google.com.tr/books/about/How_AI_Works.html?id=IE7OEAAAQBAJ</a></p> <p>Video Kaynakları:</p> <p>ColdFusion. (2023, August 21). The AI revolution: Learn how AI is transforming everything [Video]. YouTube. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=qYNweeDHiyU">https://www.youtube.com/watch?v=qYNweeDHiyU</a></p> <p>3Blue1Brown. (2017, April 5). But what is a neural network? [Video]. YouTube. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=aircAruvnKk">https://www.youtube.com/watch?v=aircAruvnKk</a></p> <p>Veritasium. (2018, June 1). The most powerful computer you've never heard of [Video]. YouTube. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=IHZwWFHWa-w">https://www.youtube.com/watch?v=IHZwWFHWa-w</a></p> <p>Two Minute Papers. (2019, October 17). AI learns to play hide and seek – and it's epic! [Video]. YouTube. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=llg3gGewQ5U">https://www.youtube.com/watch?v=llg3gGewQ5U</a></p> <p>Akademik Kaynaklar:</p> <p>Floridi, L. (2019). Establishing the rules for building trustworthy AI. <i>Nature Machine Intelligence</i>, 1(6), 261–262. <a href="https://doi.org/10.1038/s42256-019-0055-y">https://doi.org/10.1038/s42256-019-0055-y</a></p> <p>Kaplan, A., &amp; Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? <i>Business Horizons</i>, 62(1), 15–25. <a href="https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.08.004">https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.08.004</a></p> <p>Sundar, S. S. (2020). Rise of machine agency: A framework for studying the psychology of human–AI interaction. <i>Journal of Computer-Mediated Communication</i>, 25(1), 74–88. <a href="https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz026">https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz026</a></p> <p>Kitaplar:</p> <p>Russell, S., &amp; Norvig, P. (2020). <i>Artificial intelligence: A modern approach</i> (4th ed.). Pearson.</p> <p>Crawford, K. (2021). <i>Atlas of AI: Power, politics, and the planetary costs of artificial intelligence</i>. Yale University Press.</p> <p>O'Neil, C. (2016). <i>Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy</i>. Crown Publishing.</p> <p>Raporlar:</p> <p>McKinsey &amp; Company. (2023). The state of AI in 2023. Retrieved from <a href="https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-technology-trends/the-state-of-ai-in-2023">https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-technology-trends/the-state-of-ai-in-2023</a></p> <p>Deloitte. (2022). AI in marketing: Cutting through the hype. Retrieved from <a href="https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/cognitive-technologies/ai-in-marketing.html">https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/cognitive-technologies/ai-in-marketing.html</a></p> <p>UNESCO. (2021). Recommendation on the ethics of artificial intelligence. Retrieved from <a href="https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137">https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137</a></p>
-----------	---

### Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma ve Ders Tanıtımı
2	Stratejik İletişim ve YZ Tarih ve Gelişimine Kısa Bir Bakış, Güncel Araç ve Yönelimler
3	YZ Nasıl Çalışıyor: Machine Learning, Deep Learning, İstem Mühendisliği Teknikleri I
4	Uzman Konuk: Kreatif İşlerde YZ Nasıl ve Ne Kadar Mümkün? Kreatif Ajanslarda Güncel Uygulama, Deneyim, Süreçler
5	
6	Prompt Engineering II Uygulamaları, İletişim Kampanya Tasarımı: Yaratıcı Fikir, Stratejik Planlama, Senaryo ve İçerik Üretimi,

Hafta	Konu Başlıkları
7	YZ Yaratıcı İletişim Kampanya Tasarımı: Araştırma, Yaratıcı Fikir, Strateji ve Planlama
8	Vize Sınavı
9	
10	YZ Güncel Tartışmalar, Telif ve Etik Sorunlar
11	
12	Reklamcılık ve Pazarlamada YZ ve Örnek Uygulamalar, Use Case Workshop (Uygulama Atölyesi)
13	Akademik Araştırmalarda Yapay Zekâ Kullanımı: Yöntem, Araç ve Uygulamalar
14	Final Sunumları

