

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM107	Fransızca Yöntem Konferansı I	1	1	1	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Üniversite çalışmaları kapsamında gerekli çalışma yöntemlerinin kazanılması Ortak bir tema etrafında belgelerin özetini yazabilmek
İçerik	Bu ders üç amaç etrafında düzenlenmiştir: - Daha fazla bilgi edinmek ve bilgi vermek - Karşılaştırma yapmak - Analiz etmek ve sentezlemek
Kaynaklar	Öğretmen tarafından hazırlanan ders dosyası

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin sunumu, amaçları, değerlendirme sistemi. İletişim kavramı üzerine zihinsel harita oluşturma
2	Belgesel araştırma: Nasıl güvenilir kaynakları bulabilirim?
3	Not alma: Neden ve nasıl?
4	Okuma sayfası: Bir metnin ana fikirlerini arama
5	Okuma sayfası: Temel fikirleri tanımlama ve yeniden formüle etme
6	Okuma sayfası: Temel fikirleri tanımlama ve yeniden formüle etme
7	Kısmi inceleme
8	Şifrelenmiş verilerin analizi
9	Belgelerin özeti: Ortak bir tema üzerinde farklı belgelerin analizi
10	Belgelerin özeti: Belgelerin ana fikirlerini araştırma ve düzenleme
11	Belgelerin Özeti: Özet Tablo
12	Belgelerin Özeti: Giriş
13	Belgelerin Özeti: Sonuç
14	Ders incelemesi ve final sınavına hazırlık

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM117	Tasarım Odaklı Düşünce	1	2	1	0	3	4

Ön Koşul	
----------	--

Derse Kabul Koşulları	
Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Tasarım odaklı düşünme dersinin temel amacı, birinci sınıf öğrencilerine kullanıcıyı merkeze alan bir problem çözme metodolojisi kazandırmaktır. Öğrenciler bu metodolojiyi kullanarak, tanımladıkları çeşitli problemler için inovatif ve yaratıcı çözümler üretebilecekler ve bu çözümleri somut prototiplere dönüştürebilme kapasitesine sahip olacaklardır.
İçerik	1. Hafta: Tasarım odaklı düşünmeye giriş; Amaç & kapsam, tarihi gelişim, popülerleşme nedenleri, anlayışlı tasarım odaklı düşünce yöntemlerine hızlı bakış. 2.Hafta: Empatinin tasarım odaklı düşünmede önemi; Hedef gruba & kullanıcıya yönelik empati yöntemleri geliştirmek, kullanıcı görüşmeleri süreçleri, gözlem ve yaratıcılık için doğru ortamı oluşturmak. 3. Hafta: Tasarım odaklı düşünmede tanımlama aşaması: Yakınlık diyagramı oluşturma adımları ve persona tanımlamak, tasarım odaklı düşünmede kültürel araştırmalar. 4.Hafta: Tasarım odaklı düşünmede tanımlama aşaması: Tanımlanan problemi çözmek üzerine bakış açısı oluşturma (POV), empati haritalandırma teknikleri. 5.Hafta:Tasarım odaklı düşünmede fikir üretme aşaması: İnovasyona giriş, tasarımda düşüncelemenin önemi ve düşünceleme yöntemleri (Beyin fırtınası, SCAMPER, analoji metodları). 6.Hafta: Tasarım odaklı düşüncede fikir üretme aşaması: Düşüncelemenin önündeki engellere yönelik varsayımlar oluşturma yöntemleri. 7.Hafta: Vize Sınavı 8.Hafta:Tasarım odaklı düşünmede prototipleme aşaması: Doğru prototiplemeye yönelik mümkün ve uygulanabilir yöntemler geliştirme teknikleri. 9. ve 10.Hafta:Tasarım odaklı düşünmede prototipleme & test aşamaları Düşük detaya sahip prototip geliştirmek, prototip oluşturmada sık karşılaşılan tuzakları tanımlamak. 11.Hafta: Tasarım odaklı düşünmede yapay zeka araçları kullanımı:Workshop 12. 13. ve 14. Hafta: Projeler ve vaka çalışmaları
Kaynaklar	Buchanan, R. (2015). Wicked problems and design thinking. Design Issues, 31(3), 5-21. Dam, R. F., & Siang, T. Y. (2021). Design Thinking: New Innovative Thinking for New Problems. Interaction Design Foundation. Kelley, T., & Littman, J. (2001). The art of innovation: Lessons in creativity from IDEO, America's leading design firm. HarperBusiness. Limay, M. (2014). Design thinking: A practical guide to innovative problem solving. Taylor & Francis. Moggridge, B. (2007). Designing experiences. MIT Press. Rowe, P. G. (1999). Design Thinking. Cambridge, Massachusetts; London, England: The MIT Press. Brown, T. (2009) Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation Introduction. Interaction Design Foundation (2024). Design Thinking: The Ultimate Guide (Course).

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tasarım odaklı düşünmeye giriş; Amaç & kapsam, tarihi gelişim, popülerleşme nedenleri, anlayışlı tasarım odaklı düşünce yöntemlerine hızlı bakış.
2	Empatinin tasarım odaklı düşüncede önemi; Hedef gruba & kullanıcıya yönelik empati yöntemleri geliştirmek, kullanıcı görüşmeleri süreçleri, gözlem ve yaratıcılık için doğru ortamı oluşturmak.
3	Tasarım odaklı düşüncede tanımlama aşaması: Yakınlık diyagramı oluşturma adımları ve persona tanımlamak, tasarım odaklı düşüncede kültürel araştırmalar.
4	Tasarım odaklı düşüncede tanımlama aşaması: Tanımlanan problemi çözmek üzerine bakış açısı oluşturma (POV), empati haritalandırma teknikleri ve paydaş haritalandırma yöntemleri.
5	Tasarım odaklı düşüncede fikir üretme aşaması: İnovasyona giriş, tasarımda düşüncelemenin önemi ve düşünceleme yöntemleri (Beyin fırtınası, SCAMPER, analoji metodları).
6	Tasarım odaklı düşüncede fikir üretme aşaması: Düşüncelemenin önündeki engellere yönelik varsayımlar oluşturma yöntemleri.
7	Tasarım odaklı düşüncede prototipleme aşaması: Doğru prototiplemeye yönelik mümkün ve uygulanabilir yöntemler geliştirmek.
8	Tasarım odaklı düşüncede prototipleme aşaması: Düşük detaya sahip prototip geliştirmek, prototip oluşturmakta sık karşılaşılan tuzakları tanımlamak.
9	Tasarım odaklı düşüncede test aşaması: Değerlendirmeye yönelik araştırmada test aşaması, kullanılabilirlik testlerine giriş sezgisel prensiplerle tasarımı değerlendirme yöntemi.
10	
11	
12	
13	
14	

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM121	Sosyoloji	1	3	0	0	3	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Sosyolojinin temel kuram ve kuramcılarının öğretilceği bu dersin amacı öğrencilerin toplumsal olguların açıklanmasında geçerli olan farklı sosyolojik yaklaşım ve yöntemler hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamak, iletişim kuramları ve çalışmalarına temel oluşturmaktır.

İçerik	Toplumsal ve kültürel koşullar çerçevesinde sosyolojinin doğuşu. Sosyolojiyi etkileyen felsefeciler. Pozitivizm, Auguste Comte. Emile Durkheim: İş bölümü, mekanik ve organik dayanışma, anomi, toplumsal olgu. Karl Marx: tarihsel materyalizm, toplumsal sınıflar ve çatışma, yabancılaşma. Max Weber: toplumsal değerler, din, toplumsal eylem, akılcılaşma. Fonksiyonalizm: Malinowski (gereksinim, kültür, işlev) Fonksiyonalizm: R. Merton (fonksiyonel analiz, rol ve statüler, gruplar, disfonksiyon) Chicago Okulu (Çevresel analiz, kent sosyolojisi, niteliksel yöntem) Etkileşimci akım Pierre Bourdieu (habitus, sembolik şiddet, kültürel sermaye, yeniden üretim)
Kaynaklar	ARON Raymond, Les étapes de la pensée sociologique, Paris: Gallimard, 1967. AKOUN André, ANSART Pierre, Le dictionnaire de sociologie, Paris: le Robert, 1999. FERREOL Gilles, Introduction à la sociologie, Paris. Armand Colin, 1993. GENISSEL Marc-Antoine, Introduction à la sociologie, Paris: Ellipses, 1999. L'école de Chicago : naissance de l'écologie urbaine, textes traduits et présentés par Yves Grafmeyer, Isaac Joseph, Paris: Aubier, 1984. Kuramcılarının eserlerinden metinler.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Toplumsal ve kültürel koşullar çerçevesinde sosyolojinin doğuşu
2	Sosyolojiyi etkileyen felsefeciler
3	Pozitivizmden ampirizme, Auguste Comte.
4	Emile Durkheim: İş bölümü, inanç sistemleri, mekanik ve organik dayanışma, anomi, toplumsal olgu.
5	Karl Marx: tarihsel materyalizm, toplumsal sınıflar ve çatışma, yabancılaşma.
6	Max Weber: toplumsal değerler, din, toplumsal eylem, akılcılaşma.
7	Kuramcılarının yaklaşımlarındaki benzerlikler ve farklılıklar
8	Ara Sınav
9	Mutlak Fonksiyonalizm: Malinowski (gereksinim, kültür, işlev)
10	Fonksiyonalizm: R. Merton (fonksiyonel analiz, rol ve statüler, gruplar, disfonksiyon)
11	Chicago Okulu (Çevresel analiz, kent sosyolojisi, ampirik metodun önemi)
12	Etkileşimci akım
13	Pierre Bourdieu (habitus, sembolik şiddet, kültürel sermaye, yeniden üretim)
14	Michel Foucault (iktidar, sistem, beden)

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM133	Siyaset Bilimi	1	3	0	0	3	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı birinci sınıf öğrencilerine siyaset biliminin temel kavramlarını, yazarlarını ve akımlarını aktarmaktır. Ayrıca bu ders kapsamında, iletişim öğrencilerinin siyasete ilişkin aktarımları diğer derslerde edindikleri bilgilerle bağlantılandırılmaları hedeflenmektedir.
İçerik	Bkz. konu başlıkları
Kaynaklar	Ders notları

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma ve dersin genel çerçevesinin sunumu
2	Siyasetin tanımlanması
3	Siyaset biliminin tanımlanması; siyasal-sosyal farkı
4	Devlet: Tanımı, öğeleri, özellikleri, felsefi temelleri
5	Siyasal iktidar
6	Siyasal hayatın sistemsel analizi (David Easton)
7	Vize sınavı
8	Siyasal kültür
9	Siyasal toplumsallaşma ve siyasal katılım
10	Siyasal alandaki aktörler/edimciler
11	Siyasal rejimler
12	Siyasal partiler
13	Seçimler ve demokrasi
14	Siyaset ve medya

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
ECON191	İktisada Giriş	1	3	0	0	3	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencileri iktisat biliminin temel kavram ve ilkeleriyle tanıştırmaktır. Bu amaçla derste serbest piyasa sistemi, tam ve eksik rekabet piyasaları, tekel piyasası, arz, talep, denge, tüketici ve üretici fazlası, etkinlik, bölüşüm, değişim ve üretim gibi temel iktisadi kavramlar incelenecektir.
İçerik	Konu başlıklarına bakınız.
Kaynaklar	Mankiw, G.N. (1998). Principes De l'Economie. Paris: Economica Stiglitz, J. E., Walsh, C.E. & Lafay, J.D. (2007). Principes d'économie moderne. Paris : De Boeck.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Genel giriş ve dersin amaçlarının tanıtımı
2	Mikroekonomi'nin ilgi alanı
3	Arz ve Talep
4	Esneklik kavramı ve iktisadi uygulamaları
5	Arz, Talep ve Ekonomi Politikaları
6	Tüketiciler, Üreticiler ve Ekonomik Etkinlik
7	Vize Sınavı
8	Firma teorisine giriş ve üretim maliyetleri
9	Tam Rekabet Piyasası
10	Tekel Piyasası
11	Tekel Piyasası
12	Oligopol Piyasası
13	Tekelci Rekabet Piyasaları
14	Üretim Faktörleri Piyasası

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
FLF101	Fransızca Cef B2.1 Akademik	1	0	4	0	2	2

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	- Fransızca dil öğrenimine devam edin ve hazırlık sınıfının sonunda ulaşılan seviyeyi pekiştirin - Öğrencilerin Fransızca disiplin kursuna devam etmesine izin verin - Öğrencileri Delf/Dalf sertifikalarına hazırlayın

İçerik	Haftalık 4 saat ders - 2 tartışma Bu kurs üç amaç etrafında düzenlenmiştir: - Daha fazla bilgi edinin ve bilgi verin - Karşılaştır - Analiz etmek ve sentezlemek
Kaynaklar	Teams'deki çevrimiçi etkinlikler

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin tanıtımı, amaçları, değerlendirme sistemi. Öğrencilerin bireysel sunumları
2	İletişim mesleklerinin keşfi ve dönem projesi sunumunun yapılması
3	Kavramı anlama ve tanımlama
4	İletişim kavramı ve gazetecilik mesleğine yansıma
5	İletişimi etkileyen bir kişinin sözlü sunumu
6	İletişimi etkileyen bir kişinin sözlü sunumu
7	Proje görüşmesi için soru hazırlama
8	Bir metnin organizasyonunu anlayın
9	Medyayı karşılaştır
10	Haber belgelerini karşılaştırın
11	Sıcak bir konu hakkındaki görüşünüzü ifade edin
12	Basın incelemesi
13	Projelerin sözlü sunumu
14	Ders tekrarı ve final sınavına hazırlık

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM127	Diksiyon ve Hitabet Sanatı	1	0	2	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Kendini doğru ve etkili ifade edebilme, dilimiz Türkçe'yi kurallarıyla doğru şekilde kullanabilme becerisi bireylerin hem özel yaşamlarındaki iletişim kalitelerini hem de profesyonel hayattaki başarılarını arttırabilmeleri için önem taşımaktadır. Türkçe yazıldığı gibi konuşulmayan, kendine has kuralları ve müziği olan zengin bir lisandır. Üniversitemizden mezun bir öğrencinin Türkçe'yi doğru kullanması çok önemlidir. Dersimizin öncelikli amacı Türkçe'nin doğru kullanımı ve diksiyon kurallarının öğrenilmesi olacaktır. Bununla birlikte kullanılan dilin doğruluğu kadar ifadenin de güçlü olması da kişiyi başarıya taşıyan temel unsurlardan biridir. Antik Yunan'dan bu yana hitabet bir "sanat" olarak kabul görmektedir. Bu dersimiz aracılığıyla öğrencilerin bu sanata hakimiyetini arttırmayı hedeflemekteyiz

İçerik	1. Hafta: Giriş Dersi 2. ve 3. Hafta: Temel Diksiyon Kuralları ! Seslerin doğru telaffuzu ! Yazım ve okunuş farkları ! Kalın-ince ünlüler ve kullanımları ! Sert ve yumuşak vokaller ! Özel harfler - o Ğ kullanımı - o R kullanımı 4. ve 5. Hafta: Tonlama ! Deşifre - o Metnin dilsel çözümlemesi - o Metnin anlamsal çözümlemesi ! Doğru tonlama - o Ünlemlerin tonlanması - o Duyguların tonlamayla aktarılması - o Varyasyon 6, 7 ve 8. Hafta: Ses ve Nefes Kullanımı ! Sesin oluşumu - o Teknik açıklama - o Farklı rezonanslar; göğüs, gırtlak, burun ve kafa sesleri - o Ses telleri ! Nefes ve doğru nefes almak - o Nefesin evreleri - o Diafram nefesi ve nefes kullanımı ! Ses ve nefes egzersizleri 9. Hafta: Hitabet Sanatına Giriş: Nasıl söylemeliyim ! Bir sanat olarak Hitabet ! Etkili konuşmanın temel unsurları 10. ve 11. Hafta: Hitabet ve Beden Dili Kullanımı: Nasıl “en iyi ifade ederim” ! Beden dilinin ana kavramları ! Duruş, ifade ! Jest ve mimik kullanımı 12, 13. Ve 14. Hafta: Uygulama Çalışmaları ! Seçili metinler ve doğaçlamalarla uygulama çalışmaları
Kaynaklar	• Şenbay, Nüzhet (2008) Söz ve Diksiyon Sanatı. • Şenbay, Nüzhet (1972) Alıştırma Diksiyon Sanatı. • İnce, Levent (Ders notları), Diksiyon Alıştırma Kitabı • Augusta Boal (1992) Oyuncular ve Oyuncu Olmayanlar İçin Oyunlar, çev.Berk Ataman, Özgürol Öztürk, Kerem Rızvanoğlu (2010), Boğaziçi Üniversitesi Yayınları. • Richards, Thomas (2005), Grotowski ile Fiziksel Eylemler Üzerine Çalışmak, Çev.Hülya Yıldız, Ayşın Candan. • Özdemir, Metin (2017), Hitabet: Güzel ve Etkili Konuşma Sanatı.

Teori Konu Başlıkları

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

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM129	Temel Tasarım	1	1	1	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Tasarım eğitiminin ilk adımı olan bu derste tasarım ve sanat arasındaki ince ayırım gözetilerek temel tasarım ilkeleri, araçları ve prensipleri teorik ve uygulamalı olarak yürütülecektir. İki boyutlu, üç boyutlu, hareketli ya da etkileşimli her tür tasarım ortamı için gerekli temel ilke, prensip ve araçlar ders kapsamındadır. Her tür tasarım ve sanat eğitiminin temeli olan bu ders, iletişim fakültesi öğrencilerinin oluşturduğu katılımcı kitlesinin ihtiyaçları göz önünde bulundurularak yeniden şekillendirilmiştir.

İçerik	1. Hafta: Temel Tasarıma Giriş 2. Hafta: Tasarım Elemanları: Kavramsal Nokta, Çizgi, Alan, Hacim 3. Hafta: Tasarım Elemanları: Görsel Şekil-Biçim, Işık-Gölge Tasarım İlkeleri: Şekil-Zemin Tasarım Araçları: İndirgeme-Soyutlama 4. Hafta: Alan Çalışması 5. Hafta: Tasarım Elemanları: Görsel Renk-Ton Tasarım İlkeleri: Denge 6. Hafta: Tasarım Elemanları: Görsel Desen-Doku Tasarım İlkeleri: Uyum Tasarım Araçları: Tekrar 7. Hafta: Alan Çalışması 8. Hafta: Tasarım Elemanları: İlişkisel Doğrultu-Konum-Boyut-Ağırlık Tasarım İlkeleri: Ritm / Vurgu Tasarım Araçları: Geçişkenlik 9. Hafta: Tasarım Elemanları: Pratik Sunum-Anlam-İşlev-Yapı Tasarım Araçları: Hiyerarşi-Sarmallık-Merkezlilik- Odaklama-Hizalama-Grid 10. Hafta: 3. Boyutta Tasarım 11. Hafta: Tasarım'da Yazı Kullanımı: Tipografi 12. Hafta: Tasarım'da Yazı Kullanımı: Tipografi 13. Hafta: Etkileşim Tasarımına Giriş 14. Hafta: Alan Çalışması
Kaynaklar	- Graham, I. (2002) Basics of Design: Layout and Typography for Beginners, Delmar. - Ambrose, G. ve Harris, P. (2003) The Fundamentals of Creative Design, AVA Publishing.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Temel Tasarıma Giriş
2	Tasarım Elemanları: Kavramsal

Hafta	Konu Başlıkları
3	Tasarım Elemanları: Görsel Tasarım İlkeleri: Şekil-Zemin Tasarım Araçları: İndirgeme-Soyutlama
4	Alan Çalışması
5	Tasarım Elemanları: Görsel Tasarım İlkeleri: Denge
6	Tasarım Elemanları: Görsel Tasarım İlkeleri: Uyum Tasarım Araçları: Tekrar
7	Alan Çalışması
8	Tasarım Elemanları: İlişkisel Tasarım İlkeleri: Ritm / Vurgu Tasarım Araçları: Geçişkenlik
9	Tasarım Elemanları: Pratik Tasarım Araçları: Hiyerarşi-Sarmallık-Merkezilik- Odaklama-Hizalama-Grid
10	3. Boyutta Tasarım
11	Tasarım'da Yazı Kullanımı:
12	Tasarım'da Yazı Kullanımı:
13	Etkileşim Tasarımına Giriş
14	Alan Çalışması

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM137	Temel Programlama I	1	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Öğrencileri temel bilgisayar ve bilişim teknolojileri bilgisi vermek. Giriş seviyesinde programlama dilleri ve basit kodlar geliştirme yetisi kazandırmak
İçerik	Bilgisayarlara giriş, kısa tarihçe, bilgisayar bileşenler, işletim sistemleri, kelime işlem ve tablolama yazılımları, programlama dilleri, programlamaya giriş, başlangıç seviyesi Python programlama.
Kaynaklar	Ders notları ve sunumları Charles R. Severance, "Python for Everybody - Exploring Data Using Python 3", 2016-Jul-05 First Complete Python 3.0 version.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş, Dersin Amacı, Bilgisayar tanımı ve çeşitleri
2	Bilgisayar ve Bilişim Teknolojileri Kısa Tarihçe
3	Temel Bilgisayar Donanımı
4	İşletim Sistemleri
5	Kelime İşlem Yazılımları
6	Tablolama Yazılımları

Hafta	Konu Başlıkları
7	Diğer Popüler yazılımlar (sunum, vektörel tasarım, piksel bazlı tasarım)
8	ARA SINAV
9	Python'a giriş
10	Stringler
11	Değişkenler
12	Temel işlemler
13	Kullanıcıdan veri girişi ve işlenişi
14	Koşullar ve döngüler

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM147	Medyada ve İletişimde Yapay Zekâya Giriş I	1	1	1	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Yapay zekâ (YZ) ve makine öğreniminde (ML) temel kavram ve güncel pratiklerin, iletişim ve sosyal bilimler alanındaki vaka analizleri üzerinden kavranmasını sağlamak. Kuramsal tartışmaların ve uygulamaların yarattığı teknik, etik ve hukukî sorunların eleştirel bir bakışla irdelenmesi için öğrencilere gerekli bilgi altyapısını edindirmek. Üretsel YZ (Generative AI) alanındaki örnek uygulamalar üzerinden pratik beceriler kazandırmak, akademik ve ekonomik sektörlerde kullanılan güncel araç ve yöntemleri tanıtmak.
İçerik	1. Hafta: Sosyal bilimciler ve iletişimciler için yapay zekâya giriş 2. ve 3. Hafta: ! Leibniz'den günümüze yapay zekânın tarihi: Yapay zekâ tarihinde çığır açan fikirlerin ve teknolojilerin evrimi ve birbiriyle bağlantısı ! Yapay zekâ nasıl çalışıyor? Makine öğrenme, derin öğrenme, gözetimli/gözetimsiz öğrenme, rastgele orman, sınıflandırma ve kümeleme, regresyon, boyut azaltma, evrimişimli sinir ağları, NLP, LLM gibi anahtar kavramlar ve teknik terimler 4., 5. ve 6. Hafta: ! Yapay zekânın etik boyutu. İnsanî ikilemler. YZ eğitim veri setlerindeki sorunlar: Hatalı örneklem, önyargılar/tarafllılık, vb. ! Yapay zekânın yasal altyapısı ve hukuki boyutu. ABD, Avrupa Birliği, Çin ve Türkiye başta olmak üzere dünyada yürürlüğe giren veya hazırlık aşamasında olan YZ mevzuatı ile demokratik sivil toplumun ve diğer paydaşların bu alandaki regülasyon çabalarına yaklaşımı ! Robotlar kimi işsiz bırakacak? Yapay zekânın ekonomik boyutu. Programlanabilir mantık denetleyicilerinin (PLC) icat edildiği 1960'lardan bu yana otomasyonun ekonomiye ve insan kaynaklarına etkisi.

	Ders konusu: YZ etiği alanında uluslararası bir uzman Egzersiz: “Tesla’yı siz kodlasaydınız...” tartışması / uygulaması 7. ve 8. Hafta: ! Üretsel yapay zekânın tanımı, temelleri ve modelleri. LDA, Markov zincirleri, Bayes ağları gibi “üretsel” YZ yöntemleri. Bunların lojistik regresyon, karar ağacı, rastgele orman vb. “ayrımıcı” YZ yöntemlerinden farkı. Metin, görsel, kod, ses veya diğer türden veriler üreten modellerin çalışma prensiplerine giriş. GAN’lar, ‘transformer’lar, difüzyon modelleri... ! Üretsel yapay zekâda araçlar ve platformlar. Günümüzde kullanılan üretsel YZ araçlarına giriş. Kodlama gerektirmeden YZ kullanımına imkân sağlayan platformlar. 9. ve 10. Hafta: ! Her şeye bir chatbot mu? Kullanıcı deneyimi ve insan odaklı yapay zekâ. LLM’lerin güçlenip yaygınlaşmasıyla diyaloga dayalı arayüzlerin kullanıcı deneyiminin eyaptığı etkiler. Yan etkilerin insan odaklı bir yaklaşımla çözümüne yönelik bilimsel çabalar. ! Komut mühendisliğinde anahtar kavramlar ve örnek uygulamalar. “Zero-shot,” “few-shot,” “Chain-of-Thought” ve “priming” gibi tekniklere giriş. Ders konusu: Üretsel YZ alanında uluslararası bir uzman Egzersiz: LLM ve GAN destekli medya üretimi 11. ve 12. Hafta: ! Yapay zekâyla medya üretimi ve dağıtımında örnek uygulamalar. Günümüzde iletişim sektöründe kullanılan YZ uygulamalarının irdelenmesi. ! Yapay zekâyla veri toplama ve analizinde örnek uygulamalar. Günümüzde akademide ve sağlık, bankacılık vb. sektörlerde veri toplama ve işleme için kullanılan YZ uygulamalarının irdelenmesi. Egzersiz: YZ destekli akademik literatür taraması 13. ve 14. Hafta: ! Final proje atölyeleri, rehberlik ve yardım. ! Final proje sunumları ve sınıf tartışması.
Kaynaklar	• Artificial Intelligence Basics – T. Taulli • Artificial Intelligence: A Modern Approach – S. J. Russell & P. Norvig • Quick Start Guide to Large Language Models – Sinan Özdemir • Life 3.0: Being Human in the Age of Artificial Intelligence – M. Tegmark, R. Shapiro • The Alignment Problem: Machine Learning and Human Values – B. Christian • Noise: A Flaw in Human Judgment – D. Kahneman, O. Sibony, C. R. Sunstein • İktidar ve Teknoloji: Bin Yıllık Mücadele – D. Acemoğlu, S. Johnson • Gözetleme Kapitalizmi Çağı – S. Zuboff • Adalet: Yapılması Gereken Doğru Şey Nedir? – M. J. Sandel • Derse konu olacak yazılımlar ve dijital uygulamalar: ChatGPT, Gemini, Microsoft Copilot, Claude, Mistral, Llama 3, Perplexity AI, Elicit, Consensus, DALL-E, Stable Diffusion Tools, Canva, Lex, DeepL, HeyGen, Opinionate, Aino ve Google Colab

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Sosyal bilimciler ve iletişimciler için yapay zekâya giriş
2	Leibniz'den günümüze yapay zekânın tarihi: Yapay zekâ tarihinde çığır açan fikirlerin ve teknolojilerin evrimi ve birbiriyle bağlantısı
3	Yapay zekâ nasıl çalışıyor? Makine öğrenme, derin öğrenme, gözetimli/gözetimsiz öğrenme, rastgele orman, sınıflandırma ve kümeleme, regresyon, boyut azaltma, evrimişimli sinir ağları, NLP, LLM gibi anahtar kavramlar ve teknik terimler
4	Yapay zekânın etik boyutu. İnsanî ikilemler. YZ eğitim veri setlerindeki sorunlar: Hatalı örneklem, önyargılar/taraflılık, vb.
5	Yapay zekânın yasal altyapısı ve hukuki boyutu. ABD, Avrupa Birliği, Çin ve Türkiye başta olmak üzere dünyada yürürlüğe giren veya hazırlık aşamasında olan YZ mevzuatı ile demokratik sivil toplumun ve diğer paydaşların bu alandaki regülasyon çabalarına yaklaşımı
6	Robotlar kimi işsiz bırakacak? Yapay zekânın ekonomik boyutu. Programlanabilir mantık denetleyicilerinin (PLC) icat edildiği 1960'lardan bu yana otomasyonun ekonomiye ve insan kaynaklarına etkisi.
7	Üretsel yapay zekânın tanımı, temelleri ve modelleri. LDA, Markov zincirleri, Bayes ağları gibi "üretsel" YZ yöntemleri. Bunların lojistik regresyon, karar ağacı, rastgele orman vb. "ayrımıcı" YZ yöntemlerinden farkı. Metin, görsel, kod, ses veya diğer türden veriler üreten modellerin çalışma prensiplerine giriş. GAN'lar, 'transformer'lar, difüzyon modelleri...
8	Üretsel yapay zekâda araçlar ve platformlar. Günümüzde kullanılan üretsel YZ araçlarına giriş. Kodlama gerektirmeden YZ kullanımına imkân sağlayan platformlar.
9	Her şeye bir chatbot mu? Kullanıcı deneyimi ve insan odaklı yapay zekâ. LLM'lerin güçlenip yaygınlaşmasıyla diyaloga dayalı arayüzlerin kullanıcı deneyimine yaptığı etkiler. Yan etkilerin insan odaklı bir yaklaşımla çözümüne yönelik bilimsel çabalar.
10	Komut mühendisliğinde anahtar kavramlar ve örnek uygulamalar. "Zero-shot," "few-shot," "Chain-of-Thought" ve "priming" gibi tekniklere giriş.
11	Yapay zekâyla medya üretimi ve dağıtımında örnek uygulamalar. Günümüzde iletişim sektöründe kullanılan YZ uygulamalarının irdelenmesi.
12	Yapay zekâyla veri toplama ve analizinde örnek uygulamalar. Günümüzde akademide ve sağlık, bankacılık vb. sektörlerde veri toplama ve işleme için kullanılan YZ uygulamalarının irdelenmesi.
13	Final proje atölyeleri, rehberlik ve yardım. Final proje sunumları ve sınıf tartışması.
14	Final proje atölyeleri, rehberlik ve yardım. Final proje sunumları ve sınıf tartışması.

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM225	İletişim Kuramları	3	3	0	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, kitle iletişimi kavramının gelişimini öğrenmek; kitle iletişimi alanındaki temel kuramsal yaklaşımlar hakkında bilgi sahibi olmaktır. Bunların ışığında alandaki konu ve sorunları kavrama ve eleştirme bilgi ve becerisi kazandırmaktır.
İçerik	Derste iletişim alanında tarihsel süreç içerisinde ortaya çıkan kuram ve okulların yapısı, mantığı ve bilimsel yaklaşımları incelenecektir.

Kaynaklar	Alemdar,K,Erdoğan,İ,İletişim ve Toplum, Bilgi Yayınları,Ankara, 1990 McQuail,D,Windhal,S, Kitle İletişim Modelleri, İmge Yayınları,Ankara, 1997 O'Sullivan ,T ,Hartley ,J, Saunder,D, Montgomery,M, Fiske,J, Key Concepts in Communcation and Cultural Studies, Routledge,NY,1994 Morva, O., Chicago Okulu: Pragmatik Sosyal Teoride İletişimin Keşfi. İstanbul: Doruk, 2013 Mattelart A. ve M. Mattelart, İletişim Kuramları. İstanbul: İletişim, 1998 Fiske,J, İletişim Çalışmalarına Giriş, Ark Yayınları,Ankara, 1994
-----------	---

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma ve Ders İzlenesinin Paylaşımı
2	Kuram ve Okul Kavramlarına Genel Bir Bakış
3	Güçlü Etkiler
4	Chicago Okulu
5	İşlevselcilik ve Sınırlı Etkiler
6	Güçlü Etkilere Dönüş
7	Unesco: Yeni Dünya Düzeni
8	Vize
9	Ekonomi-Politik Yaklaşım
10	Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrileri
11	Habermas ve İletişimsel Eylem
12	Kültürel İncelemeler ve Alımlama Çalışmaları
13	Teknolojik Yaklaşımlar
14	Genel Değerlendirme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM235	Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri	3	1	1	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders sosyal bilimler araştırmalarına giriş niteliğindedir; amacı öğrencilere bir bilimsel araştırma tasarlamak ve uygun verileri toplayıp çözümlemek için gerekli metodolojik becerileri kazandırmaktır.
İçerik	Sosyal bilimlerin temel metodolojik tartışmaları Sosyal bilimlerde araştırma tasarımı Veri toplama ve çözümleme

Kaynaklar	Raymond Quivy, Luc van Campenhoudt, Manuel de recherche en Sciences sociales, Dunod, 2006. Howard Becker, Tricks of the Trade How to think about your Research while you're doing it, University of Cicago Press, 1998. Ted Benton, Ian Craib, Philosophy of Social Science, Palgrave Macmillan, 2011. Karl Marx, Kapital, Yordam, 2011, s. 17-30. Karl Marx, 1857 Girişi Max Weber, Collected Methodological Writings, Routledge, 2013 Pierre Bourdieu, L'opinion publique n'existe pas
-----------	---

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Temel kavramlar ve tartışmalar
2	Doğa, insan, yasa ve düzenlilikler
3	Sosyal bilimler ne işe yarar? Anlamacı ve açıklayıcı yaklaşımlar
4	Bilginin kaynağı olarak akıl ve duyu / Kuram nedir, yöntemle nasıl bir ilişkisi vardır?
5	Olgu-değer gerilimi
6	Tümel, tekil ve gerçeklik
7	Ara sınav
8	Sınanabilirlik ve nesnellik
9	Bağıntı ve nedensellik
10	Soyutlama
11	İdealtip ve toplumsal olgu
12	Yapı ve fail
13	Etik sorunlar
14	Final sınavı

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM237	Felsefi İletişim ve Medya Etiği I	3	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans

Dersin Amacı	Bilgi olanla olmayan, güvenilir olanla olmayan kaynaklar arasındaki alanın gittikçe flulaştığı dezenformasyon, “fake-news” döneminde karşılaştığımız her türden “iletişim içeriği”nin üretilme ve/ya işleme süreçlerine etik-felsefi perspektife dayalı eleştirel düşünme becerileri kazandırmak.
İçerik	Felsefenin temel kavramları ve sorunları, genelinde etiğin özelinde uygulamalı etiğin temel kavram ve sorunları, eleştirel düşünme ve mantık hataları, felsefi iletişim, felsefi iletişim açısından “iletişim içerikleri”nin ele alınması.
Kaynaklar	AKARSU, Bedia. Mutluluk Ahlakı, İstanbul: İnkılap Kitabevi, 1998. ALANKUŞ, Sevdâ. (Der.) Medya Etik ve Hukuk, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul. 2003 ARISTOTELES. Nikomakhos’a Etik, çev: Saffet Babür, Ankara: Ayraç Yayınları, 1998. ARISTOTELES. Eudamos’a Etik, çev: Saffet Babür, Ankara: Dost Yayınevi, 1999. ARSLAN, Ahmet. Felsefeye Giriş, Adres Yayınları, 2013. BALLIARGEON, Normand. Aklın ve Bilimin Işığında Eleştirel Düşünme Kılavuzu Çev. İbrahim Yıldız, Dipnot Yayınları, 2017. BAUMAN, Zygmunt, Postmodern Etik, Çev. Alev Türker, Ayrıntı Yay. İstanbul, 1998. BOWELL, T. & KEMP, G. Eleştirel Düşünme Kılavuzu, Tübitak Yayınları, Ankara. 2018. GÖKBERK, Macit. Değişen Dünya Değişen Dil, Çağdaş Yayınları, İstanbul. 1980 GÖKBERK, Macit, Felsefe Tarihi, Remzi Kitabevi, İstanbul. 2019. HÖFFE, Otfried, Etik Bir Giriş, Çev. Sergül Vural Kara, Runik Kitap, İstanbul, 2020. HUME, David, İnsan Doğası Üzerine Bir Soruşturma, BilgeSu,, Ankara, 2011. HUME, David, Ahlak İlkeleri Üzerine, Çev. Nil Demir, Fol Kitap, Ankara, 2019. MOORE, G. E., Ethics, Thorton Butterworth Ltd., London, 1939. ÖZLEM, Doğan, Etik-Ahlak Felsefesi, İnkılap, İstanbul, 2004. ÖZLEM, Doğan. Mantık, Notos, 2011. PLATON. Diyaloglar 1, İstanbul: Remzi Kitabevi, Beşinci Basım, 1998. PLATON. Devlet, Çev. Sebahattin Eyüboğlu-M. Ali Cimcoz, 1. Baskı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: İstanbul, 1999. ROSS, David, Aristoteles, Kabalcı Yay. İstanbul, 1999. KANT, Immanuel. Ahlak Metafiziğinin Temellendirilmesi, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, Ankara. 1995. KANT, Immanuel. Immanuel. Pratik Aklın Eleştirisi, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, Ankara. 1999. KROPOTKİN, Anarşist Etik, Çev. Işık Ergüden, Doruk, Ankara, 1999. KUÇURADI, Ioanna. Etik, Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, 1999. KUÇURADI, Ioanna. Uludağ Konuşmaları, Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, 1997. MACINTYRE, Alasdair, Etik’in Kısa Tarihi, Çev. Hakkı Hünler-Solmaz Zelyut Solmaz, Paradigma, İstanbul, 2001. MENGÜŞOĞLU, Takiyettin. Felsefeye Giriş, Doğu-Batı Yayınları, 2022. MILL, John Stuart. Utilitarianism, Liberty, Representative Government, London: Everyman’s Library, 1910. NUSSBAUM, Martha. “Virtue Ethics: A Misleading Category?”, Abstract, The Journal of Ethics, Number:3, 163-201, 1999. ÖZCAN, Muttalip, İnsan Felsefesi: İnsanı Neliği Üzerine Bir Soruşturma, Bilim Sanat, 2006. PIEPER, Annemarie, Etiğe Giriş, Çev. Veysel Atayman-Gönül Sezer, Ayrıntı, İstanbul, 1999. RUSSEL, Bertrand. Felsefe Sorunları, Çev. Vehbi Hacıkadiroğlu, Say Yayınları, 2019 RUGGIERO, Vincent Ryan. Eleştirel Düşünme İçin Bir Rehber, Çev. Çağdaş Dedeoğlu, Alfa Yayınları, 2020. TEPE, Harun. Etik ve Metaetik, Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, 1992. TEPE, Harun. Teorik Etik Etiğin Bilgisel Sorunları, BilgeSu, Ankara, 2016. TEPE, Harun, “İnsan ve Ahlak”, Ahlak Felsefesi Yazıları, Lokman Çilingir (ed.), Elis Yay., Ankara, 2015. TEPE, Harun. “Etikte Yaklaşımlar ve Kuçuradi Etiği”, Essays in Honour of Ioanna Kuçuradi, Sevgi İyi (Guest Editor), Journal Of Turkish Studies, Volume:25, Harvard University, 279-297, 2001. TEPE, Harun. (Ed.) Etik ve Meslek Etikleri, Türkiye Felsefe Kurumu, Ankara, 2000. UYGUR, Nermi. Bütün Eserleri I, Yapı Kredi Yayınları, 2016. UYGUR, Nermi. Bütün Eserleri II, Yapı Kredi Yayınları, 2017. UZUN, Ruhdan. İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar, Dipnot Yayınları, 2018.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Homo Sapiens Sapiens'ten Homo Narras'a düşünme - Homo Videns
2	Felsefenin temel kavram ve sorunları - 1
3	Felsefenin temel kavram ve sorunları - 2
4	Felsefi iletişimin kuramsal temelleri
5	Felsefi iletişim açısından kavramlar
6	Felsefi iletişim açısından iletişim içerikleri
7	Eleştirel düşünme - 1
8	Eleştirel düşünme - 2
9	Mantık hataları
10	Etiğin temel kavram ve sorunları - 1
11	Etiğin temel kavram ve sorunları - 2
12	Etik değerlendirme
13	Uygulamalı etiğin temel kavram ve sorunları
14	Kuramdan uygulamaya

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM291	Sosyal Psikoloji	3	2	0	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders kapsamında sosyal psikoloji alanında geliştirilen temel kuramların, kavramların ve laboratuvar deneylerin anlatılması ve gündelik yaşamdan, iletişim alanındaki farklı uygulamalardan örneklerle sosyal psikolojinin temel açılımlarının yorumlanması hedeflenmektedir

İçerik	1. Ders planının ve ders dahilinde yapılacak çalışmaların tanıtımı 2. Sosyal Psikoloji nedir? Tanımlar – Özellikler, Tarihsel Gelişim, Araştırma Yöntemleri 3. Sosyal İlişki biçimleri 4. Sosyal Etki :Grup normunun oluşumu 5. Sosyal Etki biçimleri: uyma ve itaat – Deney sonuçları 6. Sosyal Etki biçimlerini etkileyen ortamsal etkenler 7. Sosyal etki ve iletişim süreçleri 8. Vize sınavı 9. Sosyal Temsiller – Genel Tanımlar 10. Sosyal Temsillerin yapısal ve içerik özellikleri 11. Sosyal Gerçekliğin oluşumu 12. Önyargı, kalıpyargı ve ayrımcılık 13. Etkileşimli iletişim ortamları ve sosyal etki 14. Etkileşimli iletişim ortamlarında sosyal temsiller
--------	---

Kaynaklar	ALBOUY Serge, Elements de la Psychologie Sociale, 2e éd. Privot, Paris, 1990 ARONSON Elliot and PRATKANIS Anthony R. Social psychology, Aldershot, Edward Elgar Pub Hants , 1993. BEAUVOIS Jean-Léon, Relations humaines groupes et influence sociale, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble 1995 BON Le Gustave, La psychologie des foules, PUF Quadrige, 5é ed. Paris, 1995 DEUTCH Morton, Les théories en psychologie sociale, Mouton, Paris, 1972 FISCHER Gustave-Nicholas, Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale, Presses de l'Université de Montréal, BORDAS, Paris, 1987 GERGEN Kenneth et JUTRAS Sylvie, Psychologie Sociale, VIGOT, 2e éd. Paris, 1992 KAĞITÇIBAŞI Çiğdem, İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye Giriş, Sosyal Bilimler Derneği Yayınları (G-8), Sevinç Matbaası, Ankara, 1976 MAISONNEUVE Jean, Psychologie Sociale, PUF Collection que sais-je?, Paris, 17é ed. LEYENS J-P, YZERBYT V., Psychologie Sociale, Mardaga, 1997 MOSCOVICI Serge, Psychologie Sociale, PUF fondamental, Paris, 1984 PAICHELER Geneviève, The psychology of social influence, Cambridge University Press ; Cambridge ; New York Paris, Editions de la Maison des sciences de l'homme, 1988. Proshansky Harold and Seidenberg Bernard, Basic studies in social psychology, Rinehart and Winston, New York : Holt 1965 ROUSSIAU Nicolas, Psychologie Sociale, Press Editions, Paris, 2000 STOETZEL Jean, Psychologie Sociale, Flammarion, Paris, 1978 http://www.ehess.fr/centres/lps/home.html http://www.psychologie-sociale.org/
-----------	---

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Sosyal Psikoloji nedir?
2	Sosyal İlişki biçimleri
3	Sosyal Etki :Grup normunun oluşumu
4	Sosyal Etki biçimleri: uyma ve itaat – Deney sonuçları
5	Azınlık etkisi - inovasyon
6	Azınlık etkisinin özellikleri ve fonksiyonu
7	Vize sınavı
8	Sosyal Temsiller – Genel Tanımlar
9	Sosyal Temsillerin yapısal ve içerik özellikleri
10	Sosyal Gerçekliğin oluşumu

Hafta	Konu Başlıkları
11	Önyargı, kalıpyargı ve ayrımcılık
12	Grup çeşitleri ve yapısı
13	İletişim alanından örnek incelemesi
14	İletişim alanından örnek incelemesi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU207	Basın Tarihi	3	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilerin Türkiye'de basının doğuşu ve toplumsal, siyasi ve ekonomik değişimler paralelinde gelişimi hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamak, günümüz gazeteciliğini ve kamusal tartışma ortamını anlamalarına temel oluşturmaktır.
İçerik	Dünyada ve Osmanlı İmparatorluğunda gazete, dergi ve gazeteciliğin doğuşu ve gelişimini hazırlayan toplumsal, siyasi ve ekonomik koşullar. Modernleşme süreci bağlamında Osmanlı'da matbaanın kuruluşundan Cumhuriyet dönemine kadar gazeteciliğin gelişimi: Basın tarihine damga vurmuş dergiler, gazeteler ve gazeteciler, yasal düzenlemeler, gazeteciliğin bir meslek olarak doğuş sancıları. Kurtuluş Savaşı ve Cumhuriyet'in kuruluş sürecinde basının ve gazetecilerin kamuoyu oluşturma işlevleri Cumhuriyet döneminin farklı aşamalarında dönemin toplumsal, kültürel ve siyasi ortamı çerçevesinde basın, yasal düzenlemeler, gazetecilik meslek örgütleri, sahiplik yapıları.
Kaynaklar	- İNÜĞÜR Nuri, Türk Basın Tarihi, Gazeteciler Cemiyeti yay. 1991. - GEZGİN S., POLAT V., ARCAN H.E., Türkiye Sözlü Basın Tarihi, 3 cilt, İş Bankası yay., 2016. - KOLOĞLU O. "Türkiye'de Basın", İletişim Yayınları, İst. 1992. "Basınımızdan Resim ve Fotoğrafın Başlaması", Engin Yayınları, İst. 1993. "Türk Basını: Kuva-yı Milliye'den Günümüze", Kültür Bakanlığı Yayınları, 1993. - TOPUZ H., Türk Basın Tarihi, - Tanzimattan Cumhuriyete Türkiye Ansiklopedisi, İletişim Yayınları. - Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, İletişim yay.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dünya'da Basının doğuşu ve altın çağını hazırlayan toplumsal, ekonomik ve siyasi koşullar
2	18 ve 19. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğunun ekonomik, toplumsal ve siyasi koşulları
3	Takvim'i Vakayi'den I. Meşrutiyete Tanzimat Dönemi Basını: İlk dergi ve gazeteler, gazetecilerin kültür, bilim ve fikir hayatına katkıları
4	Tanzimat dönemi Basını: Yasal düzenlemeler, çalışma koşulları, gelir kaynakları
5	Sultan II. Abdülhamid dönemi basın

Hafta	Konu Başlıkları
6	II. Meşrutiyet dönemi Basın: Yayınların çeşitliliği: Mizah, çocuk, kadın, ekonomi, edebiyat, felsefe vb. gibi çok farklı alanlarda yayınlanan dergiler
7	İşgal ve Kurtuluş Savaşı dönemi basın
8	Ara Sınav
9	Cumhuriyet'in İnşası sürecinde basın
10	Tek parti döneminden çok partili yaşama geçiş ve basın
11	1960'lardan 2000'lere basının dönüşümü
12	Toplumsal hareketler ve Basın
13	Kültür, Sanat ve Fikir akımları ve Basın
14	Farklı kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışı ve Basın

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU209	Yazılı İçerik Üretimi ve Haber Tasarımı	3	2	2	0	4	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, bir içeriğin, özellikle de yazılı bir içeriğin hangi temel unsurlara sahip olması gerektiğini öğrencilere aktarmaktır. İçeriğin kurgusalılığı ders sırasında öğrencilerle birlikte tartışılacak konulardan biridir. Derste, belli bir içeriğin üretilme amacı, yayın mecrası, hedef kitlesi, konusu, bakış açısı, yayınlanma nedeni, vb. unsurlarının nasıl oluşturulacağı üzerinde durulacaktır. Derste ayrıca, haber üzerine odaklanılacak, haberin ne olduğu, nasıl tanımlanabileceği sorusundan başlayarak “haber” olarak nitelenen bir yazının hangi unsurları içermesi ve haberde nelere dikkat edilmesi gerektiği anlatılacaktır. Bu bağlamda, haber nedir; haberin özellikleri nelerdir; neler haber olabilir; haber yazma sürecinin aşamaları; haberin bakış açısının nasıl oluşturulacağı; haberde bilgi toplama aşaması; haber yazmada kullanılan teknikler; ters piramit tekniği; haberin temel soruları; başlık, spot, haberde görsel kullanımı; sözcük seçiminin önemi; haberde denetim ve doğrulama hakkındaki bilgilerin teorik ve örnekler üzerinden aktarımına; sınıf içi ve sınıf dışı uygulamalar üzerinden tartışma yoluna başvurulacaktır. Bütün bu bilgilerin, haber metni dışındaki içeriklerde nasıl kullanılacağı da dönem boyunca üzerinde durulacak konulardandır.
İçerik	-
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

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

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP201	Halkla İlişkiler Kuramları ve Modelleri	3	3	0	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Halkla ilişkiler kuramları ve modelleri dersinde halkla ilişkilere ait temel kavramlar ele alınmaktadır. Halkla ilişkiler disiplinine ait kuramlar, strateji ve taktiklerin ele alındığı bu derste öğrencilerin halkla ilişkiler mesleğini tanıması, halkla ilişkiler profesyonellerinin iş yapım süreçlerini öğrenmesi amaçlanmaktadır. Ders kapsamında halkla ilişkiler, sektörel bakış açısıyla birlikte eleştirel bir bakış açısı ile alınacak ve öğrencilerin halkla ilişkiler etiğini tartışması sağlanacaktır.
İçerik	Halkla ilişkiler disiplinin tanımlanması, Halkla ilişkiler tarihçesi Halkla ilişkiler kuram ve modelleri Halkla ilişkilere eleştirel yaklaşımlar Uluslararası halkla ilişkiler: kamu diplomasisi Kurumsal sosyal sorumluluk Kurumsal sürdürülebilirlik Aktivist halkla ilişkiler Finansal halkla ilişkiler Halkla ilişkiler ve etik.

Kaynaklar	Biber, Ayhan. "Bir Meşrulaştırım Yöntemi Olarak Halkla İlişkilerin Meşruiyeti", Amme İdaresi Dergisi. Cilt 36, Sayı 4, Aralık 2003, s. 43-53. Chomsky, Noam. Medya Denetimi: Immediast Bildirgesi. 2. Baskı, İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık, 1995. Coombs, Timothy., Holladay, Sherry. PR Strategy and Application, Wiley Blackwell. 2010. Cutlip S.M., Center A.H. ve Broom G.M., Effective Public Relations, 8th. Edition, New Jersey: Prentice-Hall International, 2000. Çınarlı, İnci. Stratejik İletişim Yönetimi. 2. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 2013. Çınarlı, İnci. "Döngü Uzmanları (Spin Doctors), Medyatik Yalan ve Kamu Manipülasyonu", İletişim, Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi, İstanbul, No.1, Aralık 2004, ss:165-174. Erdoğan, İrfan. Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler, Erk Yayınları, Ankara, 2006. Jowett, Garth S. ve O'Donnell Victoria. Propaganda and Persuasion, 4th. Ed., California: Sage Publications, 2006. L'Etang, Jacquie ve Pieczka, Magda (der.). Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Vadi Yayınları, 2002. Peltekoğlu Balta, Filiz. Halkla İlişkiler Nedir?, 4. Baskı, Beta Yayınları: İstanbul, 2006. Paul, Christopher. Strategic Communication: Origins, Concepts and Current Debates. Praeger, 2011. Sancar, Gaye Aslı. Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler. 2. Basım, Beta Yayınları, İstanbul, 2014. Sancar, Gaye Aslı. (Ed.) Kamu Diplomasisinde Yeni Yaklaşımlar ve Örnekler. Beta Yayınları, İstanbul, 2016. Sancar, Gaye Aslı. (Ed.) Kurumların Yeni İletişim Biçimleri. Beta Yayınları. İstanbul, 2018 Sancar, Gaye Aslı. Aktivist Halkla İlişkiler Bağlamında WWF Dünya Saati Kampanya Örneği. Erciyes Akademia Dergisi. Cilt 5, Sayı 1. 2017. Sayımer, İdil. Halkla İlişkiler Etiğinde Öne Çıkan Modellerin Etik Sistemler Açısından Değerlendirilmesi, Küresel İletişim Dergisi. Sayı 2 Güz 2006. Smith, Ayten Görgün. Türkiye'de Yeni Bir İletişim Eğilimi: Spin Doctor. II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, 27- 28 Nisan 2006 Yağmurlu, Aslı. "Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi", İletişim Araştırmaları Dergisi. Ankara, Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi, 2011, ss. 9-39.
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş, Halkla İlişkiler disiplininin tanımlanması Halkla ilişkilerin tarihçesi
2	Halkla ilişkilerle ilişkili kavramlar (reklam/ gazetecilik/ pazarlama) Stratejik İletişim Yönetimi
3	Grunig ve Hunt'ın Halkla İlişkiler Modelleri ve örnekler
4	Halkla İlişkilerde kamuoyunun önemi Halkla ilişkilere eleştirel yaklaşımlar: Manipülasyon, Mezenformasyon, Dezenformasyon, Spin, news management (haber yönetimi) kavramları Chomsky ve Herman: Propaganda Modeli
5	Uluslararası halkla ilişkiler, Kamu diplomasisi Sert güç- yumuşak güç- akıllı güç kavramları Kamu diplomasisinin tarihçesi

Hafta	Konu Başlıkları
6	Kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik, SA 8000, 'fair-trade' kavramları
7	Kurumsal Sürdürülebilirlik
8	Vize Sınavı
9	Aktivist Halkla İlişkiler Finansal Halkla İlişkiler
10	Halkla ilişkiler 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
RPP203	Reklamcılığın Temel İlkeleri I	3	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilere reklam konusunda gerekli temel bilgileri vermek, reklam kavramı, reklamcılığın gelişimi, günümüzdeki durumu, hedef kitle üzerinde nasıl etkili olduğu konusunda bilgilendirmektir.
İçerik	Reklam tanımı. Reklamla ilgili kuruluşlar. Reklam türleri. Reklamın etki süreci. Reklam tarihi Türkiye'de reklamcılık Reklam ve hukuksal düzenlemeler.
Kaynaklar	. Mike Featherstone, Postmodernizm ve Tüketim Kültürü, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1997. Varda Langholz Leymore, Hidden Myth: Structure&Symbolizm in Advertising, New York, Basic Books Inc., 1975. Nicolas Riou, Pub Fiction: Société Postmoderne et Nouvelles Tendances Publicitaires, Paris, Editions d'Organisation, 1999. Halime Yücel, Reklamcılığın Temel İlkeleri, Nobel Yayıncılık, 2022.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Reklamın tanımı
2	Reklam Kurumları
3	Reklam Türleri
4	Reklam Süreci
5	Reklam Tarihi
6	Reklam Tarihi
7	Türkiye'de reklam
8	Türkiye'de reklam
9	Reklamın Kodları
10	Reklam ve Yaratıcılık
11	Reklam Akımları
12	Reklam ve Retorik
13	Reklam Araçları
14	Reklam Sınırlamaları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP207	Kişilerarası İletişim	3	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, kişilerarası iletişimde geçerli bazı teorileri ve temel araştırma konularını tartışmaktır. Bunun yanısıra kişilerarası iletişimin bazı konuları ayrıntılı olarak ele alınmaktadır; dinleme,kendini ifade etme, benlik, algı, sözlü-sözsüz iletişim, güç, etik gibi...Ders, öğrenciye kişilerarası iletişimde etkili olma yolunda önemli bilgiler kazandırmayı amaçlarken; kişiler arası ilişkilerdeki en son görüş ve araştırmalar, günlük yaşamda değişik geçmişleri olan kişilerin ilişkilerinde ortaya çıkan iletişim sorunları incelenecek, sözlü- sözsüz sunumların ve kişisel, kültürel, mesleki, psikolojik, dilsel,dinsel, cinsiyet ayrılıklarının iletişimi nasıl etkilediği disiplinler arası yaklaşımla tartışılacaktır.

İçerik	1.Hafta: Kişilerarası iletişimin tanımı ve kapsamı 2.Hafta: Kişilerarası iletişim sürecinde etkili olan sosyal evreler (aile, okul, arkadaş, iş çevresi, hobi grupları...vs.) 3.Hafta: Kişilerarası iletişim sürecinde kullanılan iletişim araçları 4.Hafta: Temel kişilerarası iletişim teorileri I (Sosyal nüfuz,sosyal karar, bilişsel uyum, bilişsel uyumsuzluk, belirsizlik azaltma) 5.Hafta: Temel kişilerarası iletişim teorileri II (dört aşamalı ilişki süreci) 6.Hafta: Kişilerarası iletişim sürecinde çatışma yönetimi 7.Hafta: Vize sınavı 8.Hafta: Dinleme, etkin dinleme ve dinlememe türleri. Kişilerarası iletişim sürecinde sessizlik kavramının önemi ve türleri: “dolu sessizlik” ve “boş sessizlik” 9.Hafta: Sözlü iletişimin tanımı sözlü iletişimde “ben” dili ve “sen” dili ayrımı 10.Hafta: Sözsüz iletişim I (jestler, mimikler, beden dili,dokunma, göz ve bakışlar, giyim, duruş, ses tonu) 11.Hafta: Ödev sunumu 12.Hafta: Sözsüz iletişim II (mekânda mesafe tutma ve proxemics kavramı) 13.Hafta: Mesleki, toplumsal rol ve statülerin kişilerarası iletişim sürecine etkisi 14.Hafta: Cinsiyet ayrılıklarının kişilerarası iletişim sürecine etkisi
Kaynaklar	DESCAMPS, Marc-Alain (1993). Le langage du corps : et la communication corporelle, Presses Universitaires de France, Paris. GOFFMAN, Erving (1974). Les rites d'interaction, Les Editions de Minuit, Paris. HALL, Edward T. (1971). La dimension caachée, traduit del'américain par Amélie Petita, Editions du Seuil, Paris. HARTLEY, Peter (1993). Interpersonal Communication, Routledge,London. MUCCHIELLI, Alex (1995). Psychologie de la communication, Presses Universitaires de France, Paris. WATZLAWICK, Paul (1972). Une logique de la communication, Editions du Seuil , Paris. WINKIN, Yves (1981). La nouvelle communication: textes recueillis et présentés de Bateson, Birdwhistell, Goffman, Hall, Jackson, Scheflen, Sigmon et Watzlawick, Editions du Seuil, Paris.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Kişilerarası iletişimin tanımı ve kapsamı
2	Kişilerarası iletişim sürecinde etkili olan sosyal evreler (aile, okul, arkadaş , iş çevresi, hobi grupları ...vs.)
3	Kişilerarası iletişim sürecinde kullanılan iletişim araçları
4	Temel kişilerarası iletişim teorileri I (Sosyal nüfuz, sosyal karar, bilişsel uyum, bilişsel uyumsuzluk, belirsizlik azaltma)
5	Temel kişilerarası iletişim teorileri II (dört aşamalı ilişki süreci)
6	Kişilerarası iletişim sürecinde çatışma yönetimi
7	Vize sınavı
8	Dinleme, etkin dinleme ve dinlememe türleri Kişilerarası iletişim sürecinde sessizlik kavramının önemi ve türleri: “dolu sessizlik” ve “boş sessizlik”
9	Sözlü iletişimin tanımı , sözlü iletişimde “ben” dili ve “sen” dili ayrımı
10	Sözsüz iletişim I (jestler, mimikler, beden dili, dokunma, göz ve bakışlar, giyim, duruş , ses tonu)
11	Ödev sunumu
12	Sözsüz iletişim II (mekânda mesafe tutma ve proxemics kavramı)
13	Mesleki, toplumsal rol ve statülerin kişilerarası iletişim sürecine etkisi
14	Cinsiyet ayrılıklarının kişilerarası iletişim sürecine etkisi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV201	Radyo-Televizyon Tarihi ve Kuramı	3	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin sonunda öğrenci, dünyada ve Türkiye’de radyo-TV yayıncılığının gelişiminin sosyal, siyasal, kültürel ve ekonomik süreçlerini kavrayacak ve öğrenecektir. Yayıncılığın teknolojik gelişiminin, içerikteki format değişikliğinin temel nedenlerini analiz edebilecek, bugünkü radyo – TV yayıncılığının değişim süreçlerinin sonucunda geldiği aşamayı kavrayabilecektir. Bu derste, nitelikli bir radyo TV yayıncısı olabilmek için gerekli bilgileri kazanacaktır.

İçerik	1. Hafta: 20. YY başlarında dünyada radyo ve TV yayıncılığının başlaması, siyasal, sosyal ve ekonomik koşullar, ve radyo TV yayıncılığının gelişimi. 2. Hafta: Sistem yaklaşımlar açısından, tarihsel süreçte radyo-TV yayıncılığının işleyişi; medya-iktidar ilişkileri. 3. Hafta: Kamu hizmeti-ticari yayıncılığın uluslararası düzenlemeler, içerik düzenlemeleri ve medya mülkiyeti açısından analizi. 4. Hafta: Türkiye’de 1927-1964 arasında radyo yayıncılığının sosyal, siyasal, hukuki, ve içerik açısından değişim süreçleri. 5. Hafta: Türkiye’de televizyon yayıncılığının başlaması, sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel koşullar çerçevesinde yayın içeriğinin değişimi. 6. Hafta: Türkiye’de 1964 – 1990 yılları arasında, radyo ve televizyon yayıncılığında, hukuki, kültürel ve siyasal değişimler bağlamında gelişim ve değişim süreci. 7. Hafta: Kamu Hizmeti yayıncılık modellerinin çözülmesi ve yayıncılıkta yerelleşme hareketinin dinamikleri. 8. Hafta: 1990 sonrası küreselleşme çerçevesinde dünyada ve Türkiye’de radyo – TV yayıncılığının değişimi. 9. Hafta: Değişen teknolojinin radyo-Tv yayıncılığına getirdiği yeni kavramlar : Yüksek tanımlı, etkileşimli ve katılımcı radyo ve TV yayıncılığı. 10. Hafta: Alternatif radyo ve televizyon yayıncılığı ve kuramsal yaklaşımlar. 11. Hafta: Dünyadaki alternati televizyon yayıncılığı deneyimleri. 12. Hafta: Topluluk radyoları ve televizyonları, sivil toplum kuruluşları ve kamusal alanın kullanılışı. 13. Hafta: Türkiye’de günümüzde radyo ve televizyon yayıncılığının yasal durumu, son değişiklikler, denetim sistemleri. Avrupa sınır ötesi TV sözleşmesi. 14. Hafta: Günümüz radyo televizyon yayıncılığı: Yeni kavramlar, internet-web-alternatif radyo televizyon yayıncılığı, kamusal alanın kullanımında değişiklikler.
Kaynaklar	Ö. Cankaya, TRT- Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi (1927-2000), YKY, 2003. R. Williams, Televizyon, Toplum ve Kültürel Biçim, Dost Kitabevi, Ankara, 2003. E. Köksalan, Alternatif Televizyon, Punto, İstanbul, 2010. S. Güney, Tüm Yönleriyle Topluluk Radyoları, İstanbul, 2009. S. İrvan, Medya, Kültür, Siyaset, Ankara, 2002.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	20. YY Başlarında Dünyada Radyo ve TV Yayıncılığının Başlaması, Siyasal, Sosyal ve Ekonomik Koşullar ve Radyo TV Yayıncılığının Gelişimi.
2	Sistem Yaklaşımlar Açısından, Tarihsel Süreçte Radyo-TV Yayıncılığının İşleyişi; Medya-İktidar İlişkileri.
3	Kamu Hizmeti-Ticari Yayıncılığın Uluslararası Düzenlemeler, İçerik Düzenlemeleri ve Medya Mülkiyeti Açısından Analizi.
4	Türkiye’de 1927-1964 Arasında Radyo Yayıncılığının Sosyal, Siyasal, Hukuki ve İçerik Açısından Değişim Süreçleri.

Hafta	Konu Başlıkları
5	Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Başlaması, Sosyal, Siyasal, Ekonomik ve Kültürel Koşullar Çerçevesinde Yayın İçeriğinin Değişimi.
6	Türkiye'de 1964 – 1990 Yılları Arasında, Radyo ve Televizyon Yayıncılığında, Hukuki, Kültürel ve Siyasal Değişimler Bağlamında Gelişim ve Değişim Süreci.
7	Kamu Hizmeti Yayıncılık Modellerinin Çözülmesi ve Yayıncılıkta Yerleşme Hareketinin Dinamikleri.
8	1990 Sonrası Küreselleşme Çerçevesinde Dünyada ve Türkiye'de Radyo – TV Yayıncılığının Değişimi.
9	Değişen Teknolojinin Radyo-TV Yayıncılığına Getirdiği Yeni Kavramlar: Yüksek Tanımlı, Etkileşimli ve Katılımcı Radyo ve TV Yayıncılığı
10	Alternatif Radyo ve Televizyon Yayıncılığı ve Kuramsal Yaklaşımlar.
11	Dünyadaki alternatif televizyon yayıncılığı deneyimleri.
12	Topluluk Radyoları ve Televizyonları, Sivil Toplum Kuruluşları ve Kamusal Alanın Kullanılışı.
13	Türkiye'de Günümüzde Radyo ve Televizyon Yayıncılığının Yasal Durumu, Son Değişiklikler, Denetim Sistemleri. Avrupa Sınır Ötesi TV Sözleşmesi.
14	Günümüz Radyo Televizyon Yayıncılığı: Yeni Kavramlar, İnternet-Web-Alternatif Radyo Televizyon Yayıncılığı Kamusal Alanın Kullanımında Değişiklikler.

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV205	Sinema Tarihi	3	3	0	0	3	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Dersin temel amacı, sinema alanında ilerlemeyi düşünen öğrencilere gerekli sinema tarihi bilgisinin edindirilmesi; öğrencilerin sinemanın doğuşundan bu yana geçirdiği değişimleri gözlemlemelerine yardımcı olunması ve sinemanın tarihin farklı dönemlerinde, farklı toplumsal yapılar ve teknolojik gelişmelerle nasıl şekillendiğinin bilincine vardırılmasıdır.

İçerik	1. Hafta: Erken dönem sinema (1895-1910) 2. Hafta: Sessiz Sinemanın Özellikleri ve sinemanın kurumsallaşması 3. Hafta: Sanat/Siyaset/Endüstri Ekseninde Sinema: Avrupa 4. Hafta: Sanat/Siyaset/Endüstri Ekseninde Sinema: Hollywood'un Doğuşu, 5. Hafta: Sanat/Siyaset/Endüstri Ekseninde Sinema: Sovyet Sineması 6. Hafta: Örnek film incelemesi 7. Hafta: Vize 8. Hafta: Sesli Sinema 9. Hafta : İkinci Dünya Savaşı ve Sinema 10. Hafta: Şairane Gerçekçilik 11. Hafta: İtalyan Yeni-Gerçekçiliği 12. Hafta: Örnek film incelemesi 13. Hafta:Modern Sinema:Fransız Yeni Dalga'sı 14. Hafta: Fransız Yeni Dalgası ve Dünyada “Yeni” Sinemalar
Kaynaklar	GAUDEREAULT André, Pour une nouvelle histoire du cinématographe, Paris, CNRS, 2008 BORDWELL David, STAIGER Janet, THOMPSON Kristin, The Classical Hollywood Cinema, Routledge, 2004. BORDWELL David, THOMSON Kristin, Film Art: An Introduction, McGraw-Hill Companies, 2003 CANUDO, Riciotto, L'Usine aux images, Séguier : Arte Editions, 1995 COUSINS Mark, The Story of Film, Pavillion Books, 2004 FRODON Jean-Michel, L'âge moderne du cinéma français : de la nouvelle vague à nos jours, Flammarion, 1995 LAWTON Richard, World of Movies: 70 Years of Film History, Vineyard Books Inc., 1974. MITRY Jean, Histoire du cinéma, 4 Cilt, Editions universitaires, 1991 MICHAUD Juliette, Il était une fois Hollywood, Relié, 2013 SADOUL Georges, Histoire du cinéma mondial. 9ème édition Broché – 1990 SELLIER Geneviève, La Nouvelle Vague, Broché, 2005 TRUFFAUT François, Hitchcock, Simon & Schuster 2nd edt. 1985

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Sinemanın Doğuşu (1895-1910)
2	: Sessiz Sinemanın Özellikleri
3	Sanat/Siyaset/Endüstri Ekseninde Sinema: Avrupa Sineması
4	Sanat/Siyaset/Endüstri Ekseninde Sinema: Sovyet Sineması
5	Sanat/Siyaset/Endüstri Ekseninde Sinema:Hollywood
6	Sesli Sinema
7	Vize
8	İkinci Dünya Savaşı ve Sinema
9	Savaş Sonrasında Sinemada Gözlemlenen Değişiklikler: İtalyan Yeni Gerçekçiliği
10	Modern Sinema:Batı ülkeleri
11	Modern Sinema Diğer Ülkeler
12	Fransız Yeni Dalgası ve Dünyada “Yeni” Sinemalar
13	Sinema ve Teknolojik Değişimler: Yapım ve Mecra
14	Güncel Sinema: Diğer Yapımlar ve Akımlar (Bağımsız Sinema, Belgeseller, Kısa Filmler, Anlatı Aracı Olarak Sinema)

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM207	Fotoğrafçılık	3	2	2	2	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Dijital fotoğraf tekniğinin gelişmesi ile birlikte herkes fotoğraf çekmeye başladı ama etkili fotoğraf çekenlerin sayısında bir artış olmadı. Dersin amacı; fotoğrafın bir dilinin olduğunu göstermek ve özellikle fotoğrafın bir düşünce çerçevesinde oluştuğunun altını çizmektir.
İçerik	1. hafta: Kısa bir fotoğraf tarihi 2. hafta: Fotoğraf makinesi 3. hafta: Pozlandırma 4. hafta: Objektifler 5. hafta: Dijital Fotoğraf I 6. hafta: Dijital Fotoğraf II 7. hafta: Fotoğrafça bakış nasıl öğrenilir? Ustalardan örnekler 8. hafta: Ara Sınav 9. hafta: Fotoğrafta ışığın önemi 10. hafta: Fotoğrafta arka planın önemi, ayrıntıların seçilmesi 11. hafta: Bakış açısı 12. hafta: İstanbul Boğazı Projesi "İki Kıta İki Yaka İstanbul"un sergi fotoğrafları 13. hafta: Önemli fotoğraf kitaplarına genel bir bakış 14. hafta: Alıştırmalar, Yıl sonu değerlendirme
Kaynaklar	Nigel Atherton, Steve Crabb, "Digitale Photographie von A-Z", Hamburg 2005 Andreas Feininger, "Feiningers Kleine Fotolehre", Düsseldorf 1982 Andreas Feininger, "Die Neue Foto-lehre", Düsseldorf 1965 "Annie Leibovitz at Work", München 2008 "Fotoğraf Neyi Anlatır?" Derleyen: Caner Aydemir, Kasım 2007

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	1. hafta: Kısa bir fotoğraf tarihi
2	2. hafta: Fotoğraf makinesi
3	3. hafta: Pozlandırma
4	4. hafta: Objektifler
5	5. hafta: Dijital Fotoğraf I
6	6. hafta: Dijital Fotoğraf II

Hafta	Konu Başlıkları
7	7. hafta: Fotoğrafça bakış nasıl öğrenilir? Ustalardan örnekler
8	8. hafta: Ara Sınav
9	9. hafta: Fotoğrafta ışığın önemi
10	10. hafta: Fotoğrafta arka planın önemi, ayrıntıların seçilmesi
11	11. hafta: Bakış açısı
12	12. hafta: İstanbul Boğazı Projesi "İki Kıta İki Yaka İstanbul"un sergi fotoğrafları.
13	13. hafta: Önemli fotoğraf kitaplarına genel bir bakış
14	14. hafta: Alistirmalar, Yıl sonu değerlendirme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM221	Dilbilim ve İletişim	3	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Önemli Dilbilimciler ve önemli İletişimciler aracılığıyla, İletişim metnlerinin dilbilimsel çözümlenmesidir. Önemli Dilbilimciler ve İletişimciler arasında: " Ferdinand de Saussure, Andre Martinet, Edward Sapir, Leonard Bloomfield, Charles Sandres Peirce, Vladimir Propp, Roland Barthes, Algirdas Julien Greimas, Mihail Mihailoviç Bakhtin, Jacques Derrids, Umberto Eco, Ludwig Wittgenstein, John Austin, John Searle, Jurgen habermas, Teun A.van Dijk" aracılığıyla,metinlerin yöntemleri ve söylem çözümlemeleri de ele alınacaktır.
İçerik	1.Hafta: Dil Nedir? 2.Hafta: Dilbilim Nedir? 3.Hafta:Dilbilim ve İletişim 4.Hafta: Dilbilimin Tarihçesi 5.Hafta: Dilbilim Okulları ve İletişim 6.Hafta: Dilbilim Kuramları ve İletişim 7.Hafta: Dilbilim-Yapısalcılık-İletişim 8.Hafta: Dilbilim-İşlevselcilik-İletişim 9.Hafta: Üretici-Dönüşümsel Dilbilim ve İletişim 10.Hafta: Dilbilim-Göstergebilim-İletişim 11.Hafta: Önemli Dilbilimciler 12.Hafta: Önemli Göstergebilimciler 13.Hafta: Önemli İletişimciler 14.Hafta: İletişim Metnlerinin Dilbilimsel Çözümlenmesi

Kaynaklar	AUSTİN J.(1962) How to do Things with Words. Oxford. Clarendes Press. BAKHTİN M. (1986) Speech Genres and Other Late Essays. University of Texas Press. ÇOMAK A.N. (1995) Yazının İşlevsel Kullanımı. Der Yayınları. İstanbul. FAİRCLOUGH N. (1989) language and Power. London. Logman. FAİRCLOUGH N. (1992 a) Discourse and Social Change. Cambridge. Polity Press. FAİRCLOUGH Norman (1992b) Discourse and Text: Linguistics and Intertextual Analysis Within Discourse Anaysis. GÖKTÜRK A. (1983) Okuma Uğraşı. İnkılap Kitabevi. İstanbul. GREİMAS A. (1983) Structurel Semantics. Lincoln: University of Nebraska Press. GREİMAS A. (1978) On Meaning, Selected Writing in Semiotic Theory. London. İNCEOĞLU Y.-ÇOMAK A.N. (2016) Metin Çözümlemeleri. Ayrıntı Yayınları.İstanbul. HALLİDAY Michael (1976) language as Social Semiotic. London. PROPP Vladimir (1958) Morphology of the Folktale. The Hague: Mouton. SEARLE J.R.(1982) Theory of Speech Acts. Cambridge: University Press. VAN Dijk T.A. (1977) Text and Context, Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse. Longman.
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dil Nedir?
2	Dilbilim Nedir?
3	Dilbilim ve İletişim
4	Dilbilimin tarihçesi
5	Dilbilim Okulları ve İletişim
6	Dilbilim Kuramları ve İletişim
7	Dilbilim-Yapısalcılık-İletişim
8	Dilbilim-İşlevselcilik-İletişim
9	Üretici-Dönüşümsel Dilbilim ve İletişim
10	Dilbilim-Göstergebilim-İletişim
11	Önemli Dilbilimciler
12	Önemli Göstergebilimciler
13	Önemli İletişimciler
14	İletişim metinlerinin Dilbilimsel Çözümlemesi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM229	Bilim ve Teknoloji Tarihi	3	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans

Dersin Amacı	Özellikle de iletişimle bağlantılı olarak, bilim ve teknoloji tarihi hakkında genel bir bakışa sahip olmak.
İçerik	Ders, üç bölümden oluşur: 1. Bilimsel düşünüş. Bilim, teknik ve teknoloji terimlerinin tanımlanması. Bilimsel yaklaşımın keşfi ve bilimsel araştırma yöntemlerine genel bakış 2. Tarih öncesinden 21. yüzyıla, bilimin genel tarihi. Bilimin doğuşundan yakın zaandaki gelişmelere kadar, büyük keşifleri tarihsel ve toplumsal bağlamına oturtmak amacıyla bir toplumsal tarih çalışması. 3. İletişim bilim ve teknolojileri. Modern iletişim kavramının doğuşu ve başlıca düşünce akımları (medyanın dolaylı ve dolaysız etkileri, iletişim ütopyaları, eleştirel ve sosyolojik yaklaşımlar)
Kaynaklar	Conner Clifford D., 2011 (2005). Histoire populaire des sciences, Montreuil : L'Échappée. Flichy Patrice, 1997 (1991). Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée, Paris : La Découverte. Mattelart Armand, 1997 (1994). L'Invention de la communication, Paris : La Découverte. Mondoux André, 2011. Histoire sociale des technologies numériques. De 1945 à nos jours. Québec : Éditions Nota Bene.