## 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	<p>Bu ders kapsamında öğrencilerin, stratejik iletişim yönetimi bağlamında büyük bir çeşitlilik gösteren etkileşimli medya ortamlarına yönelik hem biçim hem de içerik düzeyinde analitik değerlendirme becerilerinin geliştirmesi hedeflenmektedir. Ders kapsamında öncelikle internet ve web fenomenleri tarihselleştirme ve geleceğe yönelik öngörüler üzerinden detaylı olarak irdelenecektir. Hem kullanıcı hem de etkileşimli ortam düzeyinde büyük bir çeşitliliği beraberinde getiren söz konusu evrim, mevcut uygulamalar üzerinden yapılacak kavramsallaştırma eşliğinde ele alınacaktır. Bunu takiben “kullanıcı-bilgisayar etkileşimi”nin tarihçesi eşliğinde “grafik arayüzü” kavramı ve “kullanılabilirlik” kavramı, alandaki önemli ve güncel araştırmaların bulguları ve vaka analizleri üzerinden irdelenecektir. Bu bağlamda kullanıcılar ve etkileşimli medya ortamları arasında kurulacak olan kullanıcı deneyimini desteklemek ve geliştirmek için çeşitli arayüz tasarım kriterleri ve süreçleri, web sitesi, portal, mobil arayüz, 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.</p>
İçerik	<p>1.Hafta: Giriş. Temel Kavramlar, Teknolojiler ve Uygulamalar.</p> <p>2.Hafta: İnternet ve Web Fenomenlerinin Evrimi</p> <p>3.Hafta: Kullanıcı Merkezli Tasarım: Arayüz Tasarımı ve Kullanılabilirlik “Grafik Kullanıcı Arayüzü”nün tarihsel gelişimi Kullanılabilirlik Yaklaşımı: Amaç, Kullanılan Parametreler ve Ölçme Teknikleri</p> <p>4.Hafta: Evrensel Kullanılabilirlik “Herkes için Web” -Kullanıcı Çeşitliliği: Farklı kültürlerden kullanıcılar, çocuk, yaşlı, özürülü, vb. kullanıcılar</p>

- 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](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](http://www.uxpa.com)
- Mesut, J., 2009, Brighton BarCamp
- Knemeyer, D. and Svoboda, E., 2008 User Experience \_ UX, ?[www.interaction.gov.tr](http://www.interaction.gov.tr)
- Andersen, S., P. 2008, Fundamentals of Experience Design, ?[www.poetpainter.com](http://www.poetpainter.com)
- Morville, P., 2004, User Experience Design, ?[www.semanticstudios.com](http://www.semanticstudios.com)
- Raabe, P., 2010, User-Centered Design, ?[www.paznow.com](http://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](http://www.informationarchitects.jp)
- Marsh, N., 2011, Service Design is Dead. The New Product is Alive, [www.choose.nick.com](http://www.choose.nick.com)
- Nielsen, J., 2006, Corporate Usability Maturity: Stages 1-4, ?[www.alertbox.com](http://www.alertbox.com)
- Nielsen, J., 2006, Corporate Usability Maturity: Stages 5-8, ?[www.alertbox.com](http://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](http://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>
- Lolanger, 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](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) Sythesizing 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](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](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](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 2004, <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](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., (2104), 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?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](http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/en//intl/ALL_ALL/think/multiscreen/pdf/multi-screen-moblie-whitepaper_research-studies.pdf)
- S?cott, 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/>
- Wreblowski, 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\\_sour ce=twitter.com&utm\\_campaign=Feed%3A+baymard](http://baymard.com/blog/mobile-ecommerce-search-and-navigation?utm_medium=feed&utm_sour ce=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/p df/multi-screen-moblie-whitepaper\\_research-studies.pdf](http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/en//intl/ALL_ALL/think/multiscreen/p df/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/>

- Whitenon, 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](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](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](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](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](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](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](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](http://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](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](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](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](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](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](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), 258 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](http://www.uuxsig.org/usability-toolkit/?doing_wp_cron=1416828178.1387839317321777343750&utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter)

### 8.5 UX Research and Design Tools

**Teori Konu Başlıkları** 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>

Hafta	Konu Başlıkları
1	Discussion
2	Discussion
3	Vaka Analizleri
4	Vaka Analizleri
5	Vaka Analizleri