Teori Konu Başlıkları

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

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM231	Bilgisayar Grafiğine Giriş	3	1	1	0	2	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	İngilizce
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Önceki dönemlerde edinilen tasarım ilke ve prensiplerine dair bilgilerin pekiştirilerek bilgisayar yazılımları aracılığıyla basılı ve dijital ürünler tasarlanması amaçlanmaktadır.
İçerik	1. Hafta :Adobe Illustrator, temel araçlar 2. Hafta: Adobe Illustrator, kitap kapağı tasarımı 3. Hafta: Adobe Illustrator, kitap kapağı tasarımı 4. Hafta: Adobe Illustrator, afiş tasarımı 5. Hafta: Adobe Illustrator, afiş tasarımı - otoportresi 6. Hafta: Adobe Illustrator, afiş tasarımı - afiş serisi 7. Hafta: Adobe Illustrator, tipografik tasarım 8. Hafta: Adobe Photoshop temel araçlar 9. Hafta: Adobe Photoshop kitap kapağı tasarımı 10. Hafta: Adobe Photoshop afiş tasarımı 11. Hafta: Adobe Photoshop fotoğraf manipülasyonu 12. Hafta: Adobe Photoshop animasyon 13. Hafta: Yapay zeka temelli görüntü üretimi 14. Hafta: Yapay zeka temelli görüntü üretimi
Kaynaklar	https://helpx.adobe.com

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Adobe Illustrator
2	Adobe Illustrator
3	Adobe Illustrator
4	Adobe Illustrator
5	Adobe Illustrator
6	Adobe Illustrator
7	Adobe Illustrator
8	Adobe Photoshop
9	Adobe Photoshop
10	Adobe Photoshop
11	Adobe Photoshop
12	Adobe Photoshop
13	Yapay Zeka
14	Yapay Zeka

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM255	Alternatif Medya ve Hak Haberciliği	3	3	0	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste öğrencilerin ana akım medyada seslerini duyuramayanların sesi olma iddiasındaki alternatif medyaların olanaklarını tanıması ve en çok alternatif medyada kendine yer bulabilen cinsiyet, ırk, kültürel ve dini farklılıklara saygılı hak haberciliğinin gerekliliklerini benimsemesi amaçlanmaktadır.

İçerik	1. Hafta: Katılımcı Demokratik Medya Modeli 2. Hafta: Alternatif – Radikal Medya Kavramları 3. Hafta: Anaakım – Alternatif Medya Karşıtlığı 4. Hafta: Sivil Toplumun Gelişimi ve Medyanın Rolü 5. Hafta: Topluluk İletişimi – Topluluk Radyoları 6. Hafta: Alternatif Medyanın Örgütlenmesi ve Sürdürülebilirliği 7. Hafta: Vize 8. Hafta: İnsan Hakları ve Medya 9. Hafta: Ayrımcılığa Karşı Düzenlemeler 10. Hafta: Medyada Çocuk Hakları İhlalleri 11. Hafta: Medyada Nefret Suçu ve Nefret Söylemi 12. Hafta: Medyada Kadınlara Yönelik Ayrımcılık ve Kadın Temsilleri 13. Hafta: Yurttaş Gazeteciliği – Hak Haberciliği İlişkisi 14. Hafta: Yeni Teknolojiler Alternatif Medya İçin Fırsat mı?
Kaynaklar	Anti-Homofobi Kitabı: Uluslararası Homofobi Karşıtı Buluşma, (haz: Ali Erol), Kaos GL Yayınları, Ankara Cengiz Alğan – Levent Şensever, Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 Yıl, 10 Örnek, İstanbul, Sosyal Değişim Derneği Yayınları, 2010 LGBTT'nin Medyadaki 6 Aylık Seyri Raporu, Kaos GL, Ankara, 2009. M.Emre Köksalan, Alternatif Televizyon: Olanaklar ve Uygulamalar, Punto Yayınları, 2010 Serhat Güney, GÜNEY, Serhat, Tüm Yönleriyle Topluluk Radyoları, İstanbul, Punto Yayınları, 2009 Sevda Alankuş, İnsan Hakları Haberciliği, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2007 Sevda Alankuş, Çocuk Odaklı Habercilik, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2007 Sevda Alankuş, Kadın Odaklı Habercilik, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2007 Yasemin İncoğlu, Dişilik, Güzellik ve Şiddet Sarmalında Kadın ve Bedeni Yasemin İncoğlu-Nurdan Akıner(ed), Medya ve Çocuk Rehberi: İletişim Araştırmalar İçin Rehber Kitap, Eğitim Kitabevi, Konya, 2008

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş, İletişim Kuramları İçinde Alternatif Medya
2	Alternatif Medyanın Kuramsal Temelleri

Hafta	Konu Başlıkları
3	Alternatif Medyanın Tanımları, Tarihçesi
4	Topluluk medyaları – Ana akıma Karşı Alternatif Medya
5	Sivil Toplumun Gelişimi ve Alternatif Medya
6	Rhizome Medyalar, Taktiksel Medya Örnekleri
7	Alternatif Medyanın Örgütlenmesi ve Sürdürülebilirliği
8	Ara Sınav
9	İnsan Hakları Haberciliği, Ayrımcılığa Karşı Düzenlemeler
10	Medya Söylemlerinde ve Temsillerinde Ayrımcılık
11	Medyada Nefret Suçu ve Nefret Söylemi
12	Medyada Çocukların Temsili ve Hak Temelli Habercilik
13	Medyada Engelliler ve Hak Temelli Habercilik
14	Yurttaş Gazeteciliği – Hak Haberciliği İlişkisi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM257	Kamera Aydınlatma ve Ses I	3	2	1	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste, hareketli görüntünün kaydedilmesi için gerekli olan film ve dijital kameraların çalışma prensipleri, görüntü oluşumuna dair temel bilgiler ve çerçeve bilgisi (kompozisyon kuralları) konuları işlenmektedir. Güz döneminde kuramsal ve uygulamalı bir ders programı yürütülmektedir.
İçerik	-Gözün yapısı ve görüntü oluşumu, -Işığın ve rengin özellikleri, -Film kameralarının yapısı, -Dijital kameraların yapısı, -Stüdyoda kamera uygulamaları.
Kaynaklar	Kamera ders notları I Fotoğraf Sanatında Kompozisyon (Sabit Kalfagil) Fotoğraf Y.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Görme ve Optik
2	Film Kamerası ve Video/DSLR Kamera
3	Kayıt Formatları (Analog, Dijital)
4	Objektifler

Hafta	Konu Başlıkları
5	Çekim Aksesuarları, Filtreler, Ek Mercekler
6	Öğrenilen Bilgilerin Tekrarı
7	Ara Sınav
8	Kamera Uygulaması
9	Kamera Uygulaması
10	Çerçeve Bilgisi (Doğru Kompozisyon Kuralları)
11	Kamera Uygulaması
12	Kamera Uygulaması
13	Kamera Uygulaması
14	Dönemde İşlenen Derslerin Analizi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM259	Kurguya Giriş	3	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Film kurgusunun temel bilgilerinin öğretilmesi ve uygulanması amaçlanmaktadır.
İçerik	- Kurgunun tanımı, özellikleri, - Kuleshov deneyi ve yeniden anlam üretmek, - Kurgu kuralları ve görüşler, - Linear ve non-linear kurgu sistemleri, - Bilgisayarlı kurgunun yapısı ve kullanımı.
Kaynaklar	"Dijital Video İle Sinema" (İ.Canıklıgil), "Göz Kırparken" (W. Murch), "Sinema Ve Televizyonda Görüntü Kurgusu" (A.G.Sokolov)

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Kurgunun geniş tanımı, özellikleri, sinemasal zaman ve mekan kavramları,
2	Kuleshov deneyi ve yeniden anlam üretmek,
3	Linear ve non-linear kurgu sistemleri,
4	Bilgisayarlı kugu sisteminde arayüz kullanımı,
5	Sinemada geçiş efektleri ve anlamları,
6	Kurgunun temel ilkeleri (Walter Murch ve A.G. Sokolov örnekleri)
7	Ara Sınav haftaları 1

Hafta	Konu Başlıkları
8	Ara Sınav haftaları 2
9	Adobe Premiere Pro yazılımı üzerinden örnek çalışmalar,
10	Kurgusu öne çıkan sahnelerin incelenmesi,
11	Önceden çekilmiş sahnelerin kurgulanması,
12	Kurguda Color Correction (renk düzeltme),
13	Ses kurgusu,
14	Dönem özeti, değerlendirme.

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM265	Fransızca Sözlü ve Yazılı Anlatım I	3	1	1	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Le but de ce cours est de renforcer les compétences des étudiants en production orale et production écrite, dans le cadre d'une préparation à un examen de langue, ou bien de l'élaboration d'un projet universitaire ou professionnel.
İçerik	Dans ce cours, les étudiants apprendront à maîtriser les techniques de l'exposé oral, de l'argumentation (à l'oral et à l'écrit), de la rédaction d'une lettre formelle, d'un essai, d'un projet. Le cours prendra appui sur des articles traitant de sujets d'actualité qui concernent la société française.
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma, hedeflerin belirlenmesi, güncel bir konuda ifade
2	Çeşitli konulara olan ilginin ve ilgisizliğin gerekçelendirilmesi
3	Bir olayın lehinde ve aleyhinde argümanlar geliştirilmesi
4	Kısa makalelere dayalı bir problem formüle edilmesi
5	Belirlenen problematiğe dayalı bir plan oluşturulması
6	Argümanlarınızı mantıklı bir şekilde düzenlenmesi
7	Argümanlar ve örnekler arasında ayırım yapılması
8	Resmi bir mektup yazılması
9	Sözlü ve yazılı olarak ifade edilmesi
10	Münazara pratiği
11	Tartışma makalesi yazılması

Hafta	Konu Başlıkları
12	Önyazı yazılması
13	Kişisel bir proje sunumu (yazılı ve sözlü)
14	Sunum

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM275	Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Gönüllülük Çalışmaları I	3	4	0	0	4	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders kapsamında öğrencilerin kurumsal sosyal sorumluluk alanında bir uygulama gerçekleştirmeleri amaçlanmaktadır. Toplumsal fayda kapsamında Üniversite içinde ya da Üniversite'nin sosyal paydaşları nezdinde gerçekleştirilmesi hedeflenen uygulama ders çıktısı olarak değerlendirilecektir.
İçerik	Bu ders kapsamında öğrencilere sosyal sorumluluk kavramı, kavramın gelişimi, sosyal sorumluluk yaklaşımları aktarılarak öğrencinin bir kurumsal sosyal sorumluluk kampanyasını hayata geçirmesi sağlanacaktır.
Kaynaklar	Blowfied M ve Murray A (2008) Corporate Responsibility A Critical Introduction, Oxford University Press, Oxford. Çınarlı, İnci. Stratejik İletişim Yönetimi. 2. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 2013. Özüpek, Nejat. Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk. 2. Baskı Eğitim Yayınevi

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Sosyal Sorumluluk Kavramının Tanımı
2	Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Gelişimi
3	KSS uygulama konusu için ön araştırma yapılması
4	Klasik Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı / Modern Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı
5	Kurumların sosyal sorumluluk alanları
6	KSS uygulamasının araştırma aşamasının tamamlanması
7	Sektörden konuk eşliğinde “kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının” ele alınması
8	Vize sınavı
9	KSS uygulamasının ortaklarının seçilmesi ve paydaşlarla görüşmelerin yapılması
10	KSS uygulamasında kullanılacak strateji ve taktiklerin planlanması
11	KSS Uygulamasının lansmanı
12	KSS uygulamasının sosyal medya ve basınla ilişkilerinin yürütülmesi

Hafta	Konu Başlıkları
13	KSS uygulamasının yürütülmesi
14	KSS uygulamasının değerlendirme sunumunun yapılması

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM367	İletişim Araştırmaları	5	3	0	0	3	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste öncelikle medyatik ve iletişimsel olgulara dair ne tür İletişim araştırmalarının ışığı altında toplumsal, politik ve kültürel boyutlarıyla çağımıza dair eleştirel bir perspektif geliştirmek.
İçerik	İletişim bilimlerinin meşru sorunsalları. Enformasyon toplumu, denetim toplumu, medya ve siyasette propaganda (Nazi Almanyası ve İtalyan faşizmi), tüketim toplumu eleştirisi.
Kaynaklar	Susan Sontag Büyüleyen Faşizm Rienfenstal'ın Nazi Almanyası Dönemi için çektiği belgeseller Bernardo Bertolucci, Il Conformista Michel Haneke Filmleri Paul-André Rosental, Faits et utopie chez Gabriel Tarde D. Gaxie, Le cens caché Alex Boren A rhetorical analysis of Black Mirror

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin Sunumu
2	Leni Rienfenstal "İradenin Gücü" Belgeseli 1Susan Sontag Büyüleyen Faşizm Rienfenstal'ın Nazi Almanyası Dönemi için çektiği belgeseller Bernardo Bertolucci, Il Conformista Michel Haneke Filmleri Paul-André Rosental, Faits et utopie chez Gabriel Tarde D. Gaxie, Le cens caché Alex Boren A rhetorical analysis of Black Mirror
3	Leni Rienfenstal "İradenin Gücü" Belgesli 2 (Susan Sontag)
4	Leni Rienfenstal "İradenin Gücü" Belgesli 3 (Susan Sontag)
5	Bernardo Bertoulucci Il Conformista 1
6	Bernardo Bertoulucci Il Conformista 2
7	Vize
8	Michael Haneke Sineması Genel Sunum
9	Yedinci Kıta ve Tüketim Toplumu
10	Benny'nin Videosu ve Medya ve Şiddet
11	Black Miror Ekseninde Yeni Medya Tartışmaları 1

Hafta	Konu Başlıkları
12	Black Miror Ekseninde Yeni Medya Tartışmaları 2
13	Denetim ve Gözetim Toplumu 1
14	Denetim ve Gözetim Toplumu 2

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM371	Kullanıcı Deneyimi ve Arayüz Tasarımı I	5	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Özellikle sayısal ortamlar üzerinden yürütülen pazarlama iletişimi yönetimi süreçlerinde öne çıkan bir unsur olan kullanıcı deneyimi ve kullanılabilirlik , ister bir web sitesi olsun, ister bir mobil site veya uygulama olsun herhangi bir dijital mecranın hedef kitle tarafından etkili, verimli ve memnuniyet sağlayacak şekilde kullanılabilmesi ve bu deneyimin bahsi geçen parametreler üzerinden ölçülebilmesidir. Son dönemde yapılan araştırmalar, web sitelerinde kullanılabilirliği arttırmaya ve kullanıcı deneyimini desteklemeye yönelik iyileştirmelerin, mevcut trafiği arttırmaya yönelik çabalara kıyasla ROI bağlamında çok yüksek oranda bir dönüşüm sağladığını ortaya koymuştur. Bu anlamda özellikle dijital medya profesyonellerinin kullanılabilirlik paradigması ve bu bağlamda etkileşimli medya tasarımı hakkında bilgi sahibi olmaları, söz konusu süreçlerin etkili olarak yönetilmesi ve değerli katkılar sunması açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda bu dersin amacı katılımcılara söz konusu kavramlar hakkında güçlü bir farkındalık sağlamak ve hem masaüstü hem de mobil ortamda sunulan etkileşimli arayüzlere yönelik uygulamalı olarak analiz bilgi ve becerisi kazandırmaktır.
İçerik	1. Hafta: Giriş Dersi 2. ve 3. Hafta: Anahtar Kavramlar - İnsan-bilgisayar etkileşimi (Human-Computer Interaction (HCI)) - Grafik kullanıcı arayüzü (Graphical User Interface (GUI)) - Kullanılabilirlik - Kullanılabilirlik neden önemlidir? - E-ticaret dünyasına kullanılabilirlik perspektifiyle genel bir bakış - Kullanılabilirlik nasıl ölçülür? - Kullanıcı deneyimi - Bir fenomen olarak kullanıcı deneyimi - Kullanıcı Çeşitliliği vs. Teknoloji Çeşitliliği - Yeni çok ekranlı-dünyada kullanıcı deneyimi - İyi kullanıcı deneyimi: Context/Convenience vs. Taste/Appeal - Kurumsal organizasyon içinde kullanıcı deneyimi - Organizasyonel zorluklar - Organizasyonel hedefler

- o Bir meslek olarak kullanıcı deneyimi
- Yeni Roller ve Sorumluluklar
- | Bir süreç olarak “Etkileşim Tasarımı”
- o Süreçlerin Evrimi: Waterfall vs. Agile vs. Lean UX
- o “Kullanıcı Deneyimi Merkezli yeni bir bakış”: Etkileşim Tasarımında Süreç ve Yinelemeli İş Akışı

4. ve 5. Hafta:

Evrensel Kullanılabilirlik: İlgili Kavramlar, Rehber Kurallar, Standartlar

- | Herkes için Web ne kadar mümkün?
- o Kullanıcı Çeşitliliği
- o Teknolojik Çeşitlilik
- | Evrensel Kullanılabilirlik Stratejileri
- o Destek Teknolojiler
- o Evrensel Tasarım
- o Farklı Kullanıcı Grupları için Evrensel Kullanılabilirlik Stratejileri

6. Hafta:

Kültürelleştirme ve “Küresel Mecralar”

- | Uluslararasılaştırma
- | Yerelleştirme
- | “Küresel Mecralar” Tasarlamak için Parametreler
- | Örnek Vaka Çalışmaları

7. Hafta:

Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines

- | Bilgi Mimarisi
- o Bilgiyi düzenlemek
- o Bilgi Mimarisinin Sunumu
- o Arama Motoru Optimizasyonu

Egzersiz: Analiz Atölyesi

8. ve 9. Hafta:

Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines

- | Masaüstü Arayüzlerde Sayfa Yapısı ve Tasarımı

Egzersiz: Arayüz Analiz Atölyesi

10. ve 11. Hafta:

Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines

- | Mobil Arayüzlerde Sayfa Yapısı ve Tasarımı

Egzersiz: Arayüz Analiz Atölyesi

12. ve 13. Hafta:

Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines

- | Arayüzde Tasarımda Tipografi ve Görsel Malzeme Kullanımı

Egzersiz: Arayüz Analiz Atölyesi

14. Hafta:

Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines

	Form Tasarımı
Kaynaklar	Egzersiz: Arayüz Analiz Atölyesi - Nielsen, J. (2012) Usability 101: Introduction to Usability. - User Experience White Paper: Bringing Clarity to the Concept of User Experience (2011) - Shneiderman, B. (2000) Pushing Human-Computer Interaction Research to Empower Every Citizen: Universal Usability, Communications of the ACM, Vol. 43, No: 5, 85-91. - 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. - Resmini, A. and Rosati, L. (2011) A Brief History of Information Architecture, Journal of Information Architecture, Vol. 3, Issue 2, p. 33-45. - Holst, C., (2021), The Current State Of E-Commerce Search, - Kirmanı, A. (2016) Mobile-First eCommerce: What Customers Expect and Value in Mobile Shopping Experiences. - Wreblovski, L. (2012) Best Practices for Form Design.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş Dersi
2	Anahtar Kavramlar
3	Anahtar Kavramlar
4	Evrensel Kullanılabilirlik: İlgili Kavramlar, Rehber Kurallar, Standartlar
5	Evrensel Kullanılabilirlik: İlgili Kavramlar, Rehber Kurallar, Standartlar
6	Kültürelleştirme ve “Küresel Mecralar”
7	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Bilgi Mimarisi
8	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Masaüstü Arayüzlerde Sayfa Yapısı ve Tasarımı
9	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Masaüstü Arayüzlerde Sayfa Yapısı ve Tasarımı
10	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Mobil Arayüzlerde Sayfa Yapısı ve Tasarımı
11	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Mobil Arayüzlerde Sayfa Yapısı ve Tasarımı
12	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Arayüzde Tasarımında Tipografi ve Görsel Malzeme Kullanımı
13	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Arayüzde Tasarımında Tipografi ve Görsel Malzeme Kullanımı
14	Kullanılabilirlik Perspektifinde Arayüz Tasarımını Okumak: Patterns and Guidelines ♦ Form Tasarımı

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU305	Medya Ekonomisi	5	3	0	0	3	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste öğrencinin medya ekonomisinin teorik arka planını, medya ekonomisine ilişkin kavramları, farklı sektörlerden oluşan medyanın maliyet ve pazar yapılarını öğrenmesi, Türkiye’de medyanın ekonomi politiğine ilişkin eleştirel bir bakış açısı kazanması hedeflenmiştir.
İçerik	Medya Ekonomisine Giriş, Medyanın Kendine Özgü Nitelikleri Medya Ekonomisi Teorileri ve Medya Ekonomisine Özgü Kavramlar Medya Ekonomisini İçeriden ve Dışarıdan Etkileyen Faktörler Medya Piyasalarının Yapısı ve Özellikleri Medya Piyasalarında Yoğunlaşma Dünyada Medya Piyasaları Basın Ekonomisi Ara Sınav Radyo ve Televizyon Ekonomisi Yeni Medya Ekonomisi Türkiye’de Medya Ekonomisinin Analizi : Pazar Yapıları, Şirketler ve Gelir Dağılımları Türkiye’de Medya Ekonomisinin Analizi : Düzenleyici Kurumlar ve Kamu Yayıncılığı Yapısı Türkiye’de Medya Ekonomisinin Analizi : Örnekler Üzerinden Değerlendirme Alternatif Medyaların Sürdürülebilirliği ve İş Modelleri

Kaynaklar	Alev Söylemez, Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği, Ankara, Haberal Eğitim Vakfı, 1998 Gülseren Adaklı, Türkiye’de Medya Endüstrisi / Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2006 Semra Atılğan, Basın İşletmeciliği, İstanbul Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., 1999 Ben Bagdikian, Boston, The New Media Monopoly, Beacon Press, 2004 Richard J. Barnet - John Cavanagh, Küresel Düşler İmparator Şirketler ve Yeni Dünya Düzeni, çev.Gülden Şen, İstanbul, Sabah Kitapları T. Uğur Dai, Basın İşletmelerinin Finansal Yapısı, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2008 Selçuk Demirebulak, 21. Yüzyıl Eşiğinde Türkiyemizde Medya Ekonomisi, 1995 Nadine Toussaint Desmoulins, Economie des média, Medya Ekonomisi, İstanbul İletişim Yayınları, 1993 Gillian Doyle, Media Ownership: The Economics and Politics of Convergence and Concentration in the UK and European Media, London, Sage Publication, 2002 GERAY, Haluk, İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Ankara, Ütopya, 2003 Yasemin İnceoğlu, Uluslararası Medya, İstanbul, Der Yayınları, 2004 Beybin Kejanlıoğlu, Türkiye’de Medyanın Dönüşümü, Ankara, İmge Kitabevi, 2004 Armand Mattelard, İletişimin Dünyasallaşması, İstanbul, İletişim Yayınları, 2001 Robert G. Picard, Media Economics Concepts and Issues, New York, Sage Publications, 1989 RAMONET, Ignacio, La Tyrannie de la communication, Paris, Gallimard, 2001 Levent Yaylagül, Kitle İletişiminin Ekonomi Politikası, Ankara, Dalbaz Yayıncılık, 2006 Aydın Çam, İlke Şanlıer Yüksel, “Türkiye’de Medyanın 2002 Sonrası Dönüşümü: Ekonomi Politik Bir Yaklaşım, Neoliberal Muhafazakar Medya içinde, ed. U.Uraz Aydın, Ayrıntı, 2015-10-14 Ceren Sözeri, “Türkiye’de Medya-İktidar İlişkileri Sorunlar ve Öneriler”, İstanbul Enstitüsü, 2015, http://platform24.org/Content/Uploads/Editor/T%C3%BCrkiye%E2%80%99de%20Medya-%C4%B0ktidar%20%C4%B0li%C5%9Fkileri-BASKI.pdf
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Medya Ekonomisine Giriş, Medyanın Kendine Özgü Nitelikleri
2	Medya Ekonomisi Teorileri ve Medya Ekonomisine Özgü Kavramlar
3	Medya Ekonomisini İçeriden ve Dışarıdan Etkileyen Faktörler
4	Medya Piyasalarının Yapısı ve Özellikleri
5	Medya Piyasalarında Yoğunlaşma
6	Dünyada Medya Piyasaları
7	Basın Ekonomisi

Hafta	Konu Başlıkları
8	Ara Sınav
9	Radyo ve Televizyon Ekonomisi
10	Yeni Medya Ekonomisi
11	Türkiye’de Medya Ekonomisinin Analizi : Pazar Yapıları, Şirketler ve Gelir Dağılımları
12	Türkiye’de Medya Ekonomisinin Analizi : Düzenleyici Kurumlar ve Kamu Yayıncılığı Yapısı
13	Sunumlar
14	Sunumlar

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU309	Habercilik ve Yayın Tasarımı	5	2	2	0	4	7

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	-
İçerik	Bu derste, haber yazımı ve tasarım paralel olarak işlenecektir. Üçüncü yarıyıl da verilen JOU209 Yazılı İçerik Üretimi ve Haber Tasarımı dersinin devamı niteliğinde, haber yazımının temel gereksinimlerini gören öğrenciler için bu yarıyıl da düzenli haber yazımı söz konusudur. Söz konusu dersi almamış öğrencilerin, giriş niteliğinde dersler ve yazılı notlar aracılığıyla temel bilgilere sahip olması ve uzmanlaşacakları alan özelinde içerik üretmesi beklenmektedir. Bütün bu içeriklerin görsel tasarımı da öğrenciler tarafından yapılacaktır. Yayın tasarımını diğer basılı tasarım ürünlerinden ayıran en temel özelliklerden birisi olan ‘sürelilik’ ve ‘okutma’ hedefleri, tasarım problemlerini artırmakta ve tasarımın kendine özgü bir karaktere sahip olmasını gerektirmektedir. Sadece görsel değil dokunsal kalite ve algının da işin içine girmesi nedeniyle yayın tasarımcılarının üretimin tüm aşamalarına dair fikir sahibi olması gerekmektedir. Bu ders, öğrencilere söz konusu üretim süreci hakkında kapsamlı bilgi sunmayı hedeflemektedir. Bu ders kapsamında, baskı teknolojileri ve malzeme bilgisinin yanı sıra yayın tasarımının temel ilkeleri anlatılacaktır. Buna ek olarak öğrencilere profesyonel tasarım araçlarının kullanımı uygulamalı olarak öğretilenmektedir.

Kaynaklar	- The BBC News Styleguide - Jean-Pierre Ilboudo TECHNIQUES DE COLLECTE ET TRAITEMENT DE L'INFORMATION - News reporting and writing / The Missouri Group, Brian S. Brooks vd., 2002. - Gazeteciliğe Başlarken-Okuldan Haber Odasına, haz. Sevdal Alankuş, İPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, Haziran 2009. - Ketenci, H. F. ve Bilgili, C. (2006) Yongaların 10000 Yıllık Dansı: Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, Beta Yayınları. - Uçar, T. F. (2004) Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, İnkılap Yayınları. - Becer, E. (2005) İletişim ve Grafik Tasarım, Dost Yayınları. - Lawler, B. P. (2006) Masaüstü Yayıncılık ve Basım Klavuzu, Alfa Yayınları. - Ambrose, G. ve Harris, P. (2005) Layout, Ava Publishing. - Ambrose, G. ve Harris, P. (2003) Fundamentals of Creative Design, AVA Publishing.
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

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

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP305	Medya Planlaması ve Uygulaması	5	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	En etkili pazarlama araçlarından bir tanesi medya planlamadır. Medya araçlarının artmasıyla beraber doğru ve etkin bir planlama yapmak, kampanyaların ne zaman ve nerede yayınlanmasını tespit etmek ve hedef kitleye en etkin bir şekilde ulaşabilmek amacıyla bütçeyi en etkin şekilde yönetmek en temel amaçlar olarak sıralanabilir.

İçerik	1. Hafta Medya Planlama Nedir? 2. Hafta Medya Planlamanın Amacı Nedir? 3. Hafta Medya Planlama Nasıl Bir Süreçtir? 4. Hafta Mecraların SWOT Analizi 5. Hafta Genel Medya Terimleri 6. Hafta Türkiye Medya Ortamı 7. Hafta Mecra Bazında Detaylı Planlama Sürecine Giriş 8. Hafta TV Planlama 9. Hafta Radyo Planlama 10. Hafta Dergi ve Gazete Planlama 11. Hafta Sinema Planlama 12. Hafta Dijital Planlama 13. Hafta Açık hava Planlama 14. Hafta Örnek Medya Planı Sunumları
Kaynaklar	Geskey R. D. (2011). Media Planning & Buying In the 21st Century. CreateSpace Independent Publishing Platform Katz, H. (2016). The Media Handbook: A Complete Guide to Advertising Media Selection, Planning, Research, and Buying. Routledge. Sissors, J. Z. (2010). Advertising Media Planning. McGraw-Hill Education Young A. (2014). Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning in the Digital Era. Palgrave Macmillan.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	1. Hafta Medya Planlama Nedir?
2	2. Hafta Medya Planlamanın Amacı Nedir?
3	3. Hafta Medya Planlama Nasıl Bir Süreçtir?
4	4. Hafta Mecraların SWOT Analizi
5	5. Hafta Genel Medya Terimleri
6	6. Hafta Türkiye Medya Ortamı
7	7. Hafta Mecra Bazında Detaylı Planlama Sürecine Giriş
8	8. Hafta TV Planlama
9	9. Hafta Radyo Planlama
10	10. Hafta Dergi ve Gazete Planlama
11	11. Hafta Sinema Planlama
12	12. Hafta Dijital Planlama
13	13. Hafta Açık hava Planlama
14	14. Hafta Örnek Medya Planı Sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP309	İkna Süreci	5	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, ikna süreçlerinin tarihsel gelişimini tartışmak ve bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak ikna yöntemlerindeki değişimi değerlendirmektir. İkna etme biçimlerinin tarihsel propaganda süreçlerinden dijital dönüşüme nasıl evrildiği, günümüz iletişim teknolojilerinin ve medya ortamlarının etkisi de göz önünde bulundurularak, örnekler ve kavramsal açıklamalarla incelenecektir. Ders kapsamında, ikna kavramı, sosyal psikoloji ve iletişim teorileri temel alınarak, dijital medya, sosyal ağlar ve yapay zekâ alanlarında yaşanan gelişmelerin ikna süreçlerine nasıl entegre edildiği tartışılacaktır.
İçerik	I. BÖLÜM: KAVRAMSAL YAKLAŞIMLAR İlk sorgulamalar Aristoteles ve Retorik G. Le Bon “ Kitleler Psikolojisi” G. Tarde “ Taklit Kanunları” II. Dünya Savaşı Propaganda örnekleri Sosyal Etkinin Gücü Normlar nasıl oluşur? Neden Uyum gösteririz? S. Asch Deneyi Otoriteye itaat ve sosyal rollerin etkisi - S.Milgram ve P. Zimbardo deneyleri Tutumlar arası tutarlılık ve Tutum- Davranış İlişkisi Tutumlarımız nasıl oluşur? Heider’in “Denge Kuramı” - Sevdiğim diğer sevdiğimi sevmezse ne yaparım? Festinger’in “Bilişsel Çelişki Kuramı” - Neden yanlış olduğunu düşündüğümüz şeyleri yapmaya devam ederiz? C. Hovland, Yale Üniversitesi “ Temel İletişim ve Tutum Değişimi ” Laboratuvar deney sonuçları Hangi kaynaktan gelen bilgi daha inandırıcıdır? Çekicilik, Sempatik ikna eder mi? Mesajı nasıl oluşturmaliyim? Kimler daha kolay ikna olur? II.BÖLÜM: DİJİTAL YAŞAM VE İKNANIN DEĞİŞEN PARADİGMALARI Sosyal Medya Nasıl İkna Ediyor? Etkileşim Nedir? Neden Etkilidir? Daha güçlü Sosyal Etki Kim olduğunu bilmediğim kişi beni nasıl ikna edebiliyor? Sosyal Ağların anlattıkları Teknoloji Kullanarak İkna -Stanford Üniversitesi, Captology Laboratuvarı araştırma sonuçları Örnek çalışma - Adımsayar dijital uygulamaları daha sağlıklı yaşam için davranış değişikliği yaratır mı? III. BÖLÜM: YENİLİKÇİ İKNA STRATEJİLERİ “Big Data” - Büyük Veri kullanımı Yeni güçlü ikna aracı: kişisel veriler

	Hikayelerin Gücü Hikayeleştiririnin tarihçesi Hikayeleştirme türleri Neden etkili? Örnekler Oyunlaştırma Oyun öğlerinin stratejik kullanımı - örnekler PROJE ÇALIŞMALARI- SUNUMLAR
Kaynaklar	BARTHES, Roland. L'ancienne rhétorique. Communications, 1970, 16.1: 172-223. CIALDINI Robert B., İnkânın Psikolojisi, Türkçeye çeviri Fevzi Yalım, MediaCat Kitapları, Ankara, 2001 CIALDINI Robert B., Influence: Science and Practice, Allyn & Bacon, 2003 D'ALMEIDA, Fabrice. Propagande, histoire d'un mot disgracié. Mots. Les langages du politique, 2002, 69: 137-148. HOGAN Kevin, The Psychology of persuasion: how to persuade others to your way of thinking, Pelican Publishing Company, Gretna, Louisiana, 2002 LEVINE Robert V., Power of Persuasion: How we're bought and sold, John Wiley & Sons, New Jersey, 2003 KAĞITÇIBAŞI Çiğdem, İnsan ve insanlar : sosyal psikolojiye giriş, Evrim Basın Yayın Dağıtım, İstanbul, 1988 MARKOVÁ, Ivana. Persuasion et propagande. Diogenes, 2007, 1: 39-57. MILLS Harry, Artful Persuasion: How to Command Attention, Change Minds, and Influence People, Publication Data, New York, 2000 MORTENSEN Kurt W, Maximum Influence: the 12 universal laws of power persuasion, Publication Data, New York, 2004 PERLOFF Richard, The dynamics of Persuasion: communication and attitudes in the 21st century, Lawrence Erlbaum, London, 2003 Harvard Business Essentials, Power, Influence, and Persuasion: Sell Your Ideas and Make Things Happen, Harvard University, 2004 captology.stanford.edu Bon, Le G. "Psychologie des foules." Revue Française de Sociologie 5.4 (1964): 484. http://classiques.uqac.ca/classiques/tarde_gabriel/lois_imitation/lois_imitation.html http://classiques.uqac.ca/classiques/tarde_gabriel/lois_imitation/lois_imitation.html

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Ders planının ve ders kapsamında yapılacak çalışmaların tanıtılması
2	Aristoteles ve Retorik
3	II. Dünya Savaşı ve Propaganda
4	G. Le Bon " Kitleler Psikolojisi"
5	G. Tarde " Taklit Kanunları"
6	C. Hovland " Temel İletişim ve Tutum Değişimi Modeli -Kaynağın özellikleri
7	C. Hovland " Temel İletişim ve Tutum Değişimi Modeli -Mesaj ve Alıcının özellikleri
8	Vize sınavı
9	Mc Guire'e göre İkna Edici İletişim Faktörleri
10	Greenwald'e göre İkna Edici İletişim Faktörleri
11	Petty ve Cacioppo, "Ayrıntılı İnceleme Olasılığı
12	Festinger Bilişsel Çelişki Modeli
13	Teknoloji ve İkna

Hafta	Konu Başlıkları
14	Kampanya Analizi I: Siyasi İletişim, Reklam, Sosyal sorumluluk uygulamalarından örnekler

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV335	Görsel Kültür	5	2	0	0	2	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	L'objectif de ce cours est d'apprendre aux étudiants que regarder et voir sont des phénomènes culturels qui dépassent leur base bio- psychologiques; de les habituer à aborder avec une approche anthropologique et un esprit critique la culture visuelle contemporaine médiatisée par les œuvres d'art, la photographie, la télévision, la vidéo, le cinéma et l'informatique.
İçerik	1er cours : Introduction : Le monde de l'homme-l'entourage culturel 2ème cours : Les bases de la culture visuelle 3ème cours : L'art et la culture visuelle 4ème cours : La photographie et la culture visuelle 5ème cours : L'Anthropologie et la visualité 6ème cours 7ème cours 8ème cours 9ème cours : La culture populaire et les représentations visuelles : L'Examen Partiel : Encadrer la culture : Les films documentaires : La communication interculturelle et le film documentaire 10ème cours : La communication interculturelle et le film documentaire 11ème cours vidéo 12ème cours vidéo 13ème cours 14ème cours : La vie quotidienne, les relations culturelles et la : La vie quotidienne, les relations culturelles et la : L'Internet et la culture visuelle : L'Internet et la culture visuelle

Kaynaklar	Tansuğ Sezer (1982) Sanatın Görsel Dili, İstanbul: Urart Sanat Galerisi Yayınları. Bernard Malcolm (2002) Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür, Ankara: Ütopya Yayınları. Toplum Bilim, Görsel Kültür Özel Sayısı, 22 Eylül 2007. Robins Kevin (1999) İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası (Çev: Nurçay Türkoğlu), İstanbul: Ayrıntı. Mirzoeff Nichola (1999) An Introduction to Visual Culture, London, NY, Routledge. Augé Marc, La Rancune et le Prophète, Paris: EHESS, 1990 Berger John, Görme Biçimleri, İstanbul: Metis, 2009 Gombrich E.H., Sanatın Öyküsü, İstanbul: Remzi, 2008 Güvenç Bozkurt (1999)İnsan ve Kültür, İstanbul: Remzi Kitabevi. Cassirer, E. (2005)İnsan Üstüne Bir Deneme, İstanbul: Say Yayınları. Mead Margaret (1971) Le Fossé des Générations, Paris: Seuil. Piault Marc Henri, Anthropologie et Cinéma, Paris: Nathan, 2000 Jenks Chris, “The Centrality of The Eye in Western Civilization”, Visual Culture, Routledge, 1995 De Certeau Michel, L’Invention du Quotidien, Paris: Gallimard, 1990 Lefebvre Henri, Modern Dünyada Gündelik Hayat (Çev: Işın Gürgüz), İstanbul: Metis, 1998
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Görsel Kültür Nedir?
2	İnsanın Dünyası ve Kültürel Çevre
3	Görsel Kültürün Temelleri
4	Sanat ve Görsel Kültür
5	Fotoğraf ve Görsel Kültür
6	Antropoloji ve Görsellik
7	Popüler Kültür ve Görsel Temsiller
8	Resim ve Görsel Kültür
9	Kültürü Çerçevelemek: Belgesel Filmler
10	Kültürlerarası İletişim
11	Kültürlerarası İletişim
12	Gündelik Yaşam ve Kültürel İlişkiler
13	Gündelik Yaşam ve Kültürel İlişkiler
14	İnternette Görsel Kültür

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV337	Türk Sinemasında Yönetmenler	5	3	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste Türkiye Sineması'nda sinema tarihine damgasını vurmuş, yeni üsluplar denemiş, alışılmışın dışında konuları ele almış yönetmenleri mercek altına almak amaçlanmaktadır.
İçerik	Türk Sineması'na yön vermiş yönetmenler ve eserleri.
Kaynaklar	Akad L. (2004). Işıkla Karanlık Arasında. İş Bankası Kültür Yay. Basutçu M. (ed), (1996). Le Cinema Turc. Centre Georges Pompidou yay. Esen K. Ş. (2010). Türk Sinemasının Kilometre Taşları (Dönemler ve Yönetmenler). Agora. Esen Ş., (2000). 80'ler Türkiye'si'nde Sinema. Beta Yay. Evren B. (2006), Türk Sinema Yönetmenleri Sözlüğü, 43. Altın Portakal Film Festivali Yay. Scognamillo G. (2001). Türk Sinema Tarihi. Kabalıcı Yay.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş ve dersin tanıtımı
2	Lütfi Akad
3	Lütfi Akad
4	Metin Erksan
5	Metin Erksan
6	Atıf Yılmaz
7	Atıf Yılmaz
8	Vize
9	Yılmaz Güney
10	Yılmaz Güney
11	Nuri Bilge Ceylan
12	Nuri Bilge Ceylan
13	Pelin Esmer
14	Pelin Esmer

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM357	TV Stüdyosu Uygulamaları	5	2	1	0	3	3

Ön Koşul	
----------	--

Derse Kabul Koşulları	
Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Televizyon Stüdyosunda birden çok kamera kullanımına uygun projeler tasarlamak, canlı yayın akışına uygun çekimler gerçekleştirmek.
İçerik	01. hafta: Stüdyo ve ekipmanların tanıtımı (kamera, ses, ışık, video mixer ve kayıt ekipmanı), 02. hafta: Stüdyoda çekilmesi düşünülen projelerin hazırlığı ve örneklenmesi, 03. hafta: Stüdyo kameralarıyla çalışma, 04. hafta: Kontrol odasının tanıtımı ve çalışması (resim seçme masası ve kamera kontrolleri), 05. hafta: Ses mikseri tanıtımı ve çalışması, 06. hafta: Öğrenci projelerinin hazırlığı, 07. hafta: Ara sınav haftası, 08. hafta: Projelerin değerlendirilmesi I, 09. hafta: Projelerin değerlendirilmesi II, 10. hafta: Çekim provaları, 11. hafta: VTR hazırlanması, 12. hafta: Seçilen projenin çekilmesi, 13. hafta: Çekilen programın kurgusu, 14. hafta: Dönem sonu değerlendirmesi.
Kaynaklar	GÖKÇE Gürol, Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği, Der Yayınları, İstanbul, 1997. KAFALI Nadi, TV Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1993. VALE, Andrew, Kamera ve Camcorder Ekipleri, BBC Training & Development.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Stüdyo ve ekipmanların tanıtımı (kamera, ses, ışık, video mixer ve kayıt ekipmanı)
2	Stüdyoda çekilmesi düşünülen projelerin hazırlığı ve örneklenmesi
3	Stüdyo kameralarıyla çalışma
4	Kontrol odasının tanıtımı ve çalışması (resim seçme masası ve kamera kontrolleri)
5	Ses mikseri tanıtımı ve çalışması
6	Öğrenci projelerinin hazırlığı
7	Ara sınav haftası
8	Projelerin değerlendirilmesi I
9	Projelerin değerlendirilmesi II
10	Çekim provaları
11	VTR hazırlanması,
12	Seçilen projenin çekilmesi,
13	Çekilen programın kurgusu,
14	Dönem sonu değerlendirmesi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM359	Ülke Sinemaları	5	3	0	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste ulusal sinema kavramı hakkında teorik tartışmalar yapılması ve seçilen farklı ülke sinemaları vasıtasıyla sinematografik evrenin çeşitliliğinin öğrencilere aktarılması amaçlanmaktadır.
İçerik	Ulusal sinema kuramcılarının ulusal sinema kriterleri ve bunlar üzerine yapılan tartışmalar ve farklı ülke sinemalarına dair bilgiler ve filmler.
Kaynaklar	Crofts Stephen « Reconceptualising National Cinema(s) » dans Alan Williams (ed.), Film and Nationalism, Rutgers :The State University Press,2002. Higson Andrew, « The Concept of National Cinema » dans Alan Williams, Film and Nationalisme, Rutgers :The State University Press,2002. Frodon Jean-Michel, La projection nationale : cinéma et nation, Paris : Editions Odile Jacob, 1998. Naficy Hamid, An Accented Cinema: Exilic and Diasporic Filmmaking, Princeton: Princeton University Press, 2001.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş ve dersin tanıtımı
2	Ulusal Sinema Kavramı üzerine kuramlar ve tartışmalar I
3	Ulusal Sinema Kavramı üzerine kuramlar ve tartışmalar II
4	Amerikan Sineması
5	Amerikan Sineması
6	Amerikan Sineması
7	Amerikan Sineması
8	Vize
9	Örnek Seçilen Ülke Sineması Üzerine Öğrenci Sunumları
10	Örnek Seçilen Ülke Sineması Üzerine Öğrenci Sunumları
11	Örnek Seçilen Ülke Sineması Üzerine Öğrenci Sunumları
12	Örnek Seçilen Ülke Sineması Üzerine Öğrenci Sunumları
13	Örnek Seçilen Ülke Sineması Üzerine Öğrenci Sunumları
14	Genel Değerlendirme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM361	Film Projesi Geliştirme Atölyesi	5	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Dersin amacı, farklı türde film projeleri geliştirme sürecine ilişkin temel bilgilerin ve örneklerin verilmesi ve bu bilgilerin ışığında proje oluşturma, sunma, bütçelendirme, kaynak arama alanlarında uygulama çalışmalarının yapılmasıdır.
İçerik	1. Hafta: Tanışma 2. Hafta: Dünyada Sinema Sektörü ve Temel Kavramlar 3. Hafta: Türkiye’de Sinema Sektörünün İşleyişi ve Sorunları 4. Hafta: Film Projesinin Aşamaları: Senaryodan Ekrana Filmin Yolculuğu 5. Hafta: Bir Film Şirketi Ne Yapar? 6. Hafta: Bir Film Seti Nasıl İşler? 7. Hafta: Sinemada Pazarlama ve Dağıtım 8. Hafta: Vize Sınavı 9. Hafta Türk Sinemasında Gişe Rakamları Analizi 10. Hafta: Film Hakları Yönetimi 11. Hafta: Festivaller ve Film Marketleri Nasıl İşler? 12. Hafta: Dijitalleşme ve Alternatif Dağıtım Modelleri 13. Hafta: Film Projesi Sunum Teknikleri 14. Hafta: Atölye Genel Değerlendirme
Kaynaklar	CNC, Coll.Dixit, Eyrolles, Paris, 2006 Robert Edgar HUNT, Réalisation de films, Pyramyd, Paris, 2008 Jane BARNWELL, Les fondamentaux de la réalisation de films, Pyramyd, Paris, 2010 Elliott GRAVE, 130 exercices pour réussir son premier film, Eyrolles, Paris, 2010 J.-P. FOUGEA,- P.ROGARD, Les aides au financement, Dixit, Paris, 2009 Olivier AMIEL, Le financement public du cinéma dans l'Union Européenne, LGDJ, 2008 Ph.LAURIER, Producteur du cinéma : un métier, Chiron, 2005

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma
2	Dünyada Sinema Sektörü ve Temel Kavramlar
3	Türkiye’de Sinema Sektörünün İşleyişi ve Sorunları
4	Film Projesinin Aşamaları: Senaryodan Ekrana Filmin Yolculuğu
5	Bir Film Şirketi Ne Yapar?
6	Bir Film Seti Nasıl İşler?
7	Sinemada Pazarlama ve Dağıtım
8	Vize Sınavı
9	Türk Sinemasında Gişe Rakamları Analizi

Hafta	Konu Başlıkları
10	Film Hakları Yönetimi
11	Festivaller ve Film Marketleri Nasıl İşler?
12	Dijitalleşme ve Alternatif Dağıtım Modelleri
13	Film Projesi Sunum Teknikleri
14	Atölye Genel Değerlendirme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM365	Kültürel Ürünler ve Kimliğin İnşası	5	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	İngilizce
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	-
İçerik	Bu ders, kültürel ürünler ile hem bireysel hem de toplumsal kimliklerin oluşumu arasındaki ilişkiyi inceleyecektir. Şarkılar, fotoğraflar, filmler, TV, sosyal medya içerikleri ve müze sergileri gibi kültürel ürünlerin yanı sıra haritalar ve kimlik kartları gibi bazı günlük ürünlerin, cinsiyet, ırk, etnik köken, sınıf ve milliyet üzerinde özellikle vurgu yaparak farklı toplumsal ve kültürel grupları nasıl temsil ettiğini ve oluşturduğunu inceleyeceğiz. Her oturum iki bölümden oluşur: okumalara dayalı teorik bir giriş ve kültürel ürünlerin sınıfta analiz edilmesi.
Kaynaklar	• Myria Georgiou, "Identity." Keywords for Media Studies. Eds. Jonathan Gray and Laurie Ouellette. New York: New York University Press, 2015. http://keywords.nyupress.org/media-studies/essay/identity/ • Carla Kaplan, "Identity." Keywords for American Cultural Studies, Second Edition. Eds. Bruce Burgett and Glenn Hendler. New York: New York University Press, 2014. http://keywords.nyupress.org/american-cultural-studies/essay/identity/ • Ella Shohat and Robert Stam, "Introduction" and "From Eurocentrism to Polycentrism" Unthinking Eurocentrism: Multiculturalism and the Media. London and New York: Routledge, 1994. 1-12 and 13-54. • Edward Said, "Introduction" "Chapter 1: Scope of Orientalism: II. Imaginative Geography and its Representation" Orientalism. 1-28 and 49-73. • Benedict Anderson, "Introduction," "Chapter 3: The Origins of the National Consciousness," "Chapter 5: Old Languages, New Models," "Chapter 7: The Last Wave," and "Chapter 10: Census, Map, Museum" in Imagined Communities. London and New York: Verso, 1983 (2006). • Helga Tawil-Souri, "Colored Identity: The Politics and Materiality of ID Cards in Palestine/Israel." Social Text 29(2): 67-97. 2011. • John C. Torpey, The Invention of the Passport: Surveillance, Citizenship and the State, Cambridge UP, 2018. • Frances Stonor Saunders, "Where in the world are you?" London Review of Books. • John Tagg, "Introduction" "Chapter 2: Evidence, Truth and Order: Photographic Records and the Growth of the State" and "Chapter 3: A Means of Surveillance: The Photograph as Evidence in Law" in The Burden of Representation: Essays on Photographies and Histories, Minneapolis, University of Minneapolis Press,

	1988. 1-33, 60-65, 66-102. • Michel Foucault, "Panopticism." Discipline and Punish. Reprinted in Neal Leach, ed. Rethinking Architecture. London/New York: Routledge, 1997. [1958, trans. 1969] • Byung-Chul Han, "Big Data" in Psychopolitics: Neoliberalism and New Technologies of Power. London and New York: Verso. 2017. 55-76. • Alan Feldman "On Cultural Anesthesia: From Desert Storm to Rodney King" American Ethnologist. Vol 21, No. 2, May 1994. 404-418. • Jean Baudrillard. "The Precession of Simulacra," in Simulacra and Simulation. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 1994. pp. 1-42. • Roland Barthes, "The Death of the Author" in Image, Music, Text. McMillan, 1978. 142-148. • Guy Debord. "The Culmination as Separation" and "The Commodity as Spectacle," in Society of the Spectacle. London: Rebel Press, 2006. pp. 6-25. • Brian Eugenio Herrera. "Prologue" and "Chapter 3: How the Sharks Became Puerto Rican?" in Latin Numbers: Playing Latino in the Twentieth Century US Popular Performance. Ann Arbor: U Michigan Press. 2015. 1-17 and 96-127. • Excerpts from Meg-John Barker and Julia Scheele, Queer: A Graphic History. London: Icon Books, 2016. • Robert T. Tally, Spatiality. London: Routledge, 2013. • Svetlana Boym, The Future of Nostalgia, New York: Basic Books, 2001. • İlker Hepkaner, "Heritage at Display: The Quincentennial Museum of Turkish Jews in Istanbul as a Flagship Cultural Institution" in Picturing the Past: The Formation of Jewish Heritage in Turkey and Israel (1948-2018), NYU, 2019, Unpublished dissertation. • Joe J. Phua "Sports fans and media use: Influence on sports fan identification and collective self-esteem." International Journal of Sport Communication 3, no. 2 (2010): 190-206. • Andy Bennett, Music, space and place: popular music and cultural identity. Routledge, 2017. • Somogy Varga, "The politics of nation branding: Collective identity and public sphere in the neoliberal state." Philosophy & Social Criticism 39, no. 8 (2013): 825-845.
--	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş / Ders içeriği, beklentiler ve giriş.
2	Temel Kavramlar
3	Oryantalizm, Stereotipler, Doğu-Batı (Kültürel Ürün Örneği: Hollywood ve Yeşilçam filmlerinden kesitler)
4	Millet, Basılı Kapitalizm (Matbaa Kapitalizmi) ve Haritalar (Kültürel Ürün Örneği: "Millet" kavramına ilişkin çeşitli haritalar / Konuk: Gülsin Harman - New York Times)
5	Kimliklerin Hareketi ve Aracılığı (Kültürel ürün örneği: Çeşitli kimlik kartları / Konuk konuşmacı: Yrd. Doç. Dr. Elif Sarı - UBC)
6	Dosya, Disiplin, Veri (Kültürel ürün örneği: Akıllı telefonlardaki "casusluk" uygulamaları)
7	Vize Haftası
8	Medya, Irk ve Etnik Köken (Kültürel ürün örneği: ABD, Fransa ve Türkiye'den Black Lives Matter posterleri)
9	İmge ve İnternet (Kültürel ürün örneği: ABD, Fransa ve Türkiye'deki kimlikle ilgili internet memleri Konuk: Serdar Darendeliler - GAPO)
10	Bölgesel Kimliklerin TV Temsilleri (Kültürel ürün örneği: Parks and Recreation ve Avrupa Yakası sit-com'larından kesitler)

Hafta	Konu Başlıkları
11	Cinsiyet, Cinsellik ve Yer (Kültürel ürün örneği: Queering the Map Web Sitesi / Konuk konuşmacı: Avinash Rajagopal - Metropolis Dergisi)
12	Nostalji ve Kimliğin Postmodern Temsilleri (Dua Lipa'nın Future Nostalgia albümü ve 90'lar nostaljisine dair ABD ve Türkiye'den Facebook sayfaları)
13	Azınlık Kimlikleri ve Kurumsal Aidiyet (Kültürel ürün örneği: Türk Yahudilerinin 500. Yıl Müzesi'ne ve Beyoğlu'ndaki Galatasaray Müzesi'ne bir gezi yapılacaktır.)
14	Müzikal Kimlikler ve Ulusal Markalaşma (Kültürel ürünler: Eurovision Şarkı Yarışması'ndan çeşitli klipler)

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM369	Yaratıcı İletişim Kampanyaları Analizi	5	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

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

Teori Konu Başlıkları

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

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM373	Senaryo Yazarlığı	5	3	0	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin sonunda öğrenci, senaryo yazarlığı ile ilgili temel kuramsal bilgileri edinecektir. Görsel anlatım tekniğinin iç dinamiğini oluşturan yapıyı kavrayacaktır.
İçerik	Senaryoda dramatik yapının aşamaları olan konu,önerme, sinopsis ve tretmanın nasıl oluşturulduğu işlenir. Ayrıca karakter yaratımı da detaylı bir biçimde ele alınır.

Kaynaklar	R. Giddens, K. Suby, c. Wensley, Screening The Novel: The Theory and Practice of Literary Dramatization, Hampshire, MacMillan, 1990 Z. Çetin Erus, Amerikan ve Türk Sinemalarında Uyarlamalar, Es, İstanbul, 2005
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Senaryonun bir metin olarak özellikleri – görsel
2	Senaryo ve dramatik yapı
3	Senaryo yazarlığında konu, tema, önerme
4	Senaryo yazım aşamaları I: sinopsis (film öyküsü)
5	Senaryo yazımında karakter, karakterin geliştirilmesi, karakterde değişme
6	Senaryo yazarlığında görsel anlatım – ses ögesinin kullanılması (müzik, efekt)
7	Klasik dramatik yapının oluşturulması
8	Tretman yazımı
9	Tretman örnekleri
10	Sinemada ses
11	Senaryo yazarlığında diyalog yazımı
12	Müzik efekt kullanımı
13	Kısa film senaryosu
14	Kısa film senaryosu

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM405	Bitirme Projesi I	7	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders kapsamında öğrencilerin belirledikleri bir sorunsal kapsamında özgün bir araştırma gerçekleştirmeleri amaçlanmaktadır.
İçerik	Bu ders kapsamında özgün bir akademik araştırmanın araştırma sorularını oluşturmak, belirlenen sorunsal kapsamında hipotezlerin belirlenmesi, ve araştırma yönteminin belirlenmesi, literatür taraması yapılması gibi konular ele alınacaktır.
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Bitirme Projesi dersi işleyişi hakkında bilgilendirme
2	Gazetecilik ve internet yayıncılığı uzmanlık alanı bitirme projesi konuları hakkında bilgilendirme
3	Halkla ilişkiler ve reklam uzmanlık alanı bitirme projesi konuları hakkında bilgilendirme
4	Sinema ve televizyon uzmanlık alanı bitirme projesi konuları hakkında bilgilendirme
5	Sinema ve televizyon uzmanlık alanı bitirme projesi konuları hakkında bilgilendirme
6	Bilimsel yazı teknikler
7	Danışman görüşmesi
8	Danışman görüşmesi
9	Danışman görüşmesi
10	Danışman görüşmesi
11	Danışman görüşmesi
12	Danışman görüşmesi
13	Danışman görüşmesi
14	Danışman görüşmesi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU411	Gazetecilik Uygulamaları I	7	2	2	0	4	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	L'objectif de ce cours est de donner aux étudiants la possibilité de réaliser d'abord la réalisation d'une magazine d'information. Ainsi, du choix des thèmes et de la rédaction des articles, de celui des images (photos, graphiques, logos, etc), a la conception du magazine (répartition équilibrée des rubriques, chemin de fer), du travail éditorial a la réalisation de la maquette, ils pourront expérimenter les pratiques journalistiques de chaque étape de la publication d'une magazine.
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

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

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU415	Dijital Haber Ekonomisi	7	2	0	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders, dijital çağda gazeteciliğin finansmanı ile ilgili güncel gelişmeleri ve tartışmaları konu almaktadır. Ders, internetin ve dijital teknolojinin, gazeteciliğin finansmanında yarattığı güçlüklerin yanı sıra beraberinde getirdiği fırsatları ve yeni gelir modellerini, Türkiye’den ve dünyadan örneklerle ele alıp tartışmayı amaçlamaktadır.
İçerik	- Tanışma, dersin tanıtımı - Dijital ekonominin temel özellikleri - Gazeteciliğin güncel finansman krizi - Gazetecilikte reklama dayalı gelir modeli - Dijital platformların yükselişi ve hakimiyeti - Gazeteler ve dijital platformlar ilişkisi - Vize sınavı - Ödeme duvarı, dijital abonelikler - Bağışlar, kitle fonlama - Okur gelirlerinin mevcut durumu ve geleceği - Türkiye’de dijital gazetecilik ve finansmanı - Türkiye’de dijital gazetecilik ve finansmanı - devam - Öğrenci sunumları - Öğrenci sunumları - devam
Kaynaklar	Julia Cagé, 2016, Medyayı Kurtarmak – Kapitalizm, Katılımcı Finans ve Demokrasi, İş Bankası Kültür Yayınları Tolga Çevikel, 2020, Dijital Çağda Gazeteciliğin Krizi ve Finansmanı, um:ag Yayınları Tezcan Durna , Zeynep Özarslan , Perrin Öğün Emre, 2020, Sayısal Eşitsizlikler ve Gazeteciliğin Geleceği, um:ag Yayınları

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş – Dijital Medya Dünyası
2	Dijital Ekonomi ve İdeolojisi
3	Haberciliğin Dijitalleşmesi
4	Dijital Medyada Gelir Modelleri
5	Dijital Reklamcılık Endüstrisi
6	Dijital Yayıncılık
7	Ara Sınav
8	Platform Ekonomisi
9	Dijital Alanda Yasal Düzenlemeler
10	Dijital medyada okuyucu/izleyici/kullanıcı
11	Dijital Oyun Ekonomisi
12	Girişimci gazetecilik / Influencer gazetecilik tartışmaları
13	Sunumlar

Hafta	Konu Başlıkları
14	Sunumlar

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP409	Yaratıcı İletişim Kampanyaları Tasarımı	7	4	0	0	4	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

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

Teori Konu Başlıkları

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

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP415	Halkla İlişkiler ve Etkileşimli Medya	7	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı; öğrencinin, halkla ilişkilere yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin uyarlanması, çok sayıda yazılı, işitsel ve görsel materyalin ortaya çıkması, on-line gazetelerin ve dergilerin yayınlanması, MSNBC, Facebook, Twitter, Friendfeed, LinkedIn...vs. gibi networklerin ortaya çıkması, böylelikle enformasyonu depolama ve paylaşma kapasitesinin artması ve yeni tüketici kitlelere bilgi dağıtımının hız kazanması, halkla ilişkileri kullanan örgütlerin sayısının artması ve halkla ilişkiler örgütlerinin sayısının artması, endüstriye uyarlanabilir yeni teknolojilerin miktarı ve çeşitliliğinin artması, müşterilere, medyaya, rakipler ve endüstriye ilişkiye ilişkin bilginin toplanması ve depolanması gibi gelişimlerin halkla ilişkiler alanına etkisini inceleyebilmesini ve örneklerle yorumlayabilmesini sağlamaktır.

İçerik	1.Hafta: Etkileşimli medya kavramı, halkla ilişkilerde etkileşimli medya ile geleneksel medya kullanımı karşılaştırması 2.Hafta: Sosyal medya ve sosyal mecra 3.Hafta: PR 2.0 kavramı ve dijital düşünce sistemi oluşturma 4.Hafta: Bloglar, blog yayıncılığı 5.Hafta: Sosyal ağlarda içerik yönetimi 6.Hafta: Forumlar, vikiler ve e-posta grupları 7.Hafta: Vize sınavı 8.Hafta: Etkileşimli medyada basın bülteni ve RSS beslemeleri 9.Hafta: On-line medya odası, pod-casting ve arama motoru optimizasyonu 10.Hafta: Uzman konuk daveti 11.Hafta: Viral halkla ilişkiler ve sosyal topluluklar etkileşimi 12.Hafta: Markaların yeni güç kaynağı: Kişi odaklı uygulamalar 13.Hafta: Etkileşimli medyada stratejik halkla ilişkiler planı hazırlama 14.Hafta: Ödev sunumu
Kaynaklar	BREAKENRIDGE, Deirdre (2008). PR 2.0: new media, new tools, new audiences, FT Press. DILENSCHNEIDER, Robert L. (2010). The AMA handbook of public relations [electronic resource], AMACOM, New York. SCOTT, David Meerman (2010). The new rules of marketing and PR, MediaCat Kitapları: digital age, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., İstanbul. SOLIS, Brian (2009). Putting the public back in public relations : how social media is reinventing the aging business of PR, Upper Saddle River, N.J. : FT Press. Sürekli yayınlar: Journal of Public Relations Research Public Relations Quarterly Public Relations Review

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Etkileşimli medya kavramı , halkla ilişkilerde etkileşimli medya ile geleneksel medya kullanımı karşılaştırması
2	Sosyal medya ve sosyal mecra
3	PR 2.0 kavramı ve dijital düşünce sistemi oluşturma
4	Bloglar, blog yayıncılığı
5	Sosyal ağlarda içerik yönetimi
6	Forumlar, vikiler ve e-posta grupları
7	Vize sınavı
8	Etkileşimli medyada basın bülteni ve RSS beslemeleri
9	On-line medya odası , pod-casting ve arama motoru optimizasyonu

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV403	Film Çözümlemeleri	7	3	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
-------------	-----------

Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Dersin amacı, farklı film biçimlerini ve türlerini (kısa film, belgesel, kurmaca film...) üretim bağlamlarının yanı sıra alımlamalarını da dikkate alarak anlamak ve analiz etmektir. Bu anlamda ders, her yıl değişebilen temalarda gruplandırılmış filmleri incelemeyi amaçlamaktadır. Bu yıl (24-25) bunlar: işsizlik; toplumsal cinsiyet (gender); göç
İçerik	1. semaine : Film çözümlemeleri: a genel yaklaşımlar: Teoriden çözümlemeye 2. semaine :Film çözümlemelerinin yöntem ve biçimleri 3. semaine :Birinci temanın işlenmesi 4. semaine :İlk örneğin incelenmesi; 5. semaine : Çözümleme ve tartışma 6. semaine :İkinci örnek- bağlamsallaştırma ve ikinci filmin gösterimi 7. semaine :Çözümleme ve tartışma 8. semaine :Vize ödevi 9. semaine : İkinci temanın işlenmesi, bağlamsallaştırma ve tartışma 10. semaine : Örnek film gösterimi 11. semaine : Çözümleme ve tartışma 12. semaine :İkinci film gösterimi, bağlamsallaştırma ve tartışma 13. semaine :kinci temanın işlenmesi, bağlamsallaştırma ve film gösterimi 14. semaine : Çözümleme ve tartışma
Kaynaklar	AUMONT Jacques, MARIE Michel, Analyse des Films, Armand Colin Cinéma, (2è éd.), Paris, 2006 VANOYE Francis, GOLIOT-LETE Anne, Précis d'analyse filmique, Nathan Université, Paris, 1992 AUMONT Jacques, Les théories des cinéastes, Armand Colin Cinéma, Paris, 2005 JOLY Martine, Introduction à l'analyse de l'image, Armand Colin, 128 image, Paris, 2005 GARDIES André, Le récit filmique, Hachette Supérieur, Coll. Contours Littéraires, Paris, 1993 NACACHE Jacques (sous la dir.de), L'Analyse de films en question, Lharmattan, Paris, 2006 AARON Michele, Specatorship. The Power of Looking on, Wallflower, NY and London, coll. Short Cuts, 2007 JULLIER Laurent, MARIE Michel, Lire les Images de cinéma, Larousse, Paris, 2007 ADANIR Oğuz, Kültür, Politika ve Sinema, + 1 Kitap, İstanbul, 2006 Laurent GERVEREAU, Voir, comprendre, analyser les images, La Découverte, Guides Repères, Paris, 2000 FISKE John, , Popüler Kültürü Anlamak, Ark Yayınları, Ankara, 1999 MUTLU Erol, Televizyonu Anlamak, Ark Yayınları, Ankara, 1995 ROMANET Ignacio, Propagandes silencieuses, Gallimard, Folio Actuel, Paris, 2004 PARSA Seyide (ed.), Film Çözümlemeleri, EÜ Yay., İzmir, 2009 BAKIR Burak, Sinema ve Psikanaliz, Hayalet Kitap. Sinema ve Eleştiri, İstanbul, 2008 GENÇÖZ Faruk, PSinema, HYB Yayıncılık, Ankara, 2007

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Görüntü çözümlemeleri: genel yaklaşımlar, biçimler
2	Film kuramlarından film çözümlemelerine
3	Çözümleme teknikleri ve araçları
4	Bir metin olarak film: yapısal ve estetik yaklaşımlar
5	Bir anlatı olarak film: tematik yaklaşımlar
6	İçerik, söylem çözümlemesi
7	Anlatısal (naratolojik) çözümleme
8	Metinlerarasılık ve film çözümlemeleri

Hafta	Konu Başlıkları
9	Psikanalitik ve feminist çözümlemeler
10	Tarihsel çözümlemeler
11	Sosyolojik çözümlemeler
12	Farklı film biçimlerinin çözümlemesi: televizyon dizileri
13	Farklı film biçimlerinin çözümlemesi: reklam filmleri
14	Farklı film biçimlerinin çözümlemesi: kısa filmler ve belgeseller

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV417	Türkiye'de Dizi Sektörü	7	2	0	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Hem meslek profesyonellerinin hem de diziler üzerine çalışan akademisyenlerin derslere katılımıyla Türkiye'de dizi sektörünü tanımak ve popüler bir tür olan dizilerin içeriklerini ve toplumsal etkilerini incelemek.
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Derse giriş, Dersin açılışı; dersin amacının ve ders planının anonsu
2	Dizi kavramı ve Türk TV yayıncılığında dizilerin tarihi
3	Dizi sektörü – konuk
4	Dizi sektörü – konuk
5	Dizi sektörü – konuk
6	Dizi sektörü – konuk
7	Vize
8	Türkiye'de dizilerin sosyolojisi
9	Türkiye'de dizilerin sosyolojisi
10	Türkiye'de dizilerin sosyolojisi
11	Türkiye'de dizilerin sosyolojisi
12	Ödev sunumu
13	Ödev sunumu

Hafta	Konu Başlıkları
14	Ödev sunumu ve genel değerlendirme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM409	Lobicilik	7	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders kapsamında etkili İletişim süreçlerinin kullanım sahası olan lobicilik uygulamalarının Türkiye'den ve Dünya'dan örneklerle tartışılması amaçlanmaktadır.
İçerik	Lobicilik Kavramının tanımlanması, tarihçesi ve uygulamaları geliştirilen iletişim stratejileri perspektifinden değerlendirilecektir.
Kaynaklar	Müjde KER DİNCER, Lobicilik, Alfa yayınları, İzmir, 1998 ss. 4-46 Gilles LAMARQUE, Le lobbying, PUF, que sais-je?, 1994 Lionel ZETTER, Lobbying The Art of Political Persuasion, Harriman House, İngiltere, 2008, ss. 3-6 Seyfettin ASLAN, Siyasal İktidarı Etkileme Yöntemlerinden biri olarak Lobicilik, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23, 2009: ss 113-121 http://www.lobicilik.com/LobbyingBasics.htm Kadir CANÖZ, Halkla İlişkiler Uygulaması olarak Lobicilik, Nüve Kültür Merkezi Yayınları, İstanbul, 2007, ss.53-72 Kollman, Ken. "Outside lobbying." Outside Lobbying. Princeton University Press, 2021. Myers, Cayce. "Public relations or "grassroots lobbying"? How lobbying laws are re-defining PR practice." Public Relations Review 44.1 (2018): 11-21. Haug, Magne, and Haavard Koppang. "Lobbying and public relations in a European context." Public Relations Review 23.3 (1997): 233-247. Arsava, F. Ü. S. U. N., and V. Çerçi. "Avrupa Birliği'nde Lobicilik." Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, Bitirme Projesi (2006). https://www.oecd.org/corruption/ethics/lobbying/ https://www.opensecrets.org/Lobby/

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Ders planının ve ders kapsamında yapılacak çalışmaların tanıtılması
2	Genel Tanımlar: Baskı Grupları, Çıkar Grupları, Lobicilik
3	Tarihsel Gelişim: Lobi faaliyetlerinin başlangıcı Gelişme süreci ve günümüz uygulamaları Türkiye'de Lobiciliğin Gelişimi
4	Lobicilik ve Etik: Yasal düzenlemeler Etik sorgulamalar: ABD'de yaşanan skandallardan örnekler
5	Lobicilik Biçimleri
6	Lobicilik Yöntemleri
7	Halkla İlişkiler Uygulaması olarak Lobicilik: Şirketlerin lobicilik uygulamaları
8	Vize Sınavı

Hafta	Konu Başlıkları
9	Lobicilikte kullanılan araçlar: etkileşimli medya ortamlarının stratejik kullanımı
10	Türkiye'nin Lobi Faaliyetleri
11	Poje çalışmaları ve sunumlar: Çevre lobileri
12	Poje çalışmaları ve sunumlar: Sanayi lobileri
13	Poje çalışmaları ve sunumlar: Etnik Lobiler
14	Türkiye'deki lobicilik uygulamalarına ilişkin perspektifler

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM421	İnternet ve Mobil Pazarlama	7	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Teknoloji ve iletişim araçlarının gelişim hızı bir hayli yüksektir. Bu doğrultuda, reklam ilke ve stratejilerinin de aynı kalması beklenemez. Mobil araçların yaygın kullanımı ve dijital pazarlamanın gelişimi vasıtasıyla hedef kitle ve müşteriler daha erişilebilir hale gelmiştir. Bu ders kapsamında, mobil pazarlama ve reklamcılığa dair teorik ve pratik bilginin önde gelen şirketler vasıtasıyla öğrencilere aktarılması ve öğrencilerin, uygulama süreçlerinde yer alması amaçlanmaktadır.
İçerik	Medya planlama, dijital ve sosyal medya reklamcılığı, ölçüm ve analitik, mobil uygulama geliştirme ve reklam teknolojileri, mobil ticaret ve ödeme araçları, dijital içerik oluşturma ve planlama gibi konular, teori ve uygulama yönleriyle ele alınacaktır.
Kaynaklar	Zanville, S. J., & Roger, B. (2010). Advertising media planning. Ephron, E. (2006). Media Planning. Kotler, P., Armstrong, G. (2001). Principles of Marketing. Prentice Hall International, New York. Aaker, A. D. (1996). Building Strong Brands The Free Press, New York. Chaudhuri, A. (2002). How brand reputation affects the advertising brand equity link, Journal of Advertising Research, May-June. Edwards, H. and Day, D. (2005). Creating Passion Brands, Kogan Page, London Öğretim elemanının ders notları.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş, Ders Planı Değerlendirmesi ve Planın Gözden Geçirilmesi
2	Medya Planlama
3	Google Reklamcılık Çözümleri
4	Meta Yaratıcı Reklamcılık
5	Ölçüm ve Analitik
6	Dijital Verilerde Türkiye

Hafta	Konu Başlıkları
7	Sunum Haftası
8	Sunum Haftası
9	Influencer Pazarlama
10	Mobil Uygulama Geliştirme
11	Oyunlar, gameplay ve e-spor
12	Mobil Ticaret & Ödeme Araçları
13	Modern Pazarlamanın Başarılı Örnekleri
14	Dijital İçerik Oluşturma ve Planlama

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM427	Film Yapımı I	7	3	1	0	3	6

Ön Koşul	COM230 KAMERA AYDINLATMA VE SES II
Derse Kabul Koşulları	COM230 KAMERA AYDINLATMA VE SES II