Hafta	Konu Başlıkları
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 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	<p>R. Amossy, A. Herschberg-Pierrot, Stéréotypes et clichés : langue, discours, société.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• J.L. Austin, Quand dire, c'est faire! Points Seuil, Paris 1991</li> <li>• P. Bourdieu, Ce que parler veut dire. Fayard, Paris, 1982</li> <li>• Byram, M., Neuner, G., Zarate, G., La compétence socioculturelle dans l'apprentissage des langues, Editions du Conseil de l'Europe, Strasbourg, 1997</li> <li>• E. Goffman, La Mise en scène de la vie quotidienne (tome 1 : "La Présentation de soi" `tome 2: "Les relations en public"), 1973. ;</li> <li>• E. Goffman, Les rites d'interaction, 1974. Editions de Minuit</li> <li>• E. Goffman, Façons de parler, trad. Paris, Minuit, 1987</li> <li>• R. Gori, Le corps et le signe dans l'acte de parole. Dunod, Paris, 1978.</li> <li>• J.J. Gumperz, Engager la conversation. Introduction à la sociolinguistique interactionnelle. Minuit</li> <li>• C. Hagège, L'homme de paroles. Contribution linguistique aux sciences humaines. Fayard, Paris, 1985.</li> <li>• C. Hagège, Le souffle de la langue. Voies et destins des parlers d'Europe. Paris, Odile Jacob. 1992.</li> <li>• E.T. Hall, La dimension cachée, Points Seuil, Paris. 1971.</li> <li>• E.T. Hall, Le langage silencieux Points Seuil, Paris. 1973.</li> <li>• E.T. Hall, Au delà de la culture. Le Seuil, Paris, 1979.</li> <li>• B. Lahire, L'Homme pluriel, Nathan, coll."Essais et recherches", 1998</li> <li>• D. Sperber, et D. Wilson, La Pertinence. Éditions de Minuit, 1989.</li> <li>• P.Watzlawick, Janet Helmick-Beavin et Don D. Jackson, Une logique de la communication, Paris, Points Seuil, 1979.</li> <li>• Y. Winkin, (Textes choisis par): La nouvelle communication. Le Seuil, Paris. 1981.</li> </ul> <p>Interculturalité</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abdallah-Preteille, M., Vers une pédagogie interculturelle, Anthropos, Paris, 1996</li> </ul>

- 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 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 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
1	Sunum teknikleri
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

Hafta	Konu Başlıkları
12	Öğrenci sunumları
13	Öğrenci sunumları
14	Öğrenci sunumları

## 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	<p>Dijital dönüşüm, markaların dijital zamana ayak uydurmak için teknolojiyi tüm süreçlerinde kullanmaları olarak tanımlanabilir. Dijitalleşme sadece bireylerin, kurumların değil nesnelere, makinelerin de birbirleriyle bağlantılı olduğu yeni bir aşamaya doğru gelişmektedir. Dijital süreçlerin rekabeti artırması, fiyatları şeffaflaştırması, gücü müşterinin eline geçirmesi ve online itibarı önemli kılmaları; markaları dijital ile yaşanan hızlı dönüşüme ayak uydurmak zorunda bırakıyor.</p> <p>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.</p>

İçerik	<p>1. Hafta: Dijital ve sosyal medya kavramı, iletişim stratejilerinde dijital medya ile geleneksel medya kullanımı karşılaştırması</p> <p>2. Hafta: PR 2.0 kavramı ve dijital düşünce sistemi oluşturma</p> <p>3. Hafta: Dijital Dönüşüm ve 4'lü medya türleri</p> <p>4. Hafta: Geleneksel ve Dijital Medyada Tüketici Davranışları (customer, consumer, shopper)</p> <p>5. Hafta: Dijital ağlarda içerik yönetimi</p> <p>6. Hafta: Büyük Veri ve Stratejik İletişim Uygulamalarındaki Rolü (Örnek olay incelemeleri)</p> <p>7. Hafta: Vize sınavı</p> <p>8. Hafta: Sosyal Medyada Pazarlama İletişimi (içerik üretimi, etkileşim ve müşteri deneyimi, influencer marketing, web takip ve monitoring, marka dili)</p> <p>9. Hafta: Dijital Kampanya Stratejisi Oluşturma (iç görüyü doğru okuma, başarı kriterlerini belirleme, mesaj hedefi, mecra hedefi, hedef kitle belirleme, takvim)</p> <p>10. Hafta: Uzman konuk daveti</p> <p>11. Hafta: İlgörü elde etmeden yeni nesil yöntemler: yapay zeka, makine öğrenme ve derin öğrenme</p> <p>12. Hafta: Dijital itibar yönetimi ve kriz yönetimi</p> <p>13. Hafta: Viral halkla ilişkiler ve sosyal topluluklar etkileşimi</p> <p>14. Hafta: Ödev sunumu</p>
Kaynaklar	<p>Gartner Raporları</p> <p>BREAKENRIDGE, Deirdre (2008). PR 2.0: new media, new tools, new audiences, FT Press.</p> <p>DILENSCHNEIDER, Robert L. (2010). The AMA handbook of public relations [electronic resource], AMACOM, NewYork.</p> <p>SCOTT, David Meerman (2010). The new rules of marketing and PR, MediaCat Kitapları: digitalage, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., İstanbul.</p> <p>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.</p> <p>Sürelî yayınlar:</p> <p>Journal of Public Relations Research</p> <p>Public Relations Quarterly</p> <p>Public Relations Review</p>