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Öğrenciler, kurmaca türü alanında yazdıkları kısa film senaryolarını, proje dosyası (sinopsis, tretman, senaryo) halinde geliştirirler. Her öğrenci özgün bir kısa film projesi yapmak zorundadır.
İçerik	Bu derste öncelikle kurmaca kısa metraj filmin özellikleri konuşulur. Bu konuşma/tartışma sürecinin sonunda önermeden başlayarak kısa metraj film yazmanın aşamalarına başlanır. Sırasıyla sinopsis, tretman ve senaryo yazılır. 01.hafta: Dersin yapısı, kısa filmin tanımı, önerme yazmak, karakter oluşturmak, 02.hafta: Kısa film örneklerinin izlenmesi ve analizi, 03.hafta: Kurmaca filmin yapısını oluşturan ana öğeler, 04.hafta: Önergelerin konuşulması ve analizi, 05.hafta: Hikayelerin sinematografik özellikleri, 06.hafta: Sinopsis yazılması, 07.hafta: Ara sınav haftaları, 08.hafta: Ara sınav haftaları, 09.hafta: Ödevlerin değerlendirilmesi ve tretman oluşturma, 10.hafta: Tretman içerikleri ve diyalog yazılması, 11.hafta: Öğrenci projelerinin analizi ve olgunlaştırılması, 12.hafta: Senaryo yazımına dair detaylar, 13.hafta: Dönem sonu değerlendirmesi.
Kaynaklar	"Kısa Film Yazmak", Pat Cooper, Ken Dancyger, Sinema Tekniği/16 ES Yayınları. "Film Yapımı Temelleri 04 - Film Dili" Robert Edgar-Hunt, John Marland, Steven Rawie, Literatür Yayınları.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin yapısı, kısa filmin tanımı, önerme yazmak, karakter oluşturmak,

Hafta	Konu Başlıkları
2	Kısa film örneklerinin izlenmesi ve analizi,
3	Kurmaca filmin yapısını oluşturan ana öğeler,
4	Önermelerin konuşulması ve analizi,
5	Hikayelerin sinematografik özellikleri,
6	Sinopsis yazılması,
7	Ara sınav haftaları,
8	Ara sınav haftaları,
9	Ödevlerin değerlendirilmesi ve tretman oluşturma,
10	Tretman içerikleri ve diyalog yazılması,
11	Öğrenci projelerinin analizi ve olgunlaştırılması,
12	Senaryo yazımına dair detaylar,
13	Dönem sonu değerlendirmesi.
14	Genel Tekrar

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM437	İş Etiği	7	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Ders, iş etiği ile ilgili temel bilgilerin öğretilmesini ve işletmelerde karşılaşılabilecek farklı alanlardaki etik problemleri ve çözüm yollarının öğretilmesini amaçlamaktadır.
İçerik	1. Hafta: Etiğe giriş ve genel kavramlar 2. Hafta: Felsefi etik kuramları 3. Hafta: Ahlakın sosyolojisi 4. Hafta: Ahlak psikolojisinin temel kavramları 5. Hafta: Ahlak psikolojisi ve kuramlar 6. Hafta: Etik körleşme 7. Hafta: ARA SINAV 8. Hafta: İş etiğine giriş 9. Hafta: İşletmelerde karşılaşılan etik problemler 10. Hafta: İşletmelerde etik sorumluluk ve KSS 11. Hafta: Etik karar verme ve liderlik 12. Hafta: İşletme içi etik program geliştirme 13. Hafta: İş etiği ve hukuki düzenlemeler 14. Hafta: Saha araştırması sunumları

Kaynaklar	Armstrong, Walter (2008). Moral Psychology. Cambridge, MA: MIT Press. Bloom, P. (2013). Just Babies: The Origins of Good and Evil. Penguin: New York. Brenkert, G. (2010). The Oxford Handbook of Business Ethics. Oxford: UK. Darwall, S. (1998). Philosophical Ethics. Westview: Oxford. Drumwright, M. & Murphy, P. (2004). How Advertising Practitioners View Ethics : Moral Muteness, Moral Myopia, and Moral Imagination, Journal of Advertising. 33: 2 Hitlin, S & Vaisey, S. (eds) (2010). Handbook of the Sociology of Moralitiy. Springer: New York. Luetge, C. (2013). Handbook of the Philosophical Foundations of Business Ethics. Springer: New York. Palazzo, G. (2012). Ethical Blindness, Journal of Business Ethics, 109 / 3.
-----------	---

Teori Konu Başlıkları

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

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM443	Video Deneme	7	3	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	İngilizce
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	The aim of this course is to provide students with a comprehensive understanding of the video essay as a medium for academic and artistic expression.
İçerik	This course offers a blend of practical and theoretical knowledge on the video essay, encompassing a comprehensive exploration of the essay genre and its relationship with audiovisual media. Throughout the course, students will actively participate in individual video projects, enabling them to experiment and explore the video essay as a versatile and expressive medium. The course covers a range of topics, including audiovisual film criticism, the application of video essays in academic research, and the artistic aspects of the essay film.
Kaynaklar	Adorno, Theodor W. "The Essay as Form." Essayson The Essay Film, edited by Nora M. Alter and Timothy Corrigan, Columbia University Press, 1958, pp. 60-82. Astruc, Alexandre. "The Birthof a New Avant-Garde: La Caméra-Style." Film Manifestos and Global Cinema Cultures: ACritical Anthology, by Scott MacKenzie, 1st ed., University of California Press, 2014, pp. 603-07 Carroll, Noël. "Medium Specificity." The Palgrave Handbook of the Philosophy of Film and Motion Pictures, edited by Noël Carroll et al., 1st Edition, Palgrave Macmillan, 2019, pp.29-47. Corrigan, Timothy. The Essay Film: From Montaigne, after Marker. Oxford University Press, 2011. Grant, Catherine. The Shudder ofa Cinephiliac Idea? Videographic Film Studies Practice as Material Thinking." ANIKI: PortugueseJournal of the Moving Image, vol. 1, no. 1, 2014, ?? 49- 62. Mulvey, Laura. Death 24x a Second: Stillness and the Moving Image. Reaktion Books, 2006.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin tanıtımı
2	Sanatsal bir biçim olarak deneme
3	Kuramsal Temeller

Hafta	Konu Başlıkları
4	Video Deneme ve Araştırma
5	Görsel-İşitsel Film Eleştirisi
6	Anlatı Biçimleri
7	Görsel-İşitsel Öykü Anlatımı
8	Vize Sınavı
9	Video Denemelerde Ses Tasarımı
10	Proje Sunumları
11	Örnek Çalışmalar-I
12	Örnek Çalışmalar-II
13	Duyusal Yaklaşım
14	Final Projesi Sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM447	Sürdürülebilirlik İletişimi	7	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

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

Teori Konu Başlıkları

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

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM449	Kamu Diplomasisi	7	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans

Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilerin kamu diplomasisi kavramı hakkında eleştirel düşüncelerini sağlamak, bu kavramla ilgili doğru strateji ve taktikleri seçmeyi bilmelerini sağlamaktır. Ders kapsamında öğrencilerin uluslararası kamuoyu yönetimi kapsamında ulusal itibarı yerleştirmeyi ve sürdürmeyi bilmelerini sağlamaktır.
İçerik	1. Hafta Ders hakkında genel bilgilendirme Kamu diplomasisi kavramının kapsamı 2. Hafta Kamu / Oy/ Kamuoyu kavramları ve halkla ilişkiler aracılığıyla kamuoyu oluşturma Diplomasi kavramı Küreselleşme Sonrasında Diplomaside Yeni Aktörler 3. Hafta Küreselleşme ile değişen güç kavramı, Sert güç / Yumuşak güç / Akıllı güç Halkla İlişkiler Aracılığıyla Kamuoyu Oluşturma 4. Hafta Kamu diplomasisi tanımları Kamu diplomasisi tarihçesi 5. Hafta Kamu diplomasisinde hedef kitle ve kaynak Kamu diplomasisi aktörleri 6. Hafta Uluslararası Halkla İlişkiler: İmaj ve İtibar Yönetimi Kamu diplomasisi/stratejik iletişim yönetimi/algılama yönetimi/propaganda: arasındaki ilişkilerin analizi 7. Hafta Kamu Diplomasisi Modelleri 8. Hafta Vize (kesin tarih değil) 9. Hafta Kamu diplomasisi strateji ve taktikleri Kamu diplomasisi 2.0, dijital diplomasi 10. Hafta Kamu diplomasisi faaliyetlerinden örnekler Dünyada Kamu Diplomasisi (ABD, Fransa, İngiltere,) Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Öğeleri 11. Hafta Öğrenci sunumları 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.
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Ders hakkında genel bilgilendirme Kamu diplomasisi kavramının kapsamı
2	Kamu / Oy/ Kamuoyu kavramları ve halkla ilişkiler aracılığıyla kamuoyu oluşturma Diplomasi kavramı Küreselleşme Sonrasında Diplomaside Yeni Aktörler
3	Küreselleşme ile değişen güç kavramı, Sert güç / Yumuşak güç / Akıllı güç Halkla İlişkiler Aracılığıyla Kamuoyu Oluşturma
4	Kamu diplomasisi tanımları Kamu diplomasisi tarihçesi
5	Kamu diplomasisinde hedef kitle ve kaynak Kamu diplomasisi aktörleri

Hafta	Konu Başlıkları
6	Uluslararası Halkla İlişkiler: İmaj ve İtibar Yönetimi Kamu diplomasisi/stratejik iletişim yönetimi/algılama yönetimi/propaganda: arasındaki ilişkilerin analizi
7	Kamu Diplomasisi Modelleri
8	Vize (kesin tarih değil)
9	Kamu diplomasisi strateji ve taktikleri Kamu diplomasisi 2.0, dijital diplomasi
10	Kamu diplomasisi faaliyetlerinden örnekler Dünyada Kamu Diplomasisi (ABD, Fransa, İngiltere,) Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Öğeleri
11	Öğrenci sunumları
12	Öğrenci sunumları
13	Öğrenci sunumları
14	Öğrenci sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM453	AB ve Medya	7	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, Avrupa Birliği'nin kültür ve medya politikalarını; tarihsel bir perspektifle, sosyal, kültürel ve ekonomi-politik dinamikleriyle birlikte tartışmak; bu politikaların Türkiye'deki iletişim/medya politika ve düzenlemelerine etkilerini eleştirel bir biçimde analiz etmektir.
İçerik	Bkz. Konu başlıkları

Kaynaklar	AB ve Türkiye'de Bilgi Toplumu Politikaları, http://www.bilgitoplumu.gov.tr/Documents/4/Dokuman/2009_AB-TRBilgiToplumuPolitikolari.pdf Gülay HIZ, AVRUPA BİRLİĞİ BİLGİ POLİTİKASI: GELİŞMİŞ ÜLKELERDEKİ BİLGİ POLİTİKALARININ AZ GELİŞMİŞ ÜLKELERE IŞIK TUTMASI http://kaynak.unak.org.tr/bildiri/unak05/u05-24.pdf Bahar BERBEROĞLU, YAŞAM BOYU ÖĞRENME İLE BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ AÇISINDAN TÜRKİYE'NİN AVRUPA BİRLİĞİNDEKİ KONUMU http://dergipark.ulakbim.gov.tr/beyder/article/view/5000098750/5000092039 Ayşen Akkor Gül, Avrupa Birliği'nde Medya Okuryazarlığı: Düzenleme ve Çalışmalarda Gözlemlenen Eğilimler, http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423867607.pdf AYŞE ASKER, Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde (1999-2005) Türkiye'nin Değişen İletişim Politikaları, http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423901846.pdf Mehmet Devrim AYDIN, eAVRUPA+ VE TÜRKİYE: BİLGİ TEKNOLOJİLERİ ALANINDA AVRUPA BİRLİĞİ KRİTERLERİNE UYUM, http://dergipark.gov.tr/download/article-file/309109 Aydın Düzgüt, Senem, "Avrupa Birliği-Türkiye İlişkilerine Postyapısalcı Yaklaşım: Almanya Örneğinde Dış Politika ve Söylem Analizi", Uluslararası İlişkiler, Cilt 8, Sayı 29 (Bahar 2011), s. 49-70. Arzu KİHTİR (2006), AVRUPA BİRLİĞİ GÖRSEL İŞİTSEL POLİTİKASI BAĞLAMINDA AB MEDYA HUKUKUNUN TEMEL ÇERÇEVESİ, http://www.journals.istanbul.edu.tr/iuifd/article/view/1019012318/1019011554 Arslan, Savaş, Volkan Aytar, Defne Karaosmanoğlu, Süheyla Kırca Schroeder (2009) (der) Avrupa'da medya, kültür ve kimlik, İstanbul: Bahçeşehir Üniv. Yayınları. Asker, Ayşe (2010) Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde (1999-2005) Türkiye'nin Değişen İletişim Politikaları, Global Media Journal, Fall, pp.1-16. Çakır, Vedat (2007) Avrupa Birliğine Uyum Sürecinde Türkiye'de Televizyon Reklamlarına Yönelik Düzenlemeler, Selçuk İletişim, 5:1, 198-209. Çakır, Vedat ve Gülnar, Birol (2008) Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Türkiye'de Televizyon Yayıncılığına Yönelik Düzenlemeler, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 18, ss.207-223. Esra Arsan (2008) Avrupa Birliği ve Gazetecilik, Ütopya Yayınevi, Ankara. Gökmen Karadağ (2006) AB'nin Medyası, Medyanın AB'si, Güncel Yayıncılık, İstanbul. Kutay, P. ve Özçeri, A. (2006). Avrupa Birliği'nde Medya Hukuku ve Uygulamaları. İstanbul: Televizyon Yayıncıları Derneği. Mine Gencel Bek (der.) (2003) Avrupa Birliği ve Türkiye'de İletişim Politikaları, Ümit Yayıncılık, Ankara. Mine Gencel Bek, Deirdre Kevin (der.) (2005) Avrupa Birliği ve Türkiye'de İletişim Politikaları: Pazarın Düzenlenmesi, Erişim ve Çeşitlilik, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara.
-----------	---

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin genel çerçevesinin çizilmesi
2	Küreselleşme, ulus devlet ve AB
3	AB'nin gelişimi ve Türkiye – AB ilişkileri
4	Türkiye-AB katılım müzakereleri ve güncel ilerleme raporları
5	AB'nin kültürel ve sosyal entegrasyonu
6	AB kültür politikaları ve programlarının yürütülmesi
7	AB görsel-işitsel medya politikaları ve yasal zemini
8	Ara Sınav
9	AB telekomünikasyon ve bilgi/enformasyon toplumu politikaları
10	AB'nin sinema politikası, Eurimages ve Türk sineması
11	Türkiye'de ifade ve basın özgürlüğü ve AB ile uyum
12	Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığı ve AB ile uyum
13	Türkiye'de bilgi/enformasyon toplumu politikaları ve AB ile uyum

Hafta	Konu Başlıkları
14	AB gazeteciliği

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
ATA001	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I	1	2	0	0	2	2

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	İnkılâp ve benzeri kavramlar, Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılışını hazırlayan sebepler, I. Dünya Savaşı, Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasını hazırlayan sebepler, Mondros Mütarekesi ve sonrasında Anadolu'nun işgali üzerine başlayan ulusal uyanış, Atatürk'ün kişiliği ve Samsun'a çıkış, Millî Mücadele'ye hazırlık dönemi (Kongreler, T. B. M. M.'nin açılışı) ve savaşlar dönemi, Saltanatın kaldırılması. Lozan Barış Antlaşması, Cumhuriyet'in ilanı anlatılır ve kavratılır.
İçerik	İnkılap ve İnkılapla İlgili Kavramlar Türk İnkılabını Hazırlayan Nedenler Çöküşü Önleme Çabaları ve Islahat Hareketleri XX. Yüzyıl Başlarında Osmanlı Devleti'nin Durumu I. Dünya Savaşı Osmanlı Devleti'nin Paylaşım Antlaşmaları Milli Mücadelenin Başlaması Kurtuluş Savaşı'nın Hazırlık Dönemi Sivas Kongresi, Amasya Görüşmeleri Misak-ı Milli Türkiye Büyük Millet Meclisinin Açılması Ulusal Ordunun Kurulması Batı Cephesi Sakarya Meydan Savaşı
Kaynaklar	Moodle ÖYS Ders sayfasında yer alan ders notları

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	İNKILAP VE İNKILAPLA İLGİLİ KAVRAMLAR
2	TÜRK İNKILABINI HAZIRLAYAN NEDENLER
3	ÇÖKÜŞÜ ÖNLEME ÇABALARI VE ISLAHAT HAREKETLERİ
4	XX. YÜZYIL BAŞLARINDA OSMANLI DEVLETİNİN DURUMU
5	I. DÜNYA SAVAŞI
6	OSMANLI DEVLETİNİN PAYLAŞIM ANTLAŞMALARI
7	MİLLİ MÜCADELENİN BAŞLAMASI
8	KURTULUŞ SAVAŞININ HAZIRLIK DÖNEMİ

Hafta	Konu Başlıkları
9	SİVAS KONGRESİ, AMASYA GÖRÜŞMELERİ
10	MİSAK-I MİLLÎ
11	TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİNİN AÇILMASI
12	ULUSAL ORDUNUN KURULMASI
13	BATI CEPHESİ
14	SAKARYA MEYDAN SAVAŞI

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
TUR001	Türk Dili I	1	2	0	0	2	2

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Öğrencilere, Türk dilinin yapı özellikleriyle işleyiş düzenini ve zenginliğini kavratarak onlarda ulusal birliğimizin temel unsuru olan ana dil bilincinin ve sevgisinin uyanmasını sağlamaktır.
İçerik	Dil, Dilin Tanımı ve Özellikleri Dil-Kültür, Dil-Millet İlişkisi Türk Dilinin Tarihi Devirleri ve Gelişmesi, Türk Yazı Dilinin Tarihi Gelişimi Türk Yazı Dilinin Tarihi Gelişimi Türk Dilinin Tarihi Evreleri ve Gelişmesi Ses Bilgisi Biçim Bilgisi Anlam Bilgisi Cümle Bilgisi
Kaynaklar	Moodle ÖYS Ders sayfasında yer alan ders notları

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	DİL, DİLİN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ
2	DİL-KÜLTÜR, DİL-MİLLET İLİŞKİSİ
3	TÜRK DİLİNİN TARİHİ DEVİRLERİ VE GELİŞMESİ, TÜRK YAZI DİLİNİN TARİHİ GELİŞİMİ
4	TÜRK YAZI DİLİNİN TARİHİ GELİŞİMİ
5	TÜRK DİLİNİN TARİHİ EVRELERİ VE GELİŞMESİ
6	SES BİLGİSİ-I
7	SES BİLGİSİ-II
8	BİÇİM BİLGİSİ-I
9	BİÇİM BİLGİSİ-II

Hafta	Konu Başlıkları
10	ANLAM BİLGİSİ-I
11	ANLAM BİLGİSİ-II
12	CÜMLE BİLGİSİ-I
13	CÜMLE BİLGİSİ-II
14	CÜMLE BİLGİSİ-III

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM108	Fransızca Yöntem Konferansı II	2	1	1	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Üniversite çalışmaları kapsamında gerekli çalışma yöntemlerinin kazanılması Kompozisyon yazabilmek
İçerik	Haftalık 2 saatlik dersler Bu ders aşağıdaki adımlar etrafında düzenlenmiştir: - Bir kompozisyonun farklı unsurlarının incelenmesi - Bir kavramın tanımlanması - Bir problematiğin oluşturulması - Bir plan türünün seçilmesi - Argümanların araştırılması ve düzenlenmesi - Bağımsız değişkenlerin örneklerle gösterilmesi - Giriş yazımı - Sonuç yazımı
Kaynaklar	Öğretim elemanı tarafından hazırlanan ders dosyası

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Kompozisyon üzerine düşünmek
2	Kavramları tanımlamak
3	Bir problematik bulmak
4	Bir problematik bulmak
5	Farklı plan türlerini belirlemek
6	Fikir ve argümanları bulmak
7	Bir plan şeklinde sıralama argümanları etkinliği
8	Argümanları bir plan üzerinde tasnif etmek
9	Örnek aramak

Hafta	Konu Başlıkları
10	Giriş yazmak
11	Sonuç yazmak
12	Bir kompozisyon yazmak
13	Bir kompozisyon yazmak
14	Dersin değerlendirilmesi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM110	Hukukun Temel Kavramları	2	3	0	0	3	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Medeni Hukuk ve Kişiler Hukukunun temel kavramları ile ilgili temel bilgileri kazandırmak.
İçerik	Toplumsal düzen ve hukuk kuralları Medeni Hukukun Yürürlük Kaynakları ve Uygulaması Yazılı Kaynaklar Kanunların nitelik, yer ve zaman bakımından uygulanması Kanunda boşluk kavramı Dürüstlük Kuralı, hakkın kötüye kullanılması yasağı İyiniyet Hakların korunması Kişiler hukuku
Kaynaklar	Hukuka Giriş, Kemal Gözler, 2024 Medeni Hukukun Temel Kavramları, Herdem Belen, Mehmet Köksal, İstanbul 2020 Medeni Hukukun Temel Kavramları, Bilge Öztan, Damla Gürpınar, Ankara 2022 Medeni Hukuk, Temel Kavramlar, Kemal Oğuzman / Nami Barlas, İstanbul 2021 Medeni Hukuk, Temel Kavramlar, Mustafa Dural/Suat Sarı, İstanbul 2024 Medeni Hukuk, Ahmet Kılıçoğlu, Ankara 2021 Kişiler Hukuku, Kemal Oğuzman/Özel Seliçi/Saibe Oktay Özdemir, 2024

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Hukuk Kavramı, Toplumsal Düzen ve Hukuk, Kamu Hukuku Özel-Hukuk Ayrımı
2	Hukuk kuralının özellikleri, Hukukta yaptırım kavramı, Hukukta kaynak kavramı, Hukukun yürürlük kaynakları, Hukuk kurallarının türleri

Hafta	Konu Başlıkları
3	Hukuk kuralının yürürlüğe konulması ve yürürlükten kaldırılması, Kanunların zaman ve yer bakımından uygulanması, Yargı Örgütü
4	Kanunda uygulanacak hükmün bulunmaması, örf ve adet hukuku kuralları, hakimin hukuk yaratması
5	Kanun boşluğu çeşitleri ve kanun boşluğunun doldurulması, hak kavramı, hak teorileri
6	Hakların çeşitleri, kazanılması, kaybedilmesi
7	Hakların korunması, kişilik kavramı, kişiliğin başlangıcı ve sona ermesi, hak ehliyeti, fiil ehliyeti
8	Ara Sınav
9	Hukuki işlem kavramı, hukuki işlem türleri
10	Hukuki işlemin geçerlilik koşulları
11	İyiniyet ve dürüstlük kuralı
12	Kişiliğin Korunması, Kişiliği koruyan davalar, basın özgürlüğü-kişilik hakkının ihlali ilişkisi
13	Kişisel veri kavramı ve kişisel verilerin korunması
14	Haksız fiil, zararın tazmini

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM132	Kültür Tarihi	2	3	0	0	3	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, uygarlıkla eş anlamlı olarak kültür tarihine, başlıca toplumsal, teknolojik düşünsel evrim ve devrimlere, bunlara ilişkim temel kavramlar çerçevesinde bir giriş sunmaktır. Konunun genişliği bir yarıyılı aştığından seçici davranılmış, lisans programının gereği olarak bu seçimde iletişim alanındaki gelişmelere de yer verilmiştir.
İçerik	1. Hafta: Giriş: Kültür Nedir? 2. Hafta: Neolitik devrim ve yazının icadı 3. Hafta: Antik Yunan ve söz sanatı 4. Hafta: Roma İmparatorluğu, İletişim Toplumu 5. Hafta: Batı Ortaçağı (ekonomik ve toplumsal yönleri) 6. Hafta: Batı Ortaçağı (gelenek ve görenekler) 7. Hafta: Vize 8. Hafta: Rönesans ve Matbaa 9. Hafta: 17. Ve 18. Yıllar (düşünsel, toplumsal gelişmeler 1789) 10. Hafta: Endüstri Devrimi ve sonuçları (düşünsel, toplumsal, siyasal bilimsel ve sanatsal) 11. Hafta: Avrupa'da ve ABD'de modernleşme 12. Hafta: Bireyliğin Kültürel Tarihi 13. Hafta 20yy.da modernleşme ve sanat 14. Hafta: Modern çağlar ve tartışma

Kaynaklar	Breton, Proulx: L'Explosion de la Communication Fossier: L'Enfance de l'Europe I, II Elias: La Civilisation des Mœurs La société des Individus Laurent: Histoire de l'Individualisme Güvenç: İnsan ve Kültür
-----------	---

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş: Kültür Nedir?
2	Neolitik Devrim ve Yazının İcadı
3	Antik Yunan ve Söz Sanatı
4	Roma İmparatorluğu, İletişim Toplumu
5	Batı Ortaçağı (Ekonomik ve Toplumsal Yönleri)
6	Batı Ortaçağı (Gelenek ve Görenekler)
7	Rönesans ve Matbaa
8	17. ve 18. Yy'lar (Düşünsel, Toplumsal Gelişmeler 1789), Endüstri Devrimi ve Sonuçları (Düşünsel, Toplumsal, Siyasal Bilimsel ve Sanatsal)
9	Avrupa'da ve Abd'de Modernleşme
10	Bireyliğin Kültürel Tarihi
11	20yy.da Modernleşme ve Sanat
12	Modern Çağlar ve Tartışma
13	Genel Tekrar
14	Final

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM134	İletişim Mesleklerine Giriş	2	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Öğrencilerin iletişim alanındaki mevcut ve güncel meslek türlerini tanımaları amaçlanmaktadır.
İçerik	Öğrenciler derste genel olarak iletişim alanındaki temel disiplinlerini tanıyacak, bu disiplinlere ait mesleki yapılanmalar hakkında bilgi sahibi olacaktır.

Kaynaklar	Wells, Moriarty, and Burnett, Advertising: Principles and Practice, Prentice Hall, USA, 2011. Seitel, F., The Practice of Public Relations, Global Edition, 13/E, Pearson, 2017. Anderson, Downie, Schudson, The News Media: What Everyone Needs to Know, Oxford University Press, 2016. Honhaner, The Complete Film Production Handbook, Fourth Edition, Focal Press, 2010.
-----------	---

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Reklamcılık Mesleklerine Genel Bakış
2	Stratejik Planlama Departmanı
3	Kreatif Departman
4	Medya Planlama Departmanı
5	Halkla İlişkiler Mesleklerine Genel Bakış
6	Kurumsal İletişim Departmanı
7	VİZE
8	Radyo, Televizyon ve Sinema Mesleklerine Genel Bakış
9	Senaryo Yazarlığı ve Yönetmenlik
10	Prodüksiyon
11	Gazetecilik Mesleğine Genel Bakış
12	İnternet Gazetesi Editörlüğü
13	Girişimcilik
14	CV Yazım Teknikleri

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM116	Mitoloji	2	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	“Doğu”nun ve “Batı”nın öyküsünün toplumsal yapısını Mitoloji aracılığıyla öğrenciye öğretmektir. Söylencelerin ortak toplumsal işlevleri, yapısalci bağlamdan yola çıkarak, dünyadaki bütün söylenceler arasındaki biçimsel bağ ve kültürel yinelenmeler araştırılacaktır.

İçerik	1. hafta: Türk Mitolojisi 2. hafta: Destanlar 3. hafta: Masallar 4. hafta: Efsaneler 5. hafta: Simgeler 6. hafta: Pagan Söylenceleri 7. hafta: Yaratıcı Mitoloji 8. hafta: İlkel Mitoloji 9. hafta: Yunan mitolojisi 10. hafta: Mısır Mitolojisi 11. hafta: Çin Mitolojisi 12. hafta: Hint Mitolojisi 13. hafta: Mitolojinin Kökenleri 14. hafta: Mitolojide Motifler
Kaynaklar	BORATAV Pertev Naili (1946) Halk Hikayeleri, Ankara. CAMPBELL Joseph (2003) Batı Mitolojisi (Çev:Kudret Emiroğlu) İmge Kitabevi, İstanbul. CAMPBELL Joseph (2003) Doğu Mitolojisi (Çev: Kudret Emiroğlu) İmge Kitabevi, İstanbul. CAMPBELL Joseph (2003) Yaratıcı Mitoloji (Çev: Kudret Emiroğlu) İmge Kitabevi, İstanbul. CAZENAVE Michel (1989) Encyclopedie des Symboles, Le Livre de Poche, München. DEMİR Ali Faik- Çomak A.N. (2020) Şaman ve Türk Dünyası. 3.Basım. Bağlam Yayınları. İstanbul. ERHAT Azra (1993) Mitoloji Sözlüğü. Remzi Kitabevi. İstanbul.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Türk Mitolojisi
2	Destanlar
3	Masallar
4	Efsaneler
5	Simgeler
6	Pagan Söylenceleri
7	Yaratıcı Mitoloji
8	İlkel Mitoloji
9	Yunan mitolojisi
10	Mısır Mitolojisi
11	Çin Mitolojisi
12	Hint Mitolojisi
13	Mitolojinin Kökenleri
14	Mitolojide Motifler

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM146	Kariyer Planlama	2	2	0	0	2	2

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Kariyer Planlama dersi öğrencilerin iş dünyasını, farklı sektörleri ve bu sektörlerin gereksinimlerini tanımasını sağlayarak; iş dünyasına hazırlık sürecinde kariyer planlamasının önemi hakkında öğrencilerde farkındalık oluşturmayı hedefler. Ders, öğrencilerin, kişisel yetkinliklerini keşfetmesini ve iş dünyasının beklentilerini doğru anlamasını sağlayarak; bilgi ve becerilerini, ilgili sektörlerin gereklilikleri ile paralellik arz edecek şekilde geliştirmelerine yardımcı olur.

İçerik	1. Hafta Derse giriş, dersin amacının aktarılması Kariyer Merkezinin tanıtılması ve verdiği hizmetlerin anlatılması 2. Hafta Zeka ve kişilik kavramları / Zeka ile kişiliğin kariyer ile bağlantısı Bilgi, beceri, yetenek ve yetkinlik kavramları 3. Hafta Girişimcilerin kariyer hikâyeleri hakkında bilgilendirme ve öğrencilere üniversite hayatlarını nasıl geçirmeleri gerektiği konusunda tavsiyeler Girişimci mezunlarımızın derse katılımı 4. Hafta Ulusal ve uluslararası sivil toplum kuruluşları faaliyetleri ve gönüllü çalışma olanakları. Sivil toplum kuruluşu çalışanlarından öğrencilere üniversite hayatlarını nasıl geçirmeleri gerektiği konusunda tavsiyeler STK'da çalışan mezunlarımızın derse katılımı 5. Hafta / 24 Mart Özgeçmiş Yazım Teknikleri İnsan kaynakları alanında çalışan uzmanların derse katılımı 6. Hafta / 31 Mart Yetenek Kapısı Platformunun tanıtılması Üniversite hayatı boyunca öğrencilerin kariyerlerine katkı sağlamak için yapabilecekleri faaliyetlerin açıklanması Öğrenci Kulüp Başkanlarının derse katılımı 7. Hafta Halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim sektörlerinde kariyer yönetimi Sektör uzmanının derse katılımı 8. Hafta Kariyer Kavramı ve Kariyer Yolunda Fark Yaratmanın Anahtarı Sektör uzmanının derse katılımı 9. Hafta İş aramada online platformların kullanımı Sektör uzmanlarının derse katılımı 10. Hafta Uluslararası kariyer yönetimi Sektör uzmanlarının derse katılımı 11. Hafta Mülakat teknikleri 12. Hafta Gazetecilik Sektöründe Kariyer Yönetimi 13. Hafta Pazarlama İletişimi alanında kariyer yönetimi 14. Hafta Kamu Sektörü / Akademik Kariyer Yönetimi
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Derse giriş, dersin amacının aktarılması. Kariyer Merkezinin tanıtılması ve verdiği hizmetlerin anlatılması
2	Zeka ve kişilik kavramları / Zeka ile kişiliğin kariyer ile bağlantısı. Bilgi, beceri, yetenek ve yetkinlik kavramları
3	Girişimcilerin kariyer hikâyeleri hakkında bilgilendirme ve öğrencilere üniversite hayatlarını nasıl geçirmeleri gerektiği konusunda tavsiyeler Girişimci mezunlarımızın derse katılımı

Hafta	Konu Başlıkları
4	Ulusal ve uluslararası sivil toplum kuruluşları faaliyetleri ve gönüllü çalışma olanakları. Sivil toplum kuruluşu çalışanlarından öğrencilere üniversite hayatlarını nasıl geçirmeleri gerektiği konusunda tavsiyeler STK'da çalışan mezunlarımızın derse katılımı
5	Özgeçmiş Yazım Teknikleri İnsan kaynakları alanında çalışan uzmanların derse katılımı
6	Yetenek Kapısı Platformunun tanıtılması Üniversite hayatı boyunca öğrencilerin kariyerlerine katkı sağlamak için yapabilecekleri faaliyetlerin açıklanması Öğrenci Kulüp Başkanlarının derse katılımı
7	Halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim sektörlerinde kariyer yönetimi Sektör uzmanının derse katılımı
8	Kariyer Kavramı ve Kariyer Yolunda Fark Yaratmanın Anahtarı Sektör uzmanının derse katılımı
9	İş aramada online platformların kullanımı Sektör uzmanlarının derse katılımı
10	Uluslararası kariyer yönetimi Sektör uzmanlarının derse katılımı
11	Mülakat teknikleri
12	Gazetecilik Sektöründe Kariyer Yönetimi
13	Pazarlama İletişimi alanında kariyer yönetimi
14	Kamu Sektörü / Akademik Kariyer Yönetimi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM148	Medyada ve İletişimde Yapay Zekâya Giriş II	2	1	1	0	2	3

Ön Koşul	COM147 - MEDYADA VE İLETİŞİMDE YAPAY ZEKÂYA GİRİŞ I
Derse Kabul Koşulları	COM147 - MEDYADA VE İLETİŞİMDE YAPAY ZEKÂYA GİRİŞ I

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Yapay zekâ (YZ) ve makine öğreniminde (ML) temel kavram ve güncel pratiklerle teknik, etik ve hukukî tartışmalara odaklanan, “no-code” geliştirme platformlarını (NCDP) giriş düzeyinde tanıtan COM147 dersini takiben, YZ teknolojilerinin imkân ve kısıtlılıklarının; sosyal bilimler araştırmaları, pazarlama, halkla ilişkiler, gazetecilik, sinema-TV ve yeni medya alanlarından vaka çalışmalarıyla öğretilmesi. Aynı bağlamda öğrencilere Python dilinde YZ/ML odaklı hafif kodlama (low-code) bilgi ve becerileri kazandırılması.

İçerik	▪ Modül 1 (3 ders): İletişimciler için “low-code” YZ uygulamalarına giriş, COM147 dersinden hatırlatmalar (Özetleme, Sınıflandırma, Kümeleme, Tahmin/Öneri/Regresyon, Boyut Azaltma, Görüntü Tanıma ve Metin İşleme gibi temel kullanım alanları). Eğlenceli bir low-code uygulama geliştirilmesi. ▪ Modül 2 (2 ders): İletişimciler için makine öğrenmede (ML) Python uygulamalarına giriş (İnce ayar - finetuning- ve aşırı öğrenme -overfitting- gibi kilit kavramlar, kullanıcı dostu kodlama platformlarında uygulama.) ▪ Modül 3 (2 ders): Vaka Çalışması 1 - YZ Destekli Araştırmalarda Etik İkilemleri Çözmek. Senaryo: Bir araştırma kurumu, büyük veri kümelerini görselleştirerek örüntüleri ortaya çıkarmak için YZ araçlarını kullanmaya başlar ancak sorunlarla karşılaşır. Bu modülde, sosyal bilimler araştırmaları ve gazetecilik gibi alanlarda kullanılan büyümlü dil modellerinin komuta bağıllığı ve halüsinasyon sorunu, bir veri kümesini hafif kodlama ile manipüle ederek keşfedilir. Öğrencilerin ikilemler karşısında nasıl hareket ettikleri; geçerli, şeffaf ve etik bir yöntemi nasıl oluşturdukları değerlendirilir. ▪ Modül 4 (2 ders): Vaka Çalışması 2 -Pazarlama Faaliyetlerinde YZ Destekli Kişiselleştirme. Senaryo: Uluslararası bir e-ticaret platformu, müşteri deneyimini iyileştirmek için özelleştirilmiş bir sohbet botunu devreye almayı planlıyor. Öğrenciler, hafif kodlama kullanarak ihtiyaca uygun bir sohbet botu geliştirir. ▪ Modül 5 (3 ders): Vaka Çalışması 4 - Entegre İçerik Stratejisinde YZ Kullanımı. Senaryo: Gazete, TV, radyo, haber sitesi ve dijital video akış platformlarına sahip bir medya holdingi; entegre içerik stratejisi geliştirmek için YZ kullanmaya karar verir. Öğrenciler ilk aşamada, dijital platformda yayını planlanan video yapımın başarı ihtimalini kestirmek için; izlerkitle analizini, benzer yapımların geçmiş başarılarını ve pazar trendlerini değerlendiren ML temelli tahminsel analitik yöntemleri kullanır. Ardından içeriğin holdinge bağlı haber sitesi için yayın stratejisini, editöryel karar alma ve içerik kürasyonu iş akışlarını yine YZ desteğiyle geliştirir.
Kaynaklar	Charles R. Severance, "Python for Everybody - Exploring Data Using Python 3" Simon J.D. Prince, “Understanding Deep Learning”, MIT Press, Ücretsiz: udlbook Artificial Intelligence Basics – T. Taulli Artificial Intelligence: A Modern Approach – S. J. Russell & P. Norvig Quick Start Guide to Large Language Models – Sinan Özdemir Life 3.0: Being Human in the Age of Artificial Intelligence – M. Tegmark, R. Shapiro The Alignment Problem: Machine Learning and Human Values – B. Christian Noise: A Flaw in Human Judgment – D. Kahneman, O. Sibony, C. R. Sunstein İktidar ve Teknoloji: Bin Yıllık Mücadele – D. Acemoğlu, S. Johnson Gözetleme Kapitalizmi Çağı – S. Zuboff Adalet: Yapılması Gereken Doğru Şey Nedir? – M. J. Sandel

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	COM147 dersinin özeti ve hatırlatmalar
2	YZ’de anahtar kavramlar ve son gelişmeler
3	İletişimde yenilikçi YZ uygulamaları
4	LLM’lerde “ince ayar” ve LORA’lar
5	Hafif kodlama platformlarına giriş
6	LLM’ler ve komuta bağıllık
7	LLM’ler ve halüsinasyon
8	Sohbet botlarına giriş
9	Özelleştirilmiş sohbet botları
10	Tahminsel analitiğe giriş
11	YZ destekli izlerkitle analizi
12	YZ destekli entegre iletişim

Hafta	Konu Başlıkları
13	Final proje atölyeleri, rehberlik ve yardım. Final proje sunumları ve sınıf tartışması.
14	Final proje atölyeleri, rehberlik ve yardım. Final proje sunumları ve sınıf tartışması.

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM154	Diksiyon ve Hitabet Sanatı	2	0	2	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Kendini doğru ve etkili ifade edebilme, dilimiz Türkçe'yi kurallarıyla doğru şekilde kullanabilme becerisi bireylerin hem özel yaşamlarındaki iletişim kalitelerini hem de profesyonel hayattaki başarılarını arttırabilmeleri için önem taşımaktadır. Türkçe yazıldığı gibi konuşulmayan, kendine has kuralları ve müziği olan zengin bir lisandır. Üniversitemizden mezun bir öğrencinin Türkçe'yi doğru kullanması çok önemlidir. Dersimizin öncelikli amacı Türkçe'nin doğru kullanımı ve diksiyon kurallarının öğrenilmesi olacaktır. Bununla birlikte kullanılan dilin doğruluğu kadar ifadenin de güçlü olması da kişiyi başarıya taşıyan temel unsurlardan biridir. Antik Yunan'dan bu yana hitabet bir "sanat" olarak kabul görmektedir. Bu dersimiz aracılığıyla öğrencilerin bu sanata hakimiyetini arttırmayı hedeflemekteyiz

İçerik	1. Hafta: Giriş Dersi 2. ve 3. Hafta: Temel Diksiyon Kuralları - Seslerin doğru telaffuzu - Yazım ve okunuş farkları - Kalın-ince ünlüler ve kullanımları - Sert ve yumuşak vokaller - Özel harfler - o Ğ kullanımı - o R kullanımı 4. ve 5. Hafta: Tonlama - Deşifre - o Metnin dilsel çözümlemesi - o Metnin anlamsal çözümlemesi - Doğru tonlama - o Ünlemlerin tonlanması - o Duyguların tonlamayla aktarılması - o Varyasyon 6, 7 ve 8. Hafta: Ses ve Nefes Kullanımı - Sesin oluşumu - o Teknik açıklama - o Farklı rezonanslar; göğüs, gırtlak, burun ve kafa sesleri - o Ses telleri - Nefes ve doğru nefes almak - o Nefesin evreleri - o Diyafram nefesi ve nefes kullanımı - Ses ve nefes egzersizleri 9. Hafta: Hitabet Sanatına Giriş: Nasıl söylemeliyim - Bir sanat olarak Hitabet - Etkili konuşmanın temel unsurları 10. ve 11. Hafta: Hitabet ve Beden Dili Kullanımı: Nasıl “en iyi ifade ederim” - Beden dilinin ana kavramları - Duruş, ifade - Jest ve mimik kullanımı 12, 13. Ve 14. Hafta: Uygulama Çalışmaları - Seçili metinler ve doğaçlamalarla uygulama çalışmaları
Kaynaklar	• Şenbay, Nüzhet (2008) Söz ve Diksiyon Sanatı. • Şenbay, Nüzhet (1972) Alıştırma Diksiyon Sanatı. • İnce, Levent (Ders notları), Diksiyon Alıştırma Kitabı • Augusta Boal (1992) Oyuncular ve Oyuncu Olmayanlar İçin Oyunlar, çev.Berk Ataman, Özgürol Öztürk, Kerem Rızvanoğlu (2010), Boğaziçi Üniversitesi Yayınları. • Richards, Thomas (2005), Grotowski ile Fiziksel Eylemler Üzerine Çalışmak, Çev.Hülya Yıldız, Ayşın Candan. • Özdemir, Metin (2017), Hitabet: Güzel ve Etkili Konuşma Sanatı.

Teori Konu Başlıkları

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

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM200	Felsefi İletişim ve Medya Etiği II	4	2	0	0	2	4

Ön Koşul	COM237 - FELSEFİ İLETİŞİM VE MEDYA ETİĞİ I
Derse Kabul Koşulları	COM237 - FELSEFİ İLETİŞİM VE MEDYA ETİĞİ I

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bilgi olanla olmayan, güvenilir olanla olmayan kaynaklar arasındaki alanın gittikçe flulaştığı dezenformasyon, “fake-news” döneminde karşılaştığımız her türden “iletişim içeriği”nin üretilme ve/ya işlenme süreçlerine etik-felsefi perspektife dayalı eleştirel düşünme becerilerini uygulamaya ya da sahaya tercüme etmek.
İçerik	Felsefi iletişim açısından çeşitli mecralardaki “iletişim içerikleri”nin eleştirilmesi, felsefi iletişim açısından “iletişim içeriği” üretilmesi.

Kaynaklar	AKARSU, Bedia. Mutluluk Ahlakı, İstanbul: İnkılap Kitabevi, 1998. ALANKUŞ, Sevda. (Der.) Medya Etik ve Hukuk, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul. 2003 ARISTOTELES. Nikomakhos'a Etik, çev: Saffet Babür, Ankara: Ayraç Yayınları, 1998. ARISTOTELES. Eudamos'a Etik, çev: Saffet Babür, Ankara: Dost Yayınevi, 1999. ARSLAN, Ahmet. Felsefeye Giriş, Adres Yayınları, 2013. BALLIARGEON, Normand. Aklın ve Bilimin Işığında Eleştirel Düşünme Kılavuzu Çev. İbrahim Yıldız, Dipnot Yayınları, 2017. BAUMAN, Zygmunt, Postmodern Etik, Çev. Alev Türker, Ayrıntı Yay. İstanbul, 1998. BOWELL, T. & KEMP, G. Eleştirel Düşünme Kılavuzu, Tübitak Yayınları, Ankara. 2018. GÖKBERK, Macit. Değişen Dünya Değişen Dil, Çağdaş Yayınları, İstanbul. 1980 GÖKBERK, Macit, Felsefe Tarihi, Remzi Kitabevi, İstanbul. 2019. HÖFFE, Otfried, Etik Bir Giriş, Çev. Sergül Vural Kara, Runik Kitap, İstanbul, 2020. HUME, David, İnsan Doğası Üzerine Bir Soruşturma, BilgeSu,, Ankara, 2011. HUME, David, Ahlak İlkeleri Üzerine, Çev. Nil Demir, Fol Kitap, Ankara, 2019. MOORE, G. E., Ethics, Thorton Butterworth Ltd., London, 1939. ÖZLEM, Doğan, Etik-Ahlak Felsefesi, İnkılap, İstanbul, 2004. ÖZLEM, Doğan. Mantık, Notos, 2011. PLATON. Diyaloglar 1, İstanbul: Remzi Kitabevi, Beşinci Basım, 1998. PLATON. Devlet, Çev. Sebahattin Eyüboğlu-M. Ali Cimcoz, 1. Baskı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: İstanbul, 1999. ROSS, David, Aristoteles, Kabalcı Yay. İstanbul, 1999. KANT, Immanuel. Ahlak Metafiziğinin Temellendirilmesi, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, Ankara. 1995. KANT, Immanuel. Immanuel. Pratik Aklın Eleştirisi, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, Ankara. 1999. KROPOTKİN, Anarşist Etik, Çev. Işık Ergüden, Doruk, Ankara, 1999. KUÇURADI, Ioanna. Etik, Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, 1999. KUÇURADI, Ioanna. Uludağ Konuşmaları, Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, 1997. MACINTYRE, Alasdair, Etik'in Kısa Tarihi, Çev. Hakkı Hünler-Solmaz Zelyut Solmaz, Paradigma, İstanbul, 2001. MENGÜŞOĞLU, Takiyettin. Felsefeye Giriş, Doğu-Batı Yayınları, 2022. MILL, John Stuart. Utilitarianism, Liberty, Representative Government, London: Everyman's Library, 1910. NUSSBAUM, Martha. "Virtue Ethics: A Misleading Category?", Abstract, The Journal of Ethics, Number:3, 163-201, 1999. ÖZCAN, Muttalip, İnsan Felsefesi: İnsanı Neliği Üzerine Bir Soruşturma, Bilim Sanat, 2006. PIEPER, Annemarie, Etiğe Giriş, Çev. Veysel Atayman-Gönül Sezer, Ayrıntı, İstanbul, 1999. RUSSEL, Bertrand. Felsefe Sorunları, Çev. Vehbi Hacıkadıroğlu, Say Yayınları, 2019 RUGGIERO, Vincent Ryan. Eleştirel Düşünme İçin Bir Rehber, Çev. Çağdaş Dedeoğlu, Alfa Yayınları, 2020. TEPE, Harun. Etik ve Metaetik, Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, 1992. TEPE, Harun. Teorik Etik Etiğin Bilgisel Sorunları, BilgeSu, Ankara, 2016. TEPE, Harun, "İnsan ve Ahlak", Ahlak Felsefesi Yazıları, Lokman Çilingir (ed.), Elis Yay., Ankara, 2015. TEPE, Harun. "Etikte Yaklaşımlar ve Kuçuradi Etiği", Essays in Honour of Ioanna Kuçuradi, Sevgi İyi (Guest Editor), Journal Of Turkish Studies, Volume:25, Harvard University, 279-297, 2001. TEPE, Harun. (Ed.) Etik ve Meslek Etikleri, Türkiye Felsefe Kurumu, Ankara, 2000. UYGUR, Nermi. Bütün Eserleri I, Yapı Kredi Yayınları, 2016. UYGUR, Nermi. Bütün Eserleri II, Yapı Kredi Yayınları, 2017. UZUN, Ruhdan. İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar, Dipnot Yayınları, 2018.
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin akışıyla ilgili bilgi aktarımı, kavramlar hakkında tartışma, "kamusal alan" ve "iletişim etiği" kavramlarına giriş
2	Medya etiği alanında oluşturulan meslek kodlarının eleştirel bir incelemesi (1)
3	Medya etiği alanında oluşturulan meslek kodlarının eleştirel bir incelemesi (2)
4	Etik karar alma süreçleri

Hafta	Konu Başlıkları
5	Safsatalar (tekrar)
6	Var olan medya içeriklerinin eleştirel bir incelemesi (Öğrenci çalışması)
7	Var olan medya içeriklerinin eleştirel bir incelemesi (Öğrenci çalışması)
8	Var olan medya içeriklerinin eleştirel bir incelemesi (Öğrenci çalışması)
9	Var olan medya içeriklerinin eleştirel bir incelemesi (Öğrenci çalışması)
10	Özgün içerik üretimi ve tartışma
11	Özgün içerik üretimi ve tartışma
12	Özgün içerik üretimi ve tartışma
13	Özgün içerik üretimi ve tartışma
14	Özgün içerik üretimi ve tartışma

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM212	İletişim Hukuku ve Fikri Haklar	4	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı iletişim hukukunun temelinde yer alan ifade özgürlüğünün sınırlandırılması sorununu tartışmak ve farklı kitle iletişim araçlarına ilişkin yasal düzenlemeleri incelemektir.
İçerik	1. Hafta: İletişim Hukukuna Giriş 2. Hafta: Vitoria ve İletişim Hakkı 3. Hafta: İfade özgürlüğünün sınırlandırılması sorunu/Spinoza ve John Stuart Mill 4. Hafta: İfade özgürlüğünün evrensel ve bölgesel denetim mekanizmalarının kararlarında çizilen sınırları 5. Hafta: İfade Özgürlüğünün genel ahlak nedeniyle sınırlandırılması (1) 6. Hafta: İfade Özgürlüğünün milli güvenliğin ve toprak bütünlüğünün korunması nedeniyle sınırlandırılması (2) 7. Hafta: Basın Hukuku: Temel Kavramlar (1) 8. Hafta: Basın hukuku: Dönemsel Yayın (2) 9. Hafta: Basın suçlarında ceza sorumluluğu 10. Hafta: Radyo-Televizyon hukuku (1) 11. Hafta: Radyo-Televizyon hukuku (2) 12. Hafta: Reklam Hukuku 13. Hafta: İnternet hukuku 14. Hafta: Genel tekrar

Kaynaklar	-Cemal Bali Akal, Modern Düşüncenin Doğuşu, Dost Kitabevi Yayınları, 2003 -Özden Cankaya, Melike Batur Yamaner, Kitle İletişim Özgürlüğü, Turhan Kitabevi, Ankara, 2012 -Kayıhan İçel, Yener Ünver, Kitle Haberleşme Hukuku, Beta, 2009 -İnal Emrehan; Başak Baysal, Reklam Hukuku, On iki Levha Yayınları, 2008 -Emmanuel Derieux, Droit des Médias, Droit Français, Européen et International, L.G.D.J, 2004 -Laurent Delpart, Céline Halpern, Communication et Internet: pouvoir et droit, Vuibert, 2007
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	İletişim Hukukuna Giriş
2	Vitoria ve İletişim Hakkı
3	İfade özgürlüğünün sınırlandırılması
4	İfade özgürlüğünün evrensel ve bölgesel denetim
5	İfade Özgürlüğünün genel ahlak nedeniyle sınırlanması
6	İfade Özgürlüğünün milli güvenliğin ve toprak bütünlüğü nedeniyle sınırlandırılması
7	Basın Hukuku: Temel Kavramlar
8	Basın hukuku: Dönemsel Yayın
9	Basın suçlarında ceza sorumluluğu
10	Radyo-Televizyon hukuku (1)
11	Radyo-Televizyon hukuku (2)
12	Reklam Hukuku
13	İnternet hukuku
14	Genel tekrar

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM214	Enformasyon Toplumu Kuramları	4	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders kapsamında teknolojik gelişmelere bağlı toplumsal olgular temel kuramsal yaklaşımlardan hareketle tartışılmaktadır. Özellikle, yeni iletişim ve bilgi teknolojileri alanındaki gelişmelerin oluşturduğu sosyal değişim süreci kritik bir bakış açısıyla değerlendirilmektedir.

İçerik	Giriş : temel kavramlar Daniel Bell, "enformasyon toplumuna doğru" Enformasyon devrimi ve yeni toplumsal yapı Manuel Castells, "İnternet Galaxisi" - İnternetin gelişim süreci ve internet kültürünün temel öğleri Manuel Castells, "Ağ toplumu" Anthony Giddens, « Moderliğin sonuçları » Alain Touraine, Yeni sosyal dinamikler Enformasyon toplumunun sosyo-politik aşamaları
Kaynaklar	BAUDRILLARD J. 1981, Simulacres et simulation, Paris, Galilée. CASTELLS M., 1998, 1998, 1999, L'ère de l'information, Tome 1 : La société en réseaux, Tome 2 : Le pouvoir de l'identité, Tome 3 : Fin de millénaire, Paris, Fayard. GARNHAM N., 2000, « La théorie de la société de l'information en tant qu'idéologie : une critique », Réseaux, vol. 18, n° 101, pp. 53-91. GIDDENS, A. (1991). Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age. Stanford university press. GUILLAUME M. 2000, L'empire des réseaux, Paris, Descartes et Cie. KUMAR K. 1995. The information society. In From Post-Industrial to Post-Modern Society: NewTheories of the Contemporary World, London: Blackwell pp. 6-35. LÉVY P. 1995, Qu'est-ce que le virtuel ?, Paris, La Découverte, MATTELART A. 2001, Histoire de la société de l'information, Paris, La Découverte NEVEU É., 1994, Une société de communication ?, Paris, Montchrétien. ROBINS K., WEBSTER F.1999,. The long history of the information revolution. In Times of the Technoculture, London: Routledge, pp. 89-110.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş: Genel Tanımlar
2	Daniel Bell, "enformasyon toplumuna doğru"
3	Enformasyon devrimi ve yeni toplumsal yapı
4	Manuel Castells, "İnternet Galaxisi" - İnternetin gelişim süreci ve internet kültürünün temel öğleri
5	Manuel Castells, "Ağ Toplumu"
6	İnternetin ekonomi politiği
7	Vize sınavı
8	Anthony Giddens, « Moderliğin sonuçları »

Hafta	Konu Başlıkları
9	Anthony Giddens, Zaman mekan ayrışması
10	Alain Touraine, yeni sosyal dinamikler
11	Enformasyon toplumunun sosyo-politik evreleri
12	Enformasyon toplumunun sosyo-politik evreleri
13	Büyük Veri tartışmaları
14	Genel değerlendirme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM258	Staj	4	2	0	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilerin yapacakları zorunlu stajın başvuru ve değerlendirme süreçleriyle ilgili bilgilendirmeyi ve temel iş sağlığı ve güvenliği eğitimini içerir. Ders kapsamında ayrıca, fakülteye staj kontenjanı tanıyan kurumların temsilcileriyle bilgilendirme toplantıları yapılır. Öğrenciler, dersi takip eden yaz döneminde, 22 işgünü sürecektir olan zorunlu stajlarını tamamlarlar.
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	.
2	.
3	.
4	.
6	.
7	.

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
SOC244	Sosyolojik Araştırmada Nicel Veri Analizi	4	3	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, sosyal bilimler öğrencilerine SPSS yazılımını kullanarak nicel verilerin analizi konusunda temel bilgi ve becerileri kazandırmaktır.
İçerik	Derste öğrenciler, yazılım üzerinde bir veri tabanı oluşturmak, veriler üzerinde betimsel ve çıkarımsal istatistiksel analizler yapmak, verileri analiz ederken uygulanacak farklı istatistiksel testler ve modeller arasından seçim yapmak ve bu analizlerden istatistiksel grafikler ve tablolar oluşturmak için gerekli becerileri edineceklerdir. Ders, haftalık vaka çalışmaları ile zenginleştirilmiş uygulamalı laboratuvar oturumlarını içermektedir.
Kaynaklar	Martin, O. (2020). L'analyse quantitative des données. Armand Colin. URL: https://www.cairn.info/l-analyse-quantitative-des-donnees--9782200626945.htm?ora.z_ref=cairnSearchAutocomplete Carricano, M., Poujol F. et Laurent Bertrandias (2010) Analyse de données avec SPSS. Paris : Pearson Education France.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş - (Dersin tanıtımı, Sosyal Bilimler ve İstatistik, Öğrencilere Soru Kağıdının Dağıtılması)
2	Veri Tabanı Nedir?
3	Nicel Değişkenlerin Özetlenmesi I (Betimsel Analizler ve Frekans Tabloları)
4	Nicel Değişkenlerin Özetlenmesi II (Dağılım Tipleri, Ortalama, Ortanca ve Tepe Değer)
5	Hipotez Testleri I: Çapraz tablo
6	Hipotez Testleri II: T-Testi
7	Hipotez Testleri III: ANOVA
8	Vize Sınavı
9	Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler I: Faktör Analizi
10	Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler II: Çoklu Mütekaabiliyet Analizi
11	Korelasyon ve Doğrusal Regresyon I: Korelasyon
12	Korelasyon ve Doğrusal Regresyon I: Regresyon
13	Kümeleme Analizi
14	Genel Tekrar

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU204	Etkileşimli Medya Kuramları	4	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli

Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, medyanın niteliğini olduğu kadar bireylerin medyayı kullanım biçimlerini de köklü bir biçimde değiştiren sayısallaşma, etkileşim, yondeşme gibi kavramları açıklamak; bu kavramların birey, bireyler arası iletişim, toplum ve toplumsal düzen açısından doğurduğu sonuçları eleştirel bir bakış açısıyla incelemektir.
İçerik	Bkz. Konu başlıkları
Kaynaklar	Dilruba Çatalbaş Ürper (2011) Ağ toplumu Kimin Toplumu, Pazarlama İletişimi, Kış. Kerem Rızvanoğlu, (2011), Herkes için Web" mümkün mü?: Evrensel Kullanılabilirlik ve Tasarım, Pazarlama İletişimi, Kış. Donna Harraway (1985) "A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century", Socialist Review. Frank Webster (2006) Theories of the Information Society, 3rd ed., Routledge: New York. Haluk Geray, İletişim ve Teknoloji, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2003, ss. 7-27 Manovich, Lev (2001) The Language of New Media. Cambridge: MIT Press. Manuel Castells (2005) Ağ Toplumunun Yükselişi, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul. Manuel Castells (1996) La société en réseaux, L'ère de l'information, Fayard, Nicholas Negroponte (1996) Dijital Dünya, İstanbul: Türk Henkel Dergisi Yayınları. Nilüfer Timisi, Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi, Dost Kitabevi, Ankara, 2001, ss. 33-58. Van Dijk, Jan (2006) The Network Society, 2nd ed. London: Sage.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin genel çerçevesinin çizilmesi
2	Teknoloji kuramları
3	Enformasyon Toplumu kuramları
4	Etkileşim ve etkileşimli medya kavramı
5	Eski Medya –Yeni Medya, sosyal medya ve web
6	İnsan-bilgisayar etkileşimi; sanal gerçeklik, yapay zekâ
7	Yarıyıl sınavı
8	Gerçeklik, sanal gerçeklik, simüle edilmiş gerçeklik
9	Sibernetik, siborg kuramı ve siberfeminizm
10	Antroposcene, transhümanizm, posthümanizm
11	Etkileşimli medya, gözetim ve panopticon
12	Dijital kültür, transmedya ve dijital okur-yazarlık
13	Hactivizm ve hacker kültürü
14	Yeni Medya sanatları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU208	Etkileşimli Medyada Habercilik	4	2	1	0	3	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilerin farklı dijital mecralar için, etkileşimli yöntem ve teknikler kullanarak haber yapmalarını amaçlamaktadır.
İçerik	Bkz. Konu başlıkları
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş, ders içeriği tanıtımı, interaktif gazeteciliğe genel bakış
2	Haber yazma pratikleri: Basın toplantısı, canlı etkinlik izleme, haberleştirme
3	Haber yazma pratikleri: Farklı hikâye anlatım teknikleri
4	Haber yazma pratikleri: Farklı hikâye anlatım teknikleri
5	Haber anlatma, görselleştirme araçları
6	Haber sitesi oluşturma
7	Ödev teslimi
8	Video haber hazırlama
9	Habercilikte kullanılabilecek yapay zekâ araçları
10	Sosyal medyada habercilik
11	E- bülten hazırlama
12	12. Podcast hazırlama - How has podcasting expanded journalism?
13	Sunumlar
14	Sunumlar

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP204	Reklamcılığın Temel İlkeleri II	4	3	0	0	3	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
-------------	--------

Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı reklam planlamasının temel evreleri üzerine bilgi vermektir. Reklamveren ve reklam ajansının bir reklam kampanyası planlanma sürecinde nasıl çalıştıkları, reklam planması konusunda, araştırma, planlama ve uygulama evrelerini gerçekleştirirken nasıl bir yol izledikleri işlenecektir.
İçerik	Reklam planlaması kavramı Reklam kampanyasının amaçları Ürün ve hizmet analizi Hedef kitle (1) Hedef kitle (2) Reklamda yaratıcı strateji (ünlü kullanımı ve USP) Reklamda yaratıcı strateji (Reklamda konumlandırma kavramı 1) Reklamda yaratıcı strateji (Reklamda konumlandırma kavramı 2) Reklam ortamlarına genel bir bakış Basın için reklam planlaması Televizyon için reklam planlaması Radyo için reklam planlaması Reklam planlamasında yeni ortamlar Reklam kampanyası değerlendirmesi
Kaynaklar	Ders notları Fusun Kocabaş, Müge Elden, ,Reklam ve Yaratıcı Strateji, İstanbul, Yayınevi yayıncılık, 1997. Robert Leduc, La Publicité: Une Force au Service de l'Entreprise, Paris, Dunod, 1990.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Başarılı bir reklam kampanyasının ilkeleri
2	Reklam kampanyaları analizinde farklı yöntemler (1)
3	Reklam kampanyaları analizinde farklı yöntemler (2)
4	Hedef kitle açısından reklam kampanyaları analizleri
5	Reklam kampanyalarında görsel ikna
6	Reklam kampanyalarında görsel ikna
7	Günümüz reklam kampanyalarında temel izlekler
8	Effie vakaları (1)
9	Effie Case studies (2)
10	Effie vakaları (3)
11	Effie Ca (4)
12	Uluslararası reklam kampanyalarının analizleri (1)

Hafta	Konu Başlıkları
13	Uluslararası reklam kampanyalarının analizleri (2)
14	International advertising campaigns analysis (3)

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP212	İçerik Üretimi ve Medya İlişkileri	4	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilerin medya ilişkileri süreçlerini ve medya ile nasıl iletişim kurulacağını bilmeleridir. Dersin bir diğer amacı basın bülteni yazmanın öğrenilmesi ve medya ilişkileri araçlarının tasarımı ve kullanımının bilinmesidir. Ders kapsamında markaların haber değeri taşıyan içerik üretimlerini nasıl gerçekleştirebilecekleri üzerinde de durulmaktadır.
İçerik	Ders kapsamında aşağıdaki konular ele alınacaktır: Halkla ilişkilerde medya ile ilişkilerinin önemi Medya ilişkilerin kapsamı Medya ilişkileri sorumlusunun görevi Halkla ilişkiler ve gazeteciler arasındaki iletişim Finansal Medya ile İlişkiler Haber yazma teknikleri ve kuralları Ambargolu Haber Medya ilişkileri araçları: Basın bülteni (basın bülteni yazarken dikkat edilmesi gereken kurallar, basın bülteni çeşitleri), Basın kiti Basın toplantıları Kurumsal Reklam Yaratıcı İçerik ve İçerik Üretimi Medya ilişkileri araçları: Basın Makaleleri, Basın Röportajları Basın Gezisi / Faaliyet Raporları Halkla İlişkilerde Kurumsal Yayınlar: Broşür, kurumsal dergi. El İlanları Fotoğraf ve görsel malzemeler, Video news release Online medya ilişkileri Sanal Basın odaları Web yazarlığı (web sitesi- sosyal medya-bloglar)

Kaynaklar	Erdoğan, İrfan. Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler. Ankara, Erk Yayınları, 2006. Girgin, Atilla. Haber Yazmak. İstanbul, Der Yayınları, 2002. Kazancı, Metin. Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler. 7. Basım, Ankara, Turhan Kitabevi, 2007. Peltekoğlu, Filiz Balta. Halkla İlişkiler Nedir. 5. Baskı, İstanbul, Beta Yayınları, 2007. Smith, Ronald. Becoming a Public Relations Writer. 4. Basım, United Kingdom, Routledge, 2012. Okay, Ayla ve Okay, Aydemir. Halkla İlişkiler ve Medya. 6. Bası, İstanbul, Derin Yayınları, 2013. Aydede, Ceyda. Profesyonel Bir İlişki: Medya ve Halkla İlişkiler. İstanbul, Rota Yayınları, 2004. Sayımer, İdil. Sanal Ortamda Halkla İlişkiler. 2. Basım, İstanbul, Beta Yayınları, 2012. Aşman AliKılıç, Özmen. Halkla İlişkiler 2.0. Ankara, Efil Yayınevi, 2011. Sandra C. Duhé. New Media and Public Relations. Peter Lang, 2012. Sancar, Gaye Aslı. "Online Media Relations as a Strategy of Public Relations: A Research of Online Press Rooms of The Most Liked Turkish Companies" III. Uluslar arası Yeni Medya Konferansı. Gelişim Üniversitesi, 21 Nisan 2017 Karsak, Banu ve Sancar, Gaye Aslı "New Generation Opinion Leaders in Public Relations: a Research on Snapchat" International Conference on New Trends in Communication, 4-5 Mayıs 2017, İstanbul. Sancar, Gaye Aslı. "Press Releases as a Tool of Media Relations: An Analysis towards Public Relations News on Newspapers", 15th Annual International Conference on Communication and Mass Media, 8-11 May 2017, Athens, Greece. Ferah Onat. Dijital Çağda Halkla İlişkiler Yazarlığı. Ankara, Nobel Yayınları, 2014. Yeşim Güçdemir. Sanal Ortamda İletişim. 2. Basım, İstanbul, Derin Yayınları, 2012. Ann Handley ve C.C. Chapman Dijital Çağda İçerik Yönetimin Kuralları, Mediacat Yayınları Murat Çakırkaya İçerik Pazarlaması. Eğitim Yayınevi
-----------	---

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin işleyişi hakkında bilgilendirme Medya ilişkilerine giriş
2	Halkla ilişkilerde medya ile ilişkilerinin önemi Medya ilişkilerin kapsamı Medya ilişkileri sorumlusunun görevi Halkla ilişkiler ve gazeteciler arasındaki iletişim
3	Finansal Medya ile İlişkiler Haber yazma teknikleri ve kuralları Yazım kuralları Ambargolu Haber
4	Medya ilişkileri araçları: Basın bülteni (basın bülteni yazarken dikkat edilmesi gereken kurallar, basın bülteni çeşitleri), Basın kiti Basın toplantıları Kurumsal Reklam
5	Yaratıcı İçerik ve İçerik Üretimi Medya ilişkileri araçları: Basın Makaleleri, Basın Röportajları Basın Gezisi / Faaliyet Raporları
6	Basın bülteni yazım atölyesi
7	Halkla İlişkilerde Kurumsal Yayınlar: Broşür, kurumsal dergi. El İlanları Fotoğraf ve görsel malzemeler, Video news release
8	Vize Sınavı
9	Online medya ilişkileri Sanal Basın odaları Web yazarlığı (web sitesi- sosyal medya-bloglar)
10	Öğrenci Sunumları
11	Öğrenci Sunumları
12	Öğrenci Sunumları
13	Öğrenci Sunumları
14	Öğrenci Sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV208	Türk Sinema Tarihi	4	3	0	0	3	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Türk sinema tarihini, toplumsal olaylar doğrultusunda değerlendirmek, özellikle Cumhuriyet'ten günümüze Türk sinemasındaki dönüşümleri değişen siyasi ve ekonomik gelişmelere paralel bir biçimde gözler önüne sermek amaçlanmaktadır. Buna paralel olarak, Türk Sinema tarihini yönlendiren önemli yönetmenleri ve onların eserlerini ayrıntılı bir biçimde incelemek de dersin amaçları arasındadır.
İçerik	1. Hafta: Genel giriş ve kaynakçanın verilmesi 2. Hafta: Cumhuriyet öncesi Türkiye'de sinema 3. Hafta: Muhsin Ertuğrul sineması ve Tiyatrocular Dönemi 4. Hafta: Belgesel görüntülerle Tiyatrocular Dönemi ve toplum 5. Hafta: Geçiş Dönemi'nin sinemasal ve toplumsal özellikleri 6. Hafta: Sinemacılar Dönemi sineması ve toplumsal yapısı 7. Hafta:Vize 8. Hafta: Türk sinemasının ekonomik yapısı: Yeşilçam sineması 9. Hafta: Yeşilçam sinemasının anlatı özellikleri 10. Hafta: Yeşilçam sinemasından örnek bir film 11. Hafta: Yeşilçam sinemasında kriz ve nedenleri 12. Hafta: 1980 sonrası darbe dönemi 13. Hafta: 1990'lardan günümüze sinema ve topluma genel bakış 14. Hafta: Günümüz Türk sinemasının ekonomik ve anlatı özellikleri
Kaynaklar	ESEN KUYUCAK Şükran, Türk Sinemasının Kilometre Taşları (Dönemler ve Yönetmenler), İst: Agora yay. 2010; ESEN Şükran, 80'ler Türkiye'sinde Sinema, İst: Beta yay. 2000 BASUTÇU Mehmet (ed), Le Cinema Turc, Paris: Centre Georges Pompidou yay.1996 ONARAN Alim Şerif, Türk Sineması, (I.- II. cilt), İst: Kitle yay.1994 SCOGNAMILLO Giovanni, Türk Sinema Tarihi, İst: Kalcı yay. 2001 AKAD Lütfi, Işıkla Karanlık Arasında, İst: İş Bankası Kültür yay. 2004 AKÇURA Gökhan, Aile Boyu Sinema, İst: İthaki yay. 2004 GÜÇHAN Gülseren, Toplumsal Değişme ve Türk Sineması,İst:İmge yay. 1992 KAYALI Kurtuluş, Yönetmenler Çerçevesinde Türk Sineması, Ankara:Ayyıldız yay. 1994 KIREL Serpil, Yeşilçam Öykü Sineması, İst:Babil yay. 2005

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Genel Giriş ve Kaynakçanın Verilmesi
2	Cumhuriyet Öncesi Türkiye'de Sinema
3	Muhsin Ertuğrul Sineması ve Tiyatrocular Dönemi

Hafta	Konu Başlıkları
4	Belgesel Görüntülerle Tiyatrocular Dönemi ve
5	Geçiş Dönemi'nin Sinemasal ve Toplumsal Özellikleri
6	Sinemacılar Dönemi Sineması ve Toplumsal Yapısı
7	Türk Sinemasının Ekonomik Yapısı: Yeşilçam Sineması
8	Yeşilçam Sinemasının Anlatı Özellikleri
9	Yeşilçam Sinemasından Örnek Bir Film
10	Yeşilçam Sinemasında Kriz ve Nedenleri
11	1980 Sonrası Darbe Dönemi
12	1990'lardan Günümüze Sinema ve Topluma Genel Bakış
13	Günümüz Türk Sinemasının Ekonomik ve Anlatı Özellikleri
14	

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV210	Sinema ve Anlatım	4	3	0	0	3	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı; sinemada biçimin anlamı nasıl oluşturduğunu incelemek, sinemasal anlatım tekniklerinin işlenen konudan bağımsız olarak meydan verebileceği farklı okumalara odaklanmaktır. Ders kapsamında yapılacak incelemeler özellikle zaman olgusunun ele alınış biçimi etrafında şekillenen anlatım tekniklerini temel alacak, bunu yaparken de Todorov tarafından ortaya atıldıktan sonra Genette'in bir disiplin olarak geliştirdiği "anlatıbilim"e yaslanacaktır.
İçerik	1. Hafta: Genel giriş ve temel kavramlar 2. Hafta: Anlatıbilim nedir? 3. Hafta: Film evreninin oluşumu ve öğeleri 4. Hafta: Anlatısallık kategorileri (anlatısal olan ve olmayan filmler, çoklu anlatılar) 5. Hafta: Sinemada zaman 6. Hafta: Sinemada mekan 7. Hafta: Vize 8. Hafta: Zamanın işlenişi I (sıra kavramı, doğrusal olan ve olmayan filmler, flashback, flashforward) 9. Hafta: Zamanın işlenişi II (hız kavramı, elips, özet, pause, hızlandırma, yavaşlatma, plan-sekans) 10. Hafta: Zamanın işlenişi III (eş zamanlılık kavramı, bölünmüş ekran, paralel kurgu) 11. Hafta: Zamanın işlenişi IV (frekans kavramı, tekrar) 12. Hafta: Sinemada bilgi aktarımı 13. Hafta: Film söylemi üzerine 14. Hafta: Örnek film çözümlemesi

Kaynaklar	ADORNO W. Theodor (1995), Théorie Esthétique, Paris, Klincksieck BÜKER Seçil (2010), Sinemada Anlam Yaratma, Hayalbaz Kitap GAUDREAUULT André, JOST François (2004), Le Récit Cinématographique, Nathan Cinéma GENETTE Gérard (1966), « Frontieres du Récit », Communications, « L'Analyse Structurale du Récit », No. 8, Editions du Seuil, pp. 158-169 GENETTE Gérard (1972), Figures III, Editions du Seuil JULLIER Laurent (2003), L'Analyse des Séquences, Paris, Nathan ODIN Roger (1983), « Pour Une Sémio-pragmatique du Cinéma », Iris, Vol. 1, No. 1, Paris, pp. 67-82 TODOROV Tzvetan (1966), « Les Catégories du Récit Littéraire », Communications, « L'Analyse Structurale du Récit », No. 8, Editions du Seuil, pp. 131-157 VANOYE Francis (1989), Récit Ecrit, Récit Filmique, Collection Nathan Cinéma VASSE Claire (2003), Le Dialogue du Texte Ecrit a` la Voix Mise en Scene, Cahiers du Cinéma
-----------	---

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Genel giriş ve temel kavramlar
2	Anlatıbilim nedir?
3	Film evreninin oluşumu ve öğeleri
4	Anlatısallık kategorileri (anlatısal olan ve olmayan filmler, çoklu anlatılar)
5	Sinemada zaman
6	Sinemada mekan
7	Vize
8	Zamanın işleniş I (sıra kavramı, doğrusal olan ve olmayan filmler, flashback, flashforward)
9	Zamanın işleniş II (hız kavramı, elips, özet, pause, hızlandırma, yavaşlatma, plan-sekans)
10	Zamanın işleniş III (eş zamanlılık kavramı, bölünmüş ekran, paralel kurgu)
11	Zamanın işleniş IV (frekans kavramı, tekrar)
12	Sinemada bilgi aktarımı
13	Film söylemi üzerine
14	Örnek film çözümlemesi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM206	Metin Yazım ve Çözümleme Teknikleri	4	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans

Dersin Amacı	Bilimsel Yazı, İletişim aracı olarak dil kullanımı bağlamında, dilin işlevselliklerini de kullanarak yeniden (anlatım dili, metin düzeni, konu seçimi, kaynak taraması, giriş ,tartışma, metinler arası göndermeler, inceleme, araştırma, dipnotlar, kaynak taraması,...) araştırma ve sonuç olgularını biçimsel ve içerik olarak yeniden üretebilmektir.
İçerik	1. hafta: İletişim Aracı Olarak Dil Kullanımı 2. hafta: Dilin İşlevsellikleri 3. hafta: Parça Üstü Birimler 4. hafta: Bilimsel Araştırma Yöntemleri 5. hafta:Örnekler ve Uygulama 6. hafta: Yazma Becerileri 7. hafta: Makale Yazma Çalışması 8. hafta: Bildiri Yazma Çalışması 9. hafta: Rapor Yazma Çalışması 10. hafta:Proje Yazma Çalışması 11. hafta: Deneme Yazma Çalışması 12. hafta: Tez yazma Çalışması 13. hafta: Örnek Çalışmalar 14. hafta: Uygulamalar
Kaynaklar	ÇOMAK Akgün Nebahat (1995)Yazının İşlevsel Kullanımı, Der Yayınları, İstanbul. İNCEOĞLU Y.-ÇOMAK A.N. (2016) Metin Çözümlemeleri. Ayrıntı Yayınları. 2. Baskı. İstanbul.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	İletişim Aracı Olarak Dil Kullanımı
2	Dilin İşlevsellikleri
3	Parça Üstü Birimler
4	Bilimsel Araştırma Yöntemleri
5	Örnekler ve Uygulama
6	Yazma Becerileri
7	Makale Yazma Çalışması
8	Bildiri Yazma Çalışması
9	Rapor Yazma Çalışması
10	Proje Yazma Çalışması
11	Deneme Yazma Çalışması
12	Tez yazma Çalışması
13	Örnek Çalışmalar
14	Uygulamalar

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM230	Kamera Aydınlatma ve Ses II	4	2	1	0	3	3

Ön Koşul	COM257 - KAMERA AYDINLATMA VE SES I
----------	-------------------------------------

Derse Kabul Koşulları	COM257 - KAMERA AYDINLATMA VE SES I
Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste, RTS programını takip eden öğrencilere kamera, sinema aydınlatması ve sesin kullanımı gibi film yapımının temel uygulama konularında bilgi verilmesi amaçlanmaktadır.
İçerik	Bu derste, hareketli görüntünün kaydedilmesi için gerekli olan film ve tv kameralarının çalışma prensiplerinin yanı sıra, sinemada aydınlatmanın önemi, sinemada doğru ses kaydı ve sesin kurguda kullanımı gibi konular işlenmektedir. Güz dönemi yapılan çalışmaları tamamlayacak nitelikte kuramsal ve uygulamalı bir ders programı yürütülecektir.
Kaynaklar	Sinema ve Televizyon Görüntüsünün Temel Öğeleri (Doç. Bülent Vardar) Beta Y. Televizyon Tekniği (Ahmet Durmaz) Anadolu Üniversitesi Y. Fotoğraf Sanatında Kompozisyon (Sabit Kalfagil) Fotoğraf Y. Sinemada Görüntü Yönetmeni (A.Şefik Güngör) Kitle Y. Single-Camera Video Production (Barry J.Fuller, Steve Kanaba, ...) Sinematografi Kuram ve Uygulama (Blain Brown) Hil Y.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Stüdyoda video kamera uygulamaları 1,
2	Stüdyoda video kamera uygulamaları 2,
3	Işık,
4	Işığın ölçülmesi,
5	Işığın yönlendirilmesi,
6	Işık filtreleri kullanımı,
7	Ara sınav haftası 1,
8	Ara sınav haftası 2,
9	Sesin tanımı, mikrofonlar ve yönlendirilmesi,
10	Optik ve manyetik ortamda sesin kullanımı,
11	Stüdyoda ses kaydı uygulaması 1,
12	Stüdyoda ses kaydı uygulaması 2,
13	Çekilen görüntü ve seslerin analizi,
14	Değerlendirme.