### 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)

Hafta	Konu Başlıkları
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 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 iletişimde kişilerarası ve kitle iletişimi boyutları Sağlık iletişimde kullanılan yöntemler Sağlık iletişimi kuramları ve modelleri Sağlık okuryazarlığı Bilim ve sağlık haberciliği

Kaynaklar	<p>Ders notları.</p> <p>Ivan ILLICH, Sağlıkın Gaspi, Çev: Süha Sertabipoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995.</p> <p>İnci ÇINARLI, Sağlık İletişimi ve Medya, İstanbul: Nobel Yayınları, 2008.</p> <p>Lawrence WALLACK vd., Media Advocacy and Public Health: Power for Prevention. California: Sage Publications, 1993.</p> <p>Charles ATKIN ve Lawrence WALLACK (ed.). Mass Communication and Public Health: Complexities and Conflicts. Newbury Park: Sage Publications, 1990.</p> <p>Ruhi Selçuk TABAK. Sağlık İletişimi, İstanbul: Literatür Yayınları, 1999.</p> <p>Michel FOUCAULT, Naissance de la Clinique, 3eme ed., Paris: Presse Universitaire de France, 1993.</p> <p>İnci ÇINARLI, "Bilim ve Sağlık Haberciliği: Kamu Yararına Doğru, Ulaşılabilir ve Kullanılabilir Enformasyon İletimi ve Sorumluluklar", Tüm Yönleriyle Medya ve İletişim, Metin Işık ve Ayhan Erdem (ed.), Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları, 2008.</p> <p>İnci ÇINARLI ve Elgiz YILMAZ, "Sağlık Bilincinin Oluşturulmasında 'Medya Okuryazarlığı'nın Önemi", Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Kalemus Yayınları, 2007.</p> <p>Kevin B.Wright, Lisa Sparks and Dan O'Hair, Health Communication in the 21st Century, Blackwell Publishing, 2008.</p> <p>İnci ÇINARLI ve Elgiz YILMAZ, "The Media Manufacturing the Sense of Health, Illness and Disease: Health Coverage in Turkish Newspapers", Illness, Bodies and Contexts. Isabelle Lange, Zoe Norridge (eds.), Oxford: Interdisciplinary Press, 2010.</p> <p>Mustafa SÜTLAŞ, Medya için Sağlık, Sağlık için Medya, Bas-Haş: İstanbul, 2007.</p> <p>Daniele CARICABURU ve Marie MENORET, Sociologie de la Santé, Paris: Colin, 2004.</p> <p>Keith J. Petrie ve John A.Weinman, Perceptions of Health and Illness, Amsterdam: Harwood Academic Publishers, 1997.</p> <p>Peter Conrad, The Sociology of Health&amp; Illness, 7th ed., New York: Worth Publishers, 2005.</p> <p>Ayrıca bkz. T.C. Sağlık Mevzuatı: <a href="http://www.istabip.org.tr">http://www.istabip.org.tr</a>  <a href="http://www.sanayi.gov.tr">http://www.sanayi.gov.tr</a> : (Reklam Kurulu kararları)</p>
-----------	--

#### Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	-
2	-
3	-
4	-
5	-
6	-
7	-
8	-

Hafta	Konu Başlıkları
9	-
10	-
11	Sağlık mevzuatı, sağlıkta tanıtım ihlalleri-etik ilkeler.
12	-
13	-
14	-

#### İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY692	Sanal Topluluklar ve Sosyal Medya	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 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
-------	-----------------

## İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SİY 695	Kamu Diplomasisi	2	3	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
-------	-----------------