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM232	Pazarlama Halkla İlişkileri	4	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı; öğrencinin, pazarlama yönelimli halkla ilişkilerin, kurumun ürün ve hizmetlerinin tanınırlılığını ve satışlarını artırmaya yönelik strateji ve programların planlama, uygulama ve değerlendirme çalışmalarını kapsayan bir alan olduğu hakkında bilgilendirilmesini; halkla ilişkilerin katma değerini örneklerle anlatılmasını; pazarlama halkla ilişkilerinin en çok işe yaradığı alanlarla ilgili ulusal ve uluslararası örnekleri paylaşarak, öğrencinin konuyla ilgili araştırmalara teşvik edilmesinin sağlanmasıdır.
İçerik	1. Hafta: Pazarlama, Halkla İlişkiler ve Pazarlama Halkla İlişkileri kavramlarının tanımı. 2. Hafta: Pazarlama halkla ilişkilerinin uygulama alanları: ürün/hizmet PR'ı ve marka PR'ı 3. Hafta: Pazarla iletişimi bileşenlerinin tanımı: reklam, halkla ilişkiler, kişisel satış, doğrudan pazarlama, satış geliştirme 4. Hafta: Proaktif ve Reaktif Halkla ilişkiler 5. Hafta: Pazarlama ürün eğrisine göre tutundurma karması uygulamaları - 1 6. Hafta: Pazarlama ürün eğrisine göre tutundurma karması uygulamaları - 2 7. Hafta: Ara sınav 8. Hafta: Pazar bölümlendirme stratejileri 9. Hafta: Hedef kitle bölümlendirme stratejileri 10. Hafta: Doğrudan pazarlama kavramı ve örnek analizleri 11. Hafta: Gerilla marketing kavramı ve örnek analizleri 12. Hafta: Cause-related marketing ve örnek analizleri 13. Hafta: Öğrenci sunumları 14. Hafta: Öğrenci sunumları
Kaynaklar	CAYWOOD, Clarke L. (1997). The handbook of strategic public relations & integrated communication, McGraw-Hill, NewYork. HARIS, Thomas L. , WHALEN, Patricia T. (2006) The Marketer's Guide to Public Relations in the 21st Century, South-Western Educational Pub; 1 edition. KOTLER, Philip (2013). Marketing management, Prentice Hall, Upper Saddle River, N.J. PELTEKOĞLU, Filiz Balta (2018). Halkla ilişkiler nedir?, Beta Basım Yayım, İstanbul. THEAKER, Alison (2008). Halkla ilişkilerin el kitabı, MediaCat Kitapları, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., İstanbul. WESTPHALEN, Marie-Hélène & LIBAERT, Thierry (2009). Mercator: le guide du marketing, Nouvelle édition, Dunod. WILSON, Laurie J. (2008). Strategic communications planning: For effective public relations and marketing, Kendall/Hunt Pub., Dubuque, Iowa.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Pazarlama, Halkla İlişkiler ve Pazarlama Halkla İlişkileri kavramlarının tanımı.
2	Pazarlama halkla ilişkilerinin uygulama alanları: ürün/hizmet PR'ı ve marka PR'ı
3	Pazarla iletişimi bileşenlerinin tanımı: reklam, halkla ilişkiler, kişisel satış, doğrudan pazarlama, satış geliştirme
4	Proaktif ve Reaktif Halkla İlişkiler
5	Pazarlama ürün eğrisine göre tutundurma karması uygulamaları - 1

Hafta	Konu Başlıkları
6	Pazarlama ürün eğrisine göre tutundurma karması uygulamaları - 2
7	Ara sınav
8	Pazar bölümlendirme stratejileri
9	Hedef kitle bölümlendirme stratejileri
10	Doğrudan pazarlama kavramı ve örnek analizleri
11	Gerilla marketing kavramı ve örnek analizleri
12	Cause-related marketing kavramı ve örnek analizleri
13	Öğrenci sunumları
14	Öğrenci sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM238	Çevrimiçi Radyo ve Dijital Ses Tasarımı	4	0	3	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı dijital dönüşüm sürecinde radyo yayıncılığı alanında meydana çıkan teknik ve içeriksel gelişmeler bağlamında online ve dijital radyo ve ses mecralarında içerik tasarlamanın koşullarını ve altyapısını aktarmaktır.
İçerik	Bu dersin içeriği online ve dijital radyo ve ses mecralarının çeşitleri, bu mecraların teknik özellikleri, içeriksel örüntüleri ve bu alanlarda yapılan üretimin nitelikleridir.
Kaynaklar	Journal of Radio and Audio Media, Taylor & Francis Carl Hausman & Frank Messere, Modern Radio and Audio Production: Programming and Performance, CENGAGE Learning, 2015.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Ders İçeriğinin ve Uygulama Görevlerinin Aktarılması
2	Online Radyo ve Ses Mecraları
3	Radyo Stüdyosu, Teknik Donanım ve Kayıt Çalışmaları
4	
5	
6	
7	
8	

Hafta	Konu Başlıkları
9	
10	
11	
12	
13	
14	

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM240	Türkiye'de Sinemanın Toplumsal Tarihi	4	3	0	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin başlıca amacı özellikle Türkiye'de sinemanın gelişimine dair bilgi edinmek isteyen başta yabancı öğrenciler olmak üzere tüm ilgilenenlere temel bilgileri sunmak, günümüz sinemasını tarihsel bir perspektif ile anlamaya çalışmak ve bu süreçleri tartışmaya açmak, Türkiye'nin toplumsal dinamiklerini sinema üzerinden kavramaya çalışmaktır. Bu kapsamda bu dersin amaçları aşağıdaki gibi tanımlanmıştır: -1- Türk sinemasının gelişimini toplumsal olaylar çerçevesinde değerlendirmek ve bu olayların sinemaya yansımalarını tartışmak 2- Türk sinema tarihini oluşturan dönemleri bilmek, yönetmen ve filmleri tanımak 3- Türk sinemasının endüstriyel yapısını tanımak 4 - Toplumsal hafızada Türkiye'de film endüstrisinin yerini kavramak.
İçerik	-Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemlerinde Görsel Kültür: Geleneksel görsel sanat ve eğlence biçimleri ile sinemanın ilişkisi; erken dönem sineması - Osmanlı döneminde çekilen ilk filmler - Cumhuriyet döneminde sinemanın gelişimi: Muhsin Ertuğrul sineması - Popüler sinemaya doğru : Yeşilçam'ın doğuran etkenler - Yeşilçam Sineması : özellikleri, seyircileri ile olan ilişkileri, krizleri ve ona karşı gelişen alternatifler - Türk sinemasının göç ile olan ilişkisi - 1990'larda Türkiye'de sinema - 2000'lerde Türkiye'de sinema: Popüler / bağımsız sinema
Kaynaklar	Mehmet BASUTCU, Le cinéma turc (1999), Edt. Centre Georges Pompidou Rekin TEKSOY, History of Turkish Cinema (2008), Oğlak Yay. Savaş ARSLAN, Cinema in Turkey: A New Critical History (2011), Oxford University Press Gönül Dönmez COLIN, Turkish Cinema, Identity, Distance and Belonging (2008), (accessible en ligne de l'Université)

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş - ders planının sunulması

Hafta	Konu Başlıkları
2	Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerinde görsel sanatlar ve sinema olan ilişkileri
3	Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerinde görsel sanatlar ve sinema olan ilişkileri
4	Erken dönem sinema: Osmanlı döneminde çekilen ilk filmler
5	Erken dönem sinema: Osmanlı İmparatorluğunda gösterilen filmler ve bu filmlerin maceraları
6	Cumhuriyet Dönemi Sineması: Muhsin Ertuğrul ve Sineması
7	Örnek film gösterimi ve incelemesi
8	1950'lerde Türkiye'de sinema: Popüler bir sinemaya doğru. Amerikan ve Hint filmlerinin etkileri
9	Yeşilçam Sineması
10	Örnek film gösterimi ve incelemesi
11	Türk sinemasını göç ile olan ilişkisi : İç ve dış göç filmleri
12	Örnek film gösterimi ve incelemesi
13	1990'larda Türkiye'de Sinema
14	2000'lerde Türkiye'de sinema

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM250	Görüntü ve Ses İşleme	4	2	1	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Gazetecilik alanında eğitim gören öğrencilerin görüntülü haber yapabilmeyi öğrenmesi amacıyla içeriği düzenlenmiş bir derstir.
İçerik	Sinema ve televizyon teknolojisinden yola çıkılarak, hareketli görüntünün oluşturulması, kaydı, montajı ve yayınlanması konuları uygulamalı olarak işlenecektir.
Kaynaklar	An Introduction to ENG (Bernard Hesketh and Ivor Yorke) Kameradan Sonra, Tv haber örnekleri Haberin Yol Haritası (Kemal Aslan)

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Sinema ve televizyon teknolojisi
2	Teknolojinin tarihçesi, günümüz modelleri
3	Film kamerası, video kamera
4	Objektiflerin özellikleri
5	Kayıt formatları

Hafta	Konu Başlıkları
6	Uygulama
7	Ara sınav
8	Işığın çekim amaçlı kullanımı (Aydınlatma)
9	Ses, mikrofon kullanımı ve kayıt
10	Tv haberinin oluşturulması
11	Çekim
12	Montaj
13	İnternet ortamında yayın
14	Değerlendirme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM260	Film Festivalleri	4	1	1	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders, film yapım ve dağıtım süreçlerinin olduğu kadar, bir filmi belirli bir kürasyon altında göstererek alımlama sürecinin de önemli bir parçası olan film festivallerini bütüncül olarak ele alarak içgörü kazandırmayı amaçlar.
İçerik	Ders, film festivali olgusuna yönelen akademik ilginin hala çok yeni ancak büyümekte olduğu günümüzde tarihsel ve teorik bir çerçeve sunacağı gibi ders çıktılarını Sinepark Kısa Film Festival'inde deneyimlenmesini içerir.
Kaynaklar	de Valck, M. (2007). Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia. Amsterdam University Press. de Valck, M., Kredell, B., & Loist, S. (2016). Film festivals : history, theory, method, practice. Routledge. de Valck, M. & Damiens, A. (2023). Rethinking Film Festivals in the Pandemic Era and After. Palgrave Macmillan. Turan, K. (2002). Sundance to Sarajevo: Film Festivals and the World They Made. University of California Press. Vallejo, A & Peirano, M.P. (2017). Film festivals and anthropology. Cambridge Scholars Publishing. Wong, C. (2011). Film Festivals: Culture, People and Power on the Global Screen. Rutgers University Press.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma ve ders içeriğinin açıklanması
2	Film festivalleri nedir, neden önemlidir?
3	Bir araştırma konusu olarak film festivalleri: Tanımlama ve sınıflandırma
4	Film festivalleri tarihçesi: Venedik'ten bugüne

Hafta	Konu Başlıkları
5	Türkiye’de film festivalleri tarihçesi: Şenlikler, yarışmalar, Sinematek ve diğerleri.
6	Film festivallerinde organizasyon: Ekipler, paydaşlar ve finansman
7	Film festivallerinde programlama ve kürasyon: Nedir bu festival filmi denen garabet?
8	Vize ve saha çalışması
9	
10	
11	
12	
13	
14	

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM270	Türk Siyasal Yaşamı	4	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı Cumhuriyetin ilk yıllarından günümüze Türk siyasi hayatını konular, aktörler, önemli olaylar ve yapısal değişim açısından incelemektir. Ders, kronolojik olarak Türk siyasal hayatında dönüm noktası olmuş önemli konular etrafında anlatılacaktır.
İçerik	(Bknz: Konu Başlıkları)
Kaynaklar	-Erik Jan Zürcher, Modernleşen Türkiye’nin Tarihi, Çev. Yasemin Saner Gönen, 21. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2007. -Feroz Ahmad, Modern Türkiye’nin Oluşumu, Çev. Yavuz Alagon, İstanbul: Sarmal Yayınları, 1995. - Bernard Lewis, Modern Türkiye’nin Doğuşu, 5. Baskı, Ankara: Türk Tarih Kurumu, 1993. - Feroz Ahmad, Demokrasi Sürecinde Türkiye (1945-1980), Çev. Ahmet Fethi, İstanbul: Hil Yayın, 1994. - Tevfik Çavdar, Türkiye’nin Demokrasi Tarihi (1950’den Günümüze), 3. Baskı. Ankara: İmge, 2004. - Ersin Kalaycıoğlu ve Ali Yaşar Sarıbay (Der.), Türkiye’de Politik Değişim ve Modernleşme, İstanbul: Alfa yay., 2000. - Emre Kongar, 21. Yüzyılda Türkiye, 8. Baskı, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1998. - Ali Bayramoğlu, “Asker ve Siyaset,” Bir Zümre Bir Parti: Türkiye’de Ordu, der. Ahmet İnsel ve Ali Bayramoğlu, İstanbul, Birikim, 2004, ss. 59-118. - Kemal Kirişçi ve Gareth M. Winrow, Kürt Sorunu: Kökeni ve Gelişimi, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt yayınları, 1997, ss. 92-211. Belgeseller - Demirkırat Belgeseli, Haz. Bülent Çaplı ve Can Dünder, 10 Bölüm, 1991. - 12 Mart. İhtilalin Pençesinde Demokrasi Belgeseli, Haz. Bülent Çaplı ve Can Dünder, 10 Bölüm, 1994.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma ve dersin genel çerçevesinin sunumu
2	İttihat ve Terakki Yönetimi, İmparatorluğun çöküşü ve cumhuriyete giden yol
3	Tek Parti Yönetiminin kurulması
4	Çok partili hayata geçiş ve Demokrat Parti dönemi
5	27 Mayıs 1960 ve sonrası (İkinci Cumhuriyet)
6	27 Mayıs sonrası ve 1971 Muhtırası
7	1971-1980 arası siyasal gelişmeler
8	Vize sınavı
9	12 Eylül 1980 ve sonrası (Üçüncü Cumhuriyet)
10	1990'larda siyasal gelişmeler
11	28 Şubat süreci
12	Konuk
13	Sorunlu alanlar (azınlıklar, etnik kimlikler, toplumsal cinsiyet, sivil toplum vb.) ve demokrasi
14	21. Yüzyıl başında Türkiye'de siyasal yaşam

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM276	Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Gönüllülük Çalışmaları II	4	4	0	0	4	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders kapsamında öğrencilerin kurumsal sosyal sorumluluk alanında bir uygulama gerçekleştirmeleri amaçlanmaktadır. Toplumsal fayda kapsamında Üniversite içinde ya da Üniversite'nin sosyal paydaşları nezdinde gerçekleştirilmesi hedeflenen uygulama ders çıktısı olarak değerlendirilecektir.
İçerik	Bu ders kapsamında öğrencilere sosyal sorumluluk kavramı, kavramın gelişimi, sosyal sorumluluk yaklaşımları aktararak öğrencinin bir kurumsal sosyal sorumluluk kampanyasını hayata geçirmesi sağlanacaktır.
Kaynaklar	Blowfied M ve Murray A (2008) Corporate Responsibility A Critical Introduction, Oxford University Press, Oxford. Çınarlı, İnci. Stratejik İletişim Yönetimi. 2. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 2013. Özüpek, Nejat. Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk. 2. Baskı Eğitim Yayınevi Konu

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Sosyal Sorumluluk Kavramının Tanımı

Hafta	Konu Başlıkları
2	Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Gelişimi
3	KSS uygulama konusu için ön araştırma yapılması
4	Klasik Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı / Modern Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı
5	Kurumların sosyal sorumluluk alanları
6	KSS uygulamasının araştırma aşamasının tamamlanması
7	Sektörden konuk eşliğinde “kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının” ele alınması
8	Vize sınavı
9	KSS uygulamasının ortaklarının seçilmesi ve paydaşlarla görüşmelerin yapılması
10	KSS uygulamasında kullanılacak strateji ve taktiklerin planlanması
11	KSS Uygulamasının lansmanı
12	KSS uygulamasının sosyal medya ve basınla ilişkilerinin yürütülmesi
13	KSS uygulamasının yürütülmesi
14	KSS uygulamasının değerlendirme sunumunun yapılması

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM308	Uluslararası İletişim	6	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, uluslararası iletişim alanında geçmişten günümüze ortaya atılan kuramsal perspektifleri, ön plana çıkan kavram ve yaklaşımları dönemlerinin siyasal ve sosyo-kültürel bağlamı içinde ve belli başlı yazarların önemli çalışmalarını temel alarak eleştirel bir bakış açısıyla incelemektir.
İçerik	Bkz. Konu başlıkları

Kaynaklar	Seçme Kaynaklar: Ole R. Holsti (no date), Theories of International Relations, http://people.duke.edu/~pfeaver/holsti.pdf Scott Burchill, Andrew Linklater, Richard Devetak, Jack Donnelly, Matthew Paterson, Christian Reus-Smit and Jacqui True (2005) Theories of International Relations, Third edition, http://lib.jnu.ac.in/sites/default/files/ReferenceFile/Theories-of-IR.pdf Emel Akça (2004) "1990 Sonrası Türk-Amerikan İlişkileri ve İki Ülke Basınında Temsili: Karşılaştırmalı Söylem Çözümlemesi (Afganistan ve Irak Müdahaleleri), yayımlanmamış doktora tezi, Ege Üniversitesi. Benedict Anderson (1983) Imagined Communities, https://www2.bc.edu/marian-simion/th406/readings/0420anderson.pdf Armand Mattelart İletişimin Dünyasallaşması, İletişim yayınları, 2001. İrfan Erdoğan (1995) Uluslararası İletişim, Kaynak yay. William B. Gudykunst, Molefi Kete Asante, Eileen Newmark (2000) Handbook of international and intercultural communication, Sage Publications. Hamid Mowlana (1997) Global information and world communication : new frontiers in international relations, London : SAGE Publications, 2nd ed. İrfan Erdoğan (1994) Uluslararası iletişim : dünyanın çarpık düzeni, https://www.researchgate.net/publication/235915757_Uluslararası_İletişim_Dünyanın_carpik_duzeni Armand Mattelart (1996) La mondialisation de la communication, Paris: Presses Universitaires de France. Robert W. McChesney, Ellen Meiksins Wood, and John Bellamy Foster (1998) Capitalism and the information age: the political economy of the global communication revolution, New York, NY : Monthly Review Press. Sean MacBride...[ve öte.] Bir çok ses tek bir dünya: iletişim ve toplum - bugün ve yarın /; çev. Ertuğrul Özkök...[ve öte.] Ankara : Unesco Türkiye Milli Komisyonu, 1993. Harold Lasswell (1927) Propaganda Techniques in World War I. London: M.I.T. Press, https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015000379902;view=1up;seq=269 Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). Comparing media systems: Three models of media and politics. Cambridge: Cambridge University Press. Hallin, D. C., & Mancini, P. (Eds.) (2012). Comparing media systems beyond the western world. Cambridge: Cambridge University Press. Ercebe, Özge (2016) Türkiye'nin Medya Sistemi ve Otoriterleşme Eğiliminin Yapısal Temelleri, Atılım Sosyal Bilimler Dergisi 6 (1), 51-88.
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin genel çerçevesinin çizilmesi
2	Uluslararası ilişkiler kuramları
3	Propaganda çalışmaları: 1. Dünya Savaşı
4	Propaganda çalışmaları: 2. Dünya Savaşı
5	Modernizasyon kuramı
6	Gelişme kuramı
7	Ara sınav
8	Bağımlılık kuramı
9	Emperyalizm ve kültürel emperyalizm
10	Yeni Dünya İletişim Düzeni (NWICO) ve UNESCO
11	Karşılaştırmalı uluslararası medya sistemleri

Hafta	Konu Başlıkları
12	Küreselleşme ve küresel medya
13	Oryantalizm ve postkolonyalizm
14	Yeni medya ve enformasyonel kapitalizm

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM366	Siyasal İletişim	6	2	0	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilerin farklı yaklaşımlarla siyasal iletişim kavramını, stratejisini, sürecini ve aşamalarını öğrenmelerine; bir kampanya sürecini analiz edebilmelerine ve siyasetteki yerine, önemine, seçmenler ve seçim sonuçları açısından etkilerini değerlendirebilmelerine olanak sağlayacak bilgi birikimini kazandırmaktır.
İçerik	1. hafta: Tanışma ve dersin genel çerçevesinin sunumu 2. hafta: Temel kavramlar ve tanımlar 3. hafta: Siyasal iletişimin farklı boyutları ve teorik yaklaşımlar 4. hafta: İletişim ve siyaset: Anahtar kavramlar -kamusal alan -kamuoyu -siyasal aktörler -siyasal toplumsallaşma -siyasal kültür 5. hafta: Siyasetin “medyatikleşmesi” ve sonuçları 6. hafta: Kamuoyu araştırmaları ve siyasette kullanımı 7. hafta: Vize sınavı 8. hafta: Siyasal iletişimde medyanın konumuna ilişkin kuramsal yaklaşımlar ve modeller 9. hafta: Suskunluk sarmalı, Gündem belirleme 2. aşama gündem belirleme (çerçeveleme, öne çıkartma, gündemden düşürme 10. hafta: Siyasal kampanya süreci ve aşamaları 11. hafta: Siyasal reklam 12. hafta: Ulusal ve uluslararası kampanya örneklerinin değerlendirilmesi 13. hafta: Siyasal iletişim alanına eleştirel yaklaşımlar 14. hafta: Uzman konuk ile tartışma

Kaynaklar	- Ders notları - Pierre Bourdieu, L'Opinion Publique N'Existe Pas, Questions de Sociologie, Paris : Editions de minuit, 1985, 222-235. - Eser Köker, Politikanın İletişimi İletişimin Politikası, Ankara: Vadi yay., 1998 - Sevda Alankuş (Der.), Medya ve Toplum, Habercinin El Kitabı Dizisi: 1, İstanbul: BİA yay., 2003 - Elisabeth Noelle-Neumann, Kamuoyu. Suskunluk Sarmalının Keşfi, 4. Baskı, Çev. Murat Özkök, Ankara:Dost Kitabevi, 1998 - Ferruh Uztuğ, Siyasal İletişim Yönetimi, İstanbul: MediaCat, 2004 - Erkan Yüksel, Medyanın Gündem Belirleme Gücü, Konya: Çizgi Kitabevi yay., 2001 - Necati Özkan, Seçim Kazandıran Kampanyalar, İstanbul: MediaCat, 2002 - Arsev Bektaş, Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi, İstanbul: Bağlam yay., 1996 - Abdullah Özkan (Ed.), Siyasetin İletişimi, İstanbul: Tasam yay., 2009 - Abdullah Özkan, Siyasal İletişim Stratejileri, İstanbul: Tasam yay., 2007 - Aysel Aziz, Siyasal İletişim, 2. Baskı, Ankara: Nobel Yay., 2007 - Darren G. Lilleker, Siyasal İletişim. Temel Kavramlar, Y. Devran, A. Nas, B. Ekşi, Y. Göksun (Eds), İstanbul: Kaknüs yay., 2013 - Jacques Gerstlé, La Communication Politique, Paris: Armand Colin, 2007 - Andrew Chadwick, Internet Politics, New York: Oxford University Press, 2006 - www.siyasaliletisim.org
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma ve dersin genel çerçevesinin sunumu
2	Temel kavramlar ve tanımlar
3	Siyasal iletişimin farklı boyutları ve teorik yaklaşımlar
4	İletişim ve siyaset: Anahtar kavramlar -kamusal alan -kamuoyu -siyasal aktörler -siyasal toplumsallaşma -siyasal kültür
5	Siyasetin “medyatikleşmesi” ve sonuçları
6	Kamuoyu araştırmaları ve siyasette kullanımı
7	Vize sınavı
8	Siyasal iletişimde medyanın konumuna ilişkin kuramsal yaklaşımlar ve modeller
9	Suskunluk sarmalı, Gündem belirleme 2. aşama gündem belirleme (çerçeveleme, öne çıkartma, gündemden düşürme
10	Siyasal kampanya süreci ve aşamaları
11	Siyasal reklam
12	Ulusal ve uluslararası kampanya örneklerinin değerlendirilmesi
13	Siyasal iletişim alanına eleştirel yaklaşımlar
14	Uzman konuk ile tartışma

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU300	Gazetecilik Sosyolojisi	6	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
-------------	-----------

Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin üç temel amacı bulunmaktadır: * Öncelikle, gazetecilik dünyasının, kendi özellikleri, farklılıkları, ilerlemesi, organizasyonel ve teknik kısıtları, yazım ve olayların işlenişine dair tarzlarıyla tanıtılması hedeflenmektedir; * Daha sonra, gazeteciliğin toplum ve iktidarlara (siyasi ve ekonomik iktidarlara) olan sürekli ilişkisinin analizi, demokratik bir toplumdaki rollerini, deontoloji sorunu çerçevesinde incelemek amaçlanmaktadır. * Son olarak, gazetecilerin, kaynakları ve kitlelerle ilişkisi ile, bir toplumsal inşa olarak haberin analizinin yapılması öngörülmektedir.
İçerik	Bir meslek olarak gazetecilik Kaynakla ve kitlelerle ilişki Gazetecilerin toplumdaki rolleri Siyasi karar süreçlerinde medyanın rolü Gazetecilerin geleceği

Kaynaklar	“Rethinking the sociology of Journalism: Source strategies and the limits of media centrism”, in Public communication: the new imperatives, Margorie Fergusson (ed.), Sage, 1990. - Accord A. (dir), Journalistes précaires, Bordeaux, Le Mascaret, 1998 - Alemdar K., Medya gücü ve demokratik kurumlar, İstanbul: AFA, 1999. - Antoine F., Écrire au quotidien: pratiques du journalisme, Bruxelles: EVO Asbl., 1995. - Bourdieu P., Sur la télévision : suivi de l'emprise du journalisme, Paris: Liber, 1996. - Charron J., La production de l'actualité, Montréal: Boréal, 1994. - Chupin I. Et Nollet J. (dir.), Journalismisme et Dépendance, Paris: l'Harmattan, 2006. - Cornu D., Journalismisme et Vérité, Genève: Labor et Fides, 1994. - Freund A., Journalismisme et mésinformation, Paris: La Pensée sauvage, 1991. - Keane J., Çev. H. Şahin, Medya ve Demokrasi, İstanbul:Ayrıntı, 1991. - Maigret E., Sociologie de la communication et des médias, Paris, Armand Colin, 2003 - Marchetti D., « Les sous-champs spécialisés du journalisme », Réseaux 111, 2002, pp. 23-55. - Maria Santos, L'élite journalistique et son pouvoir, Paris, Apogée, 2006. Mathien M., Les journalistes et le système médiatique, Paris, Hachette,1992. - Mathien M., Les journalistes, PUF, 1995. - Mathien M., Les journalistes. Histoire, pratiques et enjeux, Paris, ellipses, 2007. - Neveu E., Sociologie du journalisme, Paris: la Découverte, 2001. - Poyraz B., Haber ve haber programlarında ideoloji ve gerçeklik, İstanbul: Ütopya, 2002. - Ringoot R., Rochard Y, « Normes et usages des genres journalistiques », Mots, n°77, 2005. - Ruellan D., Les pro du journalisme, de l'état au statut, la construction d'un espace professionnel, PUR, 1997. - Schneidermann D., Du journalisme après Bourdieu, Paris: Fayard, 1999. - Véron É, Construire l'événement, Paris, Minuit, 1981.
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş + Gazeteciliğe sosyolojik yaklaşım
2	Meslek olarak gazetecilik: başlıca meslekler, eğitim alanının yapısı
3	Medyatik şirket, mesleki organizasyonlar, sayılar ve tespitler
4	Kendi bağlamlarında gazeteciler: toplumsal aidiyet, yarışma, çıkar çatışmaları, toplumsal yükselme, gazetecilik üslubu...

Hafta	Konu Başlıkları
5	Kaynaklarla ilişki: iktidar, stratejiler, etkileşim ve kaynakların profesyonelleşmesi
6	Kitleyle ilişki, interaktiflik, kitle sosyolojisi
7	Haber üretim koşulları (entelektüel teknikler: yazım kuralları, aç, yazım biçimleri, işin rasyonalizasyonu, karar süreçleri)
8	ARA SINAV
9	(Siyasi, ekonomik, vb.) İktidarlara ilişki: propaganda, işbirliği, sansür.
10	Çağdaş toplumlarda gazetecilerin rolleri (sosyopolitik yaklaşım)
11	Siyasi karar verme süreçlerinde medyanın rolü (gündem belirleme işlevi)
12	Gazetecilerin geleceği: internet ve yeni teknolojiler döneminde gazetecilik.
13	Araştırmaların sonuçları (sözlü sunumlar ve tartışmalar)
14	Araştırmaların sonuçları (sözlü sunumlar ve tartışmalar ve genel sonuç)

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU308	Veri Gazeteciliği	6	1	2	0	3	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	İngilizce
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Veri Gazeteciliği dersinin amacı, bu alanın temel aşamaları olan veri bulma, veri toplama, veri temizleme, veri analiz etme, veri görselleştirme sürecini pratik ve teorik olarak anlamak ve bilgi edinme hakkını kullanarak açık veri ilişkisini kavramaktır. Gelişen İnternet dünyasında veri gazeteciliğinin; bilgisayar destekli habercilik ve veri tabanlı haberciliğin bir sonucu olarak nasıl gelişiyor olduğunu, gazeteciliğin geleceği olarak haber merkezlerinde haberin daha etkin aktarılmasında nasıl güçlü bir rol üstlendiğini gelişen çevrim içi açık kaynaklar, araçlar ve tekniklerle öğretmektir.
İçerik	Veri Okuryazarlığının Önemi Veri Türleri Açık Veri, Verinin Açılma Yöntemleri ve Etik Veri Gazeteciliğinin Tanımı/Tarihi - Nereden Geldiği Dağıtık Verinin Tanımı, Verinin Doğruluğu Veri Formatlarını Tanıma ve Anlama Veri Nasıl Bulunur Veri Kaynakları ve Veri Tabanı Yönetimi Veri ile Hikaye Bulma - Nasıl Yapılır Veri Temizleme - Veri Nasıl Anlamlandırılır Veri Kazıma - Bir veri kaynağı olarak İnternet siteleri Veri Görselleştirme Araçlarına Giriş (Açık Kaynak) Konuya Göre Doğru Grafiği, Haritayı Seçme Temel İstatistik ve Excel'de Çalışma Pratikleri Bilgi Edinme Hakkı Talebi ve Açık Veri İlişkisi Kaynaklar ve Teknikler Sosyal Medya Veri Analizi /Kullanımı Dijital İçeriği Doğrulama

Kaynaklar	AVG http://www.avg.org.tr/yazilar/94-acik-veri-ve-veri-okuryazarligi-egitimleri%C2%A0herkesin-erisimine-acildi.html Data Journalism: Inside the global future http://www.slideshare.net/mrdamian/data-journalism-inside-the-global-future https://www.amazon.co.uk/d/Books/Data-Journalism-Inside-global-future-Tom-Felle/1845496639 Data Journalism: Mapping the Future http://www.abramis.co.uk/books/bookdetails.php?id=184549616 Scraping for Journalists https://leanpub.com/scrapingforjournalists NUMBERS IN THE NEWSROOM: USING MATH AND STATISTICS IN NEWS, SECOND EDITION, E-VERSION http://store.ire.org/products/numbers-in-the-newsroom-using-math-and-statistics-in-news-second-edition-e-version Open Data Institute / http://theodi.org/ School of Data / http://schoolofdata.org/ Getting Started with Data Journalism /Writing data stories in any size newsroom /by Claire Miller/https://leanpub.com/datajournalism Data Journalism HandBook /Edited by Jonathan Gray,Lilliona Bounegry and Lucy Chambers /http://datajournalismhandbook.org/ Data Journalism Heist /by Paul Bradshawhttps://leanpub.com/DataJournalismHeist Gazeteciliğin Geleceği:Veri Gazeteciliği-Pınar Dağ https://docs.google.com/document/d/1ueHNSvev8C5FRf9c-wwfoTrdbTLfrRPYakpphCOj2lg/edit Finding Stories in Spreadsheets https://leanpub.com/spreadsheetsstories
-----------	---

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Temel Veri Kavramları

Hafta	Konu Başlıkları
2	Veri Araştırma Teknikleri
3	Veri Temizleme
4	Veri Okuryazarlığı, Üst veri, Açık Veri
5	BEH'den Etkin Yararlanma Yöntemleri
6	Veri Gazetecisi Gibi Düşünmek
7	İyi/Kötü Veri Setleri Ne Demektir
8	Vize sınavı
9	Veri Analizi ve Yorumlama
10	Veri Görselleştirme Prensipleri
11	Veri Görselleştirme Uygulamaları
12	Veri Gazeteciliği için R ile Görselleştirme
13	Veri ile Hikaye Anlatma
14	Grup ve Solo Projelerin Sunumu

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP304	Kriz ve Risk İletişimi Yönetimi	6	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders öğrencilere kriz-risk-sorun yönetimi konularında temel bilgileri aktarmayı ve pratik kazandırmayı, aynı zamanda da eleştirel ve sistematik/analitik bakış açısını geliştirmeyi amaçlamaktadır.
İçerik	Kriz, risk ve sorun yönetimi / Kuramsal çerçeve ve kavramlar Kriz ve risk iletişimi yönetimi Kriz iletişimi stratejileri Örnek vaka analizleri Risk Toplumu Kuramı

Kaynaklar	Ders notları. BECK Ulrich, "Living in the World Risk Society", Hubhouse Memorial Public Lecture at LSE, 15 February 2006. BECK Ulrich, Risk Society: Towards a New Modernity, Çev. Mark Ritter, London: Sage Publications, 1992. COOMBS, Timothy W. ve HOLLADAY Sherry J. (ed.). The Handbook of Crisis Communication, Massachusetts, MA: Blackwell. DELAHAYE PAINE Katie. "How to Measure Your Results in Crisis", (2003), http://www.instituteforpr.com/pdf/HowtoMeasureYourResultsinaCrisis, KatieDelahayePaine2002.pdfIPR, 11.06.2006. GIDDENS Anthony, "Risk", BBC/Reith Lectures, Hong Kong, 1999. FUREDİ Frank, How Fear Works: Culture of Fear in the Twenty-First Century, London: Bloomsbury, 2018. GEORGE, Amiso M. ve PRATT, Cornelius B. (Eds.). Case Studies in Crisis Communication: International Perspectives on Hits and Misses, NY: Routledge, 2011. LERBINGER, Otto. The Crisis Manager: Facing Disasters, Conflicts and Failures, 2.Baskı, NY: Routledge, 2012. REGESTER, Michael ve LARKIN, Judy. Risk Issues and Crisis Management in Public Relations, 4th ed., London: Kogan Page, 2008. SELLNOW Timothy L. ve SEEGER, Matthew W. Theorizing Crisis Communication, UK: Wiley&Sons, 2013.
-----------	---

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
RPP312	Kurumsal İletişim	6	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste örgütsel iletişimin örgütün devamlılığı ve başarısı için önemi vurgulanarak örgütsel iletişim kanalları, araçları ve yöntemleri aktarılacaktır
İçerik	1. Hafta: Örgüt/ örgütsel iletişim kavram ve amaçları 2. Hafta: Örgüt kuramları 3. Hafta: Örgütlerde iletişim biçim ve araçları 4. Hafta: Örgütsel iletişim kanalları 5. Hafta: Kurum Kimliği/ Kurum İmajı 6. Hafta: Kurum Kültürü 7. Hafta: Ara sınav 8. Hafta: Kurumsal İtibar 9. Hafta: Liderlik ve İletişim 10. Hafta: İletişim Engel ve Bozuklukları 11. Hafta: Örnek ve Uygulamalar 12. Hafta: Örnek ve Uygulamalar 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, Media Cat Yayınları,1999. Beril Akıncı VURAL Kurum Kültürü, İletişim Yayınları, 2003. Cees B.M. Van RIEL, Principles of Corporate Communication, Prentice Hall, 1995. Peter STEIDL- Garry EMERY, Corporatelmage and Identitiy 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

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Örgüt/ örgütsel iletişim kavram ve amaçları
2	Örgüt kuramları
3	Örgütlerde iletişim biçim ve araçları
4	Örgütlerde iletişim biçim ve araçları
5	Kurum Kimliği/ Kurum İmajı
6	Kurum Kültürü
7	Ara sınav
8	Kurumsal İtibar
9	Liderlik ve İletişim
10	Liderlik ve İletişim
11	Örnek ve Uygulamalar
12	Örnek ve Uygulamalar
13	Örnek ve Uygulamalar
14	Örnek ve Uygulamalar

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP314	Pazarlama İlkeleri	6	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Pazarlama stratejik kararlarından 'Konumlandırma'nın tanımı verilecek ve rekabetçi avantaj yaratmadaki önemi açıklanacak; konumlandırma stratejileri ve uygulama alanları örnekler bazında açıklanacak; ürünün farklı düzeylerde tanımları verilecek ve ürünü oluşturan katmanlar detaylandırılarak açıklanacak; ürün hattı ve karması kararlarının stratejik önemi belirtilecek; ürün hayat döngüsü aşamaları örneklerle desteklenerek açıklanacak; ürün fiyatlandırma politikaları genel hatlarıyla tanımlanacak; dağıtım kanalları ve lojistiğin pazarlama kararlarındaki yeri ve önemi açıklanacak; rekabet stratejileri tanımlanacak.

İçerik	1. Hafta: Pazarlama Stratejik Karar Sürecinin 3. aşaması Konumlandırma'daki rekabetçi avantaj yaratmanın önemi. 2. Hafta: Konumlandırma stratejileri ve strateji seçme ve uygulama alanları. 3. Hafta: Ürünü farklı düzeylerde tanımlama ve katmanlar. 4. Hafta: Ürün klasifikasyonu, bireysel ürün kararları: 1) Ürün özellikleri. 5. Hafta: 2) Markalama ve stratejiler. 6. Hafta: 3) Ambalaj 4) Satış sonrası hizmet. 7. Hafta: Ara Sınav (vize). 8. Hafta: Ürün hattı ve ürün karması kararları. 9. Hafta: Hizmet pazarlaması ve özellikleri. 10. Hafta: Ürün hayat döngüsü stratejileri ve aşamaları I. 11. Hafta: Ürün hayat döngüsü stratejileri ve aşamaları II. 12. Hafta: Ürün fiyatlandırma politikaları. 13. Hafta: Dağıtım kanalları ve lojistik. 14. Hafta: Rekabet stratejileri.
Kaynaklar	Kotler, P., Armstrong, G. (17.Edition). Principles of Marketing, New Jersey: Prentice Hall. İlgili diğer güncel makale ve kitaplar.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	1. Hafta: Pazarlama Stratejik Karar Sürecinin 3. aşaması Konumlandırma'daki rekabetçi avantaj yaratmanın önemi.
2	2. Hafta: Konumlandırma stratejileri ve strateji seçme ve uygulama alanları.
3	3. Hafta: Ürünü farklı düzeylerde tanımlama ve katmanlar.
4	4. Hafta: Ürün klasifikasyonu, bireysel ürün kararları: 1) Ürün özellikleri.
5	5. Hafta: 2) Markalama ve stratejiler.
6	6. Hafta: 3) Ambalaj 4) Satış sonrası hizmet.
7	7. Hafta: Ara Sınav (vize).
8	8. Hafta: Ürün hattı ve ürün karması kararları.
9	9. Hafta: Hizmet pazarlaması ve özellikleri.
10	10. Hafta: Ürün hayat döngüsü stratejileri ve aşamaları I.
11	11. Hafta: Ürün hayat döngüsü stratejileri ve aşamaları II.
12	12. Hafta: Ürün fiyatlandırma politikaları.
13	13. Hafta: Dağıtım kanalları ve lojistik.
14	14. Hafta: Rekabet stratejileri.

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV314	Film ve Eleştiri Kuramları	6	2	1	0	2	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Dersin başlıca amacı, kurumsallaştığı ilk yıllardan günümüze sinemanın hem bir sanat dalı olarak kabul edilmesinde hem de toplumu etkileyen, onu dönüştüren bir araç olarak değerlendirilmesinde etkili olan kuramları öğrenmektir.
İçerik	1-Giriş : Kuramın anlamı, amacı 2- Yeni bir estetik form, yeni bir media? 3- Gerçekçilik sorunsalı 4- Psikanaliz ve sinema 5- Sinema, tarih, kültür: filmlerin tarihsel okumalarına yaklaşımlar 6- Auteur Kuramı 7- Feminist kuram ve Gender Studies 9- Yeni Sinema Tarihi
Kaynaklar	AUMONT Jacques, Les théories des cinéastes, Armand Colin Cinéma, Paris, 2005CASSETTI Francesco, Les théories du cinéma depuis 1945, Nathan Cinéma, Paris, Paris, 1999 AUMONT Jacques, BERGALA Alain, MARIE Marie, VERNET Marc, Esthétique du film : 120 ans de théorie et de cinéma, Broché, 2016 BRAUDY Leo, COHEN Marshall, Film Theory and Criticism, Oxford University Press, 2009 CORRIGAN Timothy, Film Eleştirisi El kitabı, Dipnot Yayınları, Ankara, 2007FERRO Marc, Cinéma et Histoire, Gallimard, Folio Histoire, Paris, 1993 DUDLEY Andrew, Concepts in Film Theory, 2008 ELSAESSER Thomas, Film Theory: An Introduction through the Senses, Routledge, 2015 FREDON Jean-Michel , La Critique de cinéma, Cahiers du cinéma, Petits Cahiers, 2008PREDAL René, LA Critique de cinéma, A.Colin 128, Paris, 2004 KRACAUER Siegfried, Théorie du film : La rédemption de la réalité matérielle, Flammarion, 2010 ÖZARSLAN Zeynep; Sinema Kuramları 1 ve 2, Su, 2019

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Film kuramlarına giriş
2	Yeni bir estetik form, yeni bir medya?: Hugo Munsterberg, Louis Delluc
3	Film gösterimi ve kuram çerçevesinde incelenmesi
4	Örnek film gösterimi ve kuram çerçevesinde incelenmesi / Metin çözümlemesi
5	Formalist Kuram
6	Metin çözümlemesi
7	Örnek film incelemesi ve metin çözümlemesi
8	İkinci Dünya Savaşı sonrası değişimler: Auteur Kuramı: Alexandre Astruc, François Truffaut, André Bazin
9	Örnek film gösterimi ve kuram çerçevesinde incelenmesi
10	Psikanaliz ve Aparatus kuramları: Sigmund Freud, Jacques Lacan, Cristian Metz, Jean Louis Baudry
11	Örnek film gösterimi ve kuram çerçevesinde incelenmesi
12	Feminist Kuramve Gender Studies: Laura Mulvey Tania Modlesky; Genevieve Sellier
13	Örnek film gösterimi ve kuram çerçevesinde incelenmesi
14	Yeni Sinema Tarihi Yaklaşımları ve Seyir Deneyimleri

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV316	Popüler Kültür, Medya ve Edebiyat	6	3	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Popüler kültürü tarihsel, kültürel ve ekonomik ve politik boyutlarıyla ele almak.
İçerik	1. Hafta Dersin genel çerçevesinin çizilmesi 2. Hafta Kapitalist sistemde kültürün yapısal özellikleri 3. Hafta Tüketim toplumunda tüketim davranışlarının nasıl yönlendirildiği 4. Hafta Post-modernliğin kültürel özellikleri 5. Hafta Post-modern toplumlarda kamusal alanın çöküşü 6. Hafta Kültürün yeniden üretim süreçleri 7. Hafta Vize sınavı 8. Hafta Moda, kültür ve kimlik 9. Hafta Popüler kültüre kültürel çalışmaların yaklaşımı 10. Hafta 1980'lerde Türkiye'de popüler kültür 11. Hafta Popüler edebiyatta endişe 12. Dersin genel değerlendirmesi
Kaynaklar	Ali Akay, Kapitalizm ve Pop Kültürü Philip Goodchild, Deleuze ve Guattari Arzu Politikasına Giriş David Harvey, Postmodernliğin Durumu Richard Sennett, Kamusal İnsanın Çöküşü Fred Davis, Moda, Kültür ve Kimlik David Rowe, Popüler Kültürler Nurdan Gürbilek, Vitrinde Yaşamak Nurdan Gürbilek, Kör Ayna Kayıp Şark Ahmet Oktay, Türkiye'de Popüler Kültür

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin genel çerçevesinin çizilmesi
2	Kapitalist sistemde kültürün yapısal özellikleri
3	Tüketim toplumunda tüketim davranışlarının nasıl yönlendirildiği
4	Post-modernliğin kültürel özellikleri
5	Post-modern toplumlarda kamusal alanın çöküşü
6	Kültürün yeniden üretim süreçleri
7	Vize
8	Moda, kültür ve kimlik
9	Popüler kültüre kültürel çalışmaların yaklaşımı
10	1980'lerde Türkiye'de popüler kültür

Hafta	Konu Başlıkları
11	Dersin genel değerlendirmesi
12	Proje atölyesi
13	Proje atölyesi
14	Final

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM316	Reklamda Yaratıcılık	6	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Tüketim, haz, zaman, ahlak ve sorumluluk, arzu, mutluluk, dil, sanat, insan emeği, adalet gibi temel kavramları felsefi açıdan incelemek. Pazarlama tarihine kısa göndermeler yaparak; otomobil, sabun ve ilaç sektörlerinde lider markaların ortaya çıkış koşullarını kavramak. Reklam, pazarlama ve yaratıcı düşünce ilişkilerine bakmak. Firmaların, yaratıcı pazarlama ve reklam fikirleri ile nasıl kalıcı markalar çıkarabildiklerini örneklerle ortaya koymak. Yaratıcı beyin, yaratıcı düşünce, teknikler ve kuralları hatırlatmak. Dijital dönüşümü tartışırken yeni pazarlama iletişim tekniklerini vurgulamak. Kitle iletişiminin yeni boyutları ve pazarlamanın 21. Yüzyılda evrilebileceği noktaları tartışmak.
İçerik	Bu derste, pazarlama, yaratıcılık, reklam ve dijital iletişim alanlarındaki kavram ve uygulamalar, başarılı / başarısız örnekler aracılığı ile ele alınacaktır.

Kaynaklar	-David Ogilvy , Confession of an Advertising Man , 2011 South Bank publishing (1963'te yapılmış birinci baskının yazar tarafından revize edilmiş hali). -Marcel Bleustein -Blanchet , İkna Hırsı , Bir Fransız reklamcının anıları , çev: Cüneyt Akalın ,Yorum Ajans yayınları ,1995. -Jim Aitchison , Basın İlanı Böyle Yapılır , çev: Serkan Balak, Okuyan Us yayınları, 2006. -Pat Fallon, Fred Senn , Portakalı Sıkma, çev: Ümit Şensoy , Optimist yayınları , 2007. -Robert Heath , Bilinçaltımdaki Reklamlar , reklamlar bizi nasıl etkiler? Çev: Emrah Bilge, MediaCat kitapları , 2013. -How To Be More Creative , David Edwards ,Occasional Productions,1996. -Claude Hopkins , Reklamcılık Yaşamım & Bilimsel Reklamcılık , Yapı Kredi yayınları ,1996. -Al Ries , Jack Trout , Marketing Warfare, 20.th Anniversary edition , McGraw-Hill ,2006. -Gilles Lipovetsky , Le Bonheur Paradoxal , Gallimard, col: Folio essais,2006. -Thierry Maillet , Le Marketing et son histoire , ou le mythe de sisyphé réinventé , Pocket,2010. - Jean Marie Dru , La publicité autrement, Gallimard, Le Débat , 2007. - Richard Susskind , Daniel Susskind, The future of the professions , How technology will transform the work of human experts , Oxford University Press 2015. - Dominique Cardon , A quoi revent les algorithmes ,Nos vies a l'heure des big data , Seuil , République des idées, 2015 - Philippe Jourdan , Valérie Jourdan , Jean-Claude Pacitto Le Marketing de la Grenouille , Nouvelle strategies des marques pour nouveaux consommateurs , Editions Kawa 2017. - Giles Lipovetsky, Plaire et Toucher , essai sur la société de seduction , Gallimard 2017. - Jean-Marie Dru, NEW, 15 approches disruptives de l'innovation, Pearson, 2016. - John Hegarty , Hegarty On Advertising , Thames &Hudson 2017, Turning intelligence into magic. - Celil Oker , Genç Yazarlar için hikaye Anlatıcılığı Kılavuzu , Altın Kitaplar 2018 . Biraz farklı sulara açılmak için: - Walter Benjamin, Sur le Concept de l'Histoire, Petite Bibliothèque de Payot,2013. -Karl Jaspers , La Culpabilité Allemande , Les Éditions de Minuit , col: arguments, 1990. Max Horkheimer – Theodor W.Adorno , La Dialectique de la Raison , fragments philosophiques, ilk baskı 1944 NewYork , 1974 pour la traduction Française , Gallimard , 1974. - Le Temps des Magiciens , 1919 -1929 l'invention de la pensée moderne , Wolfram Ellenberger , 2019. -Benjamin,Barthes ve Fotoğrafın Tekilliği , Kathrin Yacavone ,çev: Simber Atay ve MelihTumen ,Hayalperest Yayınları 2015. -Michel Bourse , Halime Yücel, İletişim Bilimlerinin Serüveni , Ayrıntı yayınları, Schola Ayrıntı dizisi, 2012. -Richard Appignanesi, Chris Garratt, Post-Modernism İcon Books Limited, 2013 -Catherine Dedieu, Christine Removille , Métamorphoses du Marketing , Economica , 2012. -Philip Kotler , Marketing 4.0 , Le Passage au Digital , De Boeck supérieur , 2017 -Atilla Aksoy , Yeni Reklamcılık , İstanbul Bilgi Üniversitesi yayınları,2005. -Guilano da Empoli, Les Ingénieurs du Chaos , Ed. JCLattés, 2019. -Anti bible du marketing et du management , 30 principes fondamentaux a l'épreuve des faits, Paul Millier , Pearson Education , France , 2007 - Gerald Bronner , Apocalypse cognitive , PUF , 2021 - Jean Marc Bally , Xavier Desmaison , Comment la Silicone Valley a gagné la guerre de marketing , Harmann , 2020 -Cynthia Fleury, Les irremplaçables, essais folio, Gallimard,2015
-----------	---

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Giriş Dersi – Dersin yapısının anlatılması ve kuralların bildirilmesi

Hafta	Konu Başlıkları
2	Toplumsal değişim, tüketim, yaşam tarzı, hız ve zaman
3	Günümüz pazarlama ve reklam dünyasını kavramaya yönelik temel kavramlar üstüne felsefe
4	Prometeus'tan Dionisos'a... Sanayi devrimi / Tüketim ve İletişim Devrimi / Dijital dönüşüm
5	Klasik pazarlama ve reklam teorileri
6	Pazarlama, tüketim ve tasarım tarihi
7	Ara sınav hazırlık
8	Ara sınav
9	Yeni pazarlama ve reklam teorileri
10	Yaratıcı düşünce: kişisel yaratıcılık, pazarlama ve reklamda yaratıcılık
11	Reklam ve zihnimiz: Reklam nasıl etkili olur?
12	Dijital dünya: algoritmaların hayali nedir? & Dijital dünyada yaratıcı olmak...
13	Bir ajans, bir influencer neler anlataca?
14	Final hazırlık

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM318	Kamuoyu Araştırmaları	6	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı araştırma yöntemlerini genel hatlarıyla aktararak, niceliksel ve niteliksel araştırma tekniklerinin kullanım alanları, hazırlanma süreçleri ve uygulanmaları (sahası), sonuçlarının değerlendirilmesi ve yorumlanması konuları üzerinde yoğunlaşmaktır. Belirtilen amaç doğrultusunda öğrencilerin seçtikleri bir konuda soru formu/görüşme kılavuzu tasarımları ve sahada uygulamaları, tamamlayıcı bir çalışma olarak ders kapsamındadır.

İçerik	1. hafta: Tanışma ve dersin genel çerçevesinin sunumu 2. hafta: Temel kavramlar ve tanımlar (Veri, kamuoyu araştırması, araştırma yöntemi vb.) 3. hafta: Farklı araştırma türleri ve kimler tarafından ne amaçla ve nasıl kullanıldıkları; araştırmanın kısa tarihçesi 4. hafta: Bir araştırmanın akışı (evreleri) 5. hafta: Niteliksel yöntem kapsamındaki araştırma teknikleri 6. hafta: Araştırma sonuçlarının değerlendirilmesi ve okunması (araştırma okur-yazarlığı) 7. hafta: Vize sınavı 8. hafta: Örneklem teknikleri Uygulama çalışmasının tanımlanması, konu seçimi ve dağıtımı; zaman planının belirlenmesi 9. hafta: Öğrencilerin masabaşı çalışmaları, okumaları; görüşme kılavuzlarının oluşturulması, örneklem belirlenmesi 10. hafta: Araştırmacı konuk 11. hafta: Derinlemesine görüşme dökümlerinin değerlendirilmesi Öğrencilerin araştırma konularına göre örneklem değişkenlerini belirlemeleri 12. hafta: Öğrencilerin oluşturdukları soru formları üzerinde çalışma 13. hafta: Pilot araştırma 14. hafta: Soru formlarına son hallerinin verilmesi ve saha araştırması
Kaynaklar	- Ders notları - Pierre Bourdieu, L'Opinion Publique N'Existe Pas, Questions de Sociologie, Paris : Editions de minuit, 1985, 222-235.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma ve dersin genel çerçevesinin sunumu
2	Temel kavramlar ve tanımlar (Veri, kamuoyu araştırması, araştırma yöntemi vb.)
3	Farklı araştırma türleri ve kimler tarafından ne amaçla ve nasıl kullanıldıkları; araştırmanın kısa tarihçesi
4	Bir araştırmanın akışı (evreleri)
5	Niteliksel yöntem kapsamındaki araştırma teknikleri
6	Araştırma sonuçlarının değerlendirilmesi ve okunması (araştırma okur-yazarlığı)
7	Vize sınavı
8	Örneklem teknikleri; Uygulama çalışmasının tanımlanması, konu seçimi ve dağıtımı; zaman planının belirlenmesi
9	Öğrencilerin masabaşı çalışmaları, okumaları; görüşme kılavuzlarının oluşturulması, örneklem belirlenmesi
10	Araştırmacı konuk
11	Derinlemesine görüşme dökümlerinin değerlendirilmesi: Öğrencilerin araştırma konularına göre örneklem değişkenlerini belirlemeleri
12	Öğrencilerin oluşturdukları soru formları üzerinde çalışma
13	Pilot araştırma
14	Soru formlarına son hallerinin verilmesi ve saha araştırması

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM320	Belgesel Sanatlar	6	2	1	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	İngilizce
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders, uygulama temelli bir yaklaşımla, görsel-işitsel sanatlarda belgesel ifadeyi çeşitli medya formatlarında ele almayı amaçlamaktadır. .
İçerik	Belgesel film, fotoğraf, ses çalışmaları ve performans sanatı arasındaki etkileşimlere odaklanan öğrenciler, mevcut beceri setleriyle özgün yaklaşımlar denemeye yönlendirilecektir. Bu ders, aynı zamanda, belgesel temsil biçimleri üzerine dikkatli ve yoğun okumalar içermektedir. Derste önerilecek görsel-işitsel içeriği dinlemek/izlemek için önemli miktarda ders hazırlık süresi ayrılmalıdır.
Kaynaklar	Bondebjerg, Ib. 2014 Documentary and Cognitive Theory: Narrative, Emotion and Memory. Media and Communication 2: 13-22, Bruzzi, Stella: New Documentary. Second Edition, 2006 Novak D. and Sakakeeny M. (eds.) 2015. Keywords in Sound. Durham and London: Duke UniversityPress. Nichols, Bill: Introduction to Documentary. Second Edition, 2010 Wang, C., & Burris, M. A. (1997). Photovoice: Concept, Methodology, and Use for Participatory Needs Assessment. Health Education & Behavior, 24(3), 369-387. https://doi.org/10.1177/109019819702400309

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Derse giriş
2	Sanat ve Gündelik Yaşam I
3	Sanat ve Gündelik Yaşam II
4	Belgesel Film Estetiği
5	Belgesel Temsil Modları
6	Duyusal Etkileşimler: Ses Üzerine
7	Duyusal Etkileşimler: Fotoğraf Üzerine
8	Sözlü Tarih
9	Otobiyografik Belgesel
10	Fotoses Uygulaması
11	Fotoses Uygulaması
12	Sinestezi/Görsel Müzik
13	Proje Sunumları
14	Proje Sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM346	Kurgu Atölyesi	6	2	1	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Güz döneminde okutulan Kurguya Giriş dersinde edinilen temel bilgilerin uygulanması amacına yönelik olarak, bu ders bir film yapım atölyesi şeklinde yapılır.
İçerik	GSÜ sınırları içinde kalmak koşuluyla; her öğrencinin kısa bir senaryo yazması ve bunu öncelikle kağıt üzerinde çekmesi istenir. Daha sonra seçilen projelerden bazıları filme çekilir. Sınıfça birlikte gerçekleştirilen uygulama çalışması, 7. ve 8. dönemlerde seçilecek olan ve kişisel yapım süreçleriyle ilerleyecek olan Film Yapımı derslerinin bir eskizi niteliğindedir.
Kaynaklar	Sinemada Görüntü Kurgusu (A.G. Sokolov) Antrakt Sinema Kitapları Film Dilinin Grameri 1-2-3 (Daniel Arijon) Es Yayınları Video Editing (Steven E. Browne)

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Geniş anlamda kurgunun tanımlanması,
2	Sinema dilinin kuralları, Kısa filmin yapısal özellikleri, aksiyon çizgisi (180 derece kuralı), geçmiş dönem örnekleri,
3	Kısa film önerilerinin değerlendirilmesi,
4	Non-linear (doğrusal olmayan) kurgu sisteminin tanıtımı ve kullanımı,
5	Yazılan senaryo önerilerinin değerlendirilmesi,
6	Senaryoların pişirilmesi,
7	Ara sınav (ödev teslimi),
8	Sınav haftası II,
9	Çekim senaryosu yazımı,
10	Storyboard ve kroki (mizansen plan) uygulamaları,
11	Ortak çalışma için proje belirlenmesi,
12	Seçilen kısa film örneklerinin video filme çekilmesi,
13	Çekilen filmlerin kurgusu ve seslendirilmesi,
14	Değerlendirme.

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM360	Dijital Yayıncılık Platformları	6	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
----------	--

Derse Kabul Koşulları	
Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Dijital Yayıncılık Platformları dersinin odağı dijital televizyonculuktur. 2016 yılının ilk aylarında Netflix ve hemen ardından blutv'nin yayın hayatına başlamasıyla hızlıca yaşamımızın parçası hâline gelen dijital televizyonculuğun etraflıca inceleneceği bu ders; blutv'nin kuruluşundan yatırım aldığı güne dek yöneticileri arasında yer alan, bugünlerde ortağı olduğu Inter Yapım ile GAIN'e Dengeler - Biri Olmak dizisini üreten Sarp Kalfaoğlu tarafından verilmektedir. Ders, dijital televizyonculuğun hikâyesini; varlığının gerekçesini, yapısını ve muhtemel geleceğini teori ve pratiğiyle incelemeyi, anlamlandırmayı amaçlamaktadır.
İçerik	Bu ders kapsamında dijital televizyon tarihi, türleri, gelir modelleri, içerik ve pazarlama stratejileri sektörden konuklarla işlenecek; set ziyaretleri yapılacak, dijital televizyona üretimin safhaları analiz edilecektir.
Kaynaklar	1. Landau, N. (2016). TV outside the box: Trailblazing in the new Golden Age of Television. Focal Press. 2. Melvoin, J. (2023). Running the Show: Television from the Inside. Applause. 3. Ünal, Z. & Sağlam, K. (2016). Bir Filmin Serüveni. Mithat Alam Film Merkezi Sinema Seminerleri (2. Cilt). İthaki Yayınları.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Tanışma ve Dönem Boyunca İşlenecek Konuların Genel Özeti
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM364	Uluslararası İlişkiler	6	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
----------	--

Derse Kabul Koşulları	
Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	L'objectif de ce cours est de familiariser les étudiants à l'étude des relations internationales. Le professeur vise à préparer les étudiants à la suite de leurs études en présentant les concepts fondamentaux, les approches théoriques, les outils d'analyse des relations internationales en tenant compte de leurs liens avec l'évolution de l'histoire politique.
İçerik	Il s'agira plus particulièrement d'acquérir des connaissances de base sur un certain nombre des phénomènes autour desquels s'organisent des efforts de compréhension de la réalité politique internationale. Sur la base de ce cadre méthodologique, le cours s'oriente vers l'analyse du système international et le rôle des acteurs étatiques et non-étatiques. Le cours est dispensé en français, les lectures sont en français et en anglais.
Kaynaklar	JACKSON Robert and George SORENSEN, Introduction to international relations, New York, Oxford University Press, 1999 LECLER Romain, Sociologie de la mondialisation, Paris, La Découverte, 2013 MACLEOD Alex, Evelyne Dufault, F. Guillaume Dufour... [et al.], Relations internationales : Théories et concepts, Outremont (Québec), Athéna, 2008 ROCHE Jean-Jacques, Théorie des relations internationales, 7e édition, Paris, Montchrestien, Cléfs Politique, 2008 ROCHE Jean-Jacques, Relations Internationales, 4e édition, Paris, LGDJ, 2009 SMOUTS Marie-Claude, Dario BATTISTELLA, Pascal VENNESSON, Dictionnaire des relations internationales, Paris, Dalloz, 2006 SÖNMEZOĞLU Faruk (Ed.), Uluslararası İlişkiler Sözlüğü, İstanbul, Der Yayınları, 2017 SÖNMEZOĞLU Faruk, Uluslararası İlişkilere Giriş, İstanbul, Der Yayınları, 2006 SUR Serge, Relations internationales, 5e édition, Paris, Montchrestien, 2009 VIOTTI, Paul R. ; Mark V. Kauppi, (Traduit par Ayşe Özbay Erozan), Uluslararası İlişkiler ve Dünya Siyaseti, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 2014 Périodiques : Le courrier international (Réveil Courrier international, Application disponible sur Google Play-App Store) Politique étrangère - de l'IFRI (Institut français des relations internationales) La revue internationale et stratégique - de l'IRIS (Institut des relations internationales et stratégiques) Questions internationales – de la Documentation française Le Monde Diplomatique Radio France Internationale (RFI) (Application disponible sur Google Play-App Store)

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Présentation du cours
2	Introduction : Pourquoi étudier les relations internationales ? Que signifient des concepts tels que la politique internationale, la politique étrangère ?
3	La généalogie des théories des relations internationales, les origines historiques et l'impact du monde contemporain sur l'émergence d'une discipline avec ses difficultés méthodologiques, surtout par rapport à la science politique.
4	Les écoles et analyses contemporaines
5	L'analyse de la méthodologie des relations internationales en fonction des grands débats théoriques
6	Théories des relations internationales
7	Le problème de niveau d'analyse dans les relations internationales
8	Examen Partiel
9	Les acteurs étatiques
10	Les acteurs non-étatiques : les firmes multinationales (FMN), les organisations non-gouvernementales (ONG), les individus
11	Les déterminants et les modalités de la politique étrangère
12	Les moyens de la politique étrangère
13	Les organisations internationales
14	L'analyse du système international ; la bipolarité, la multipolarité

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM370	Reklam Kampanyaları Analizi	6	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı vaka analizleriyle öğrencilere reklam kampanyalarının çeşitli açılardan nasıl analiz edilebileceği konusunda bilgi kazandırmaktır.

İçerik	Reklam kampanyaları analizinde yöntemler Vaka analizleri 1. Hafta: Başarılı bir reklam kampanyasının ilkeleri 2. Hafta: Reklam kampanyaları analizinde farklı yöntemler (1) 3. Hafta: Reklam kampanyaları analizinde farklı yöntemler (2) 4. Hafta: Hedef kitleye açısından reklam kampanyaları analizleri 5. Hafta: Reklam kampanyalarında görsel ikna 6. Hafta: Reklamda mizah kullanımının etkileri 7. Hafta: Günümüz reklam kampanyalarında temel izlekler 8. Hafta: Konumlandırma açısından analiz 9. Hafta: USP kullanılan reklam kampanyaları analizi 10. Hafta: Marka imajı açısından reklam kampanyaları analizi 11. Hafta: sunum 12. Hafta: sunum 13. Hafta: sunum 14. Hafta: sunum
Kaynaklar	Ders notları, reklam filmleri ve dokümanları Paul Rutherford,. Yeni İkonalar, Çev.Mustafa K. Gerçeker, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1996. Judith Williamson. Reklamların Dili: Reklamlarda Anlam ve İdeoloji, Çev: Ahmet Fethi, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2001. John Tomlinson. Kültürel Emperyalizm, Çev. Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1999

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Başarılı bir reklam kampanyasının ilkeleri
2	Reklam kampanyaları analizinde farklı yöntemler
3	Reklam kampanyaları analizinde farklı yöntemler
4	Hedef kitleye açısından reklam kampanyaları analizleri
5	Reklam kampanyalarında görsel ikna
6	Reklamda mizah kullanımının etkileri
7	Günümüz reklam kampanyalarında temel izlekler
8	Konumlandırma açısından analiz
9	USP kullanılan reklam kampanyaları analizi
10	Marka imajı açısından reklam kampanyaları analizi
11	Öğrenci sunumları
12	Öğrenci sunumları

Hafta	Konu Başlıkları
13	Öğrenci sunumları
14	Öğrenci sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM374	Stratejik İletişimde Yapay Zekâ Uygulamaları	6	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

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

Teori Konu Başlıkları

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

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM406	Bitirme Projesi II	8	2	0	0	2	5

Ön Koşul	COM405 - BITİRME PROJESİ I
Derse Kabul Koşulları	COM405 - BITİRME PROJESİ I

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Zorunlu
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders kapsamında öğrencilerin özgün bir araştırma gerçekleştirmeleri amaçlanmaktadır.
İçerik	Bu ders kapsamında özgün bir akademik araştırmanın araştırma sorularını oluşturmak, belirlenen sorunsal kapsamında hipotezlerin belirlenmesi, ve araştırma yönteminin belirlenmesi, literatür taraması yapılması gibi konular ele alınacaktır.
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Danışman görüşmesi

Hafta	Konu Başlıkları
2	Danışman görüşmesi
3	Danışman görüşmesi
4	Danışman görüşmesi
5	Danışman görüşmesi
6	Danışman görüşmesi
7	Danışman görüşmesi
8	Vize sınavı
9	Danışman görüşmesi
10	Danışman görüşmesi
11	Danışman görüşmesi
12	Danışman görüşmesi
13	Danışman görüşmesi
14	Final

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU412	Gazetecilik Uygulamaları II	8	2	2	0	4	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Fransızca
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	
İçerik	
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

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

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU414	Medya Sektöründe Çalışma İlişkileri ve Örgütlenme	8	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Amaç: Medya sektörü diğer sektörlerden farklı olarak farklı bir iş kanununa tabi olup, çalışma ilişkilerinde de düzenlemeler ve uygulamalar temelinde farklılık göstermektedir. Bu derste medya sektörünün tabi olduğu düzenlemeler incelenecek, bu düzenlemelerin sonuçları ve varolan uygulamalar tartışılacak, çalışma ilişkileri alanındaki örgütlenmeler, varolan örgütlerin tarihsel süreçleri de dikkate alınarak, analiz edilecektir.
İçerik	• Çalışma İlişkileri nedir, tarihsel arka plan • Türkiye'de medya sektöründe çalışma ilişkilerinin Tarihçesi • Gazeteciliğin Tanımı ve İlgili Yasalar ve Yönetmelikler • Basın İş Kanunu - Tarafların Borç ve Yükümlülükleri - 11 Mart 2015 • Basın İş Kanunu – İşin Düzenlenmesi ve Sözleşmenin Sona Ermesi • Basın İş Kanunu ve İş Kanunu Karşılaştırması • Yeni medyada çalışma ilişkileri • Gazetecilerin Çalışma İlişkilerindeki Temel Sorunları - Siyasal ve Yasal Sorunlar • Gazetecilerin Çalışma İlişkilerindeki Temel Sorunları - Mülkiyet Yapısından Kaynaklanan Sorunlar - 22 Nisan 2015 • Basında Sendikal Örgütlenme • Yeni Teknolojiler ve örgütlenme • Gazeteci Örgütleri • Özdenetim Örgütleri
Kaynaklar	Kaynaklar ders işleyişi sırasında erişime açılacaktır.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Türkiye'de medya sektöründe çalışma ilişkilerinin Tarihçesi
2	Gazetecilerin Çalışma İlişkilerindeki Temel Sorunları - Mülkiyet Yapısından Kaynaklanan Sorunlar
3	Türkiye'de medya sektöründe çalışma ilişkilerinin tarihçesi
4	Gazeteciliğin Tanımı ve İlgili Yasalar ve Yönetmelikler
5	Basın İş Kanunu - Tarafların Borç ve Yükümlülükleri
6	Basın İş Kanunu – İşin Düzenlenmesi ve Sözleşmenin Sona Ermesi
7	Basın İş Kanunu ve İş Kanunu Karşılaştırması
8	Ara Sınav
9	Gazetecilerin Çalışma İlişkilerindeki Temel Sorunları - Siyasal ve Yasal Sorunlar

Hafta	Konu Başlıkları
10	Gazetecilerin Çalışma İlişkilerindeki Temel Sorunları - Mülkiyet Yapısından Kaynaklanan Sorunlar
11	Basında Sendikal Örgütlenme
12	Yeni medyada çalışma ilişkileri ve örgütlenme
13	Sunumlar
14	Sunumlar

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP414	Marka Yönetimi	8	2	0	0	2	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	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, 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.
9	9. Hafta: Stratejik marka analizi için vaka'lar
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
RPP482	Reklam Kampanyaları Tasarımı	8	4	0	0	4	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilerin daha önce edindikleri bilgileri uygulamaya koyarak bir reklam kampanyası hazırlamalarıdır.
İçerik	Reklam kampanyasının evreleri, brief yazma ve debrief, tüketici araştırmaları, strateji geliştirme ve uygulama, yaratıcı strateji geliştirme ve yaratıcı çalışma.

Kaynaklar	Avery, Jim&Yount, Debbie. (2015). Advertising Campaign Planning: Developing an Advertising-Based Marketing Plan. Melvin & Leigh, Publishers; 5th edition Kocabaş, Füsün. & Elden, Müge. (1997). Reklam ve Yaratıcı Strateji, İstanbul, Yayınevi yayıncılık. Kumar, V., R. Rajkumar and W. Reinartz. 2006. Knowing what to sell, when, and to whom. Harvard Business Review (March): 131-137. Meyer, C. and A. Schwager. 2007. Understanding customer experience. Harvard Business Review (February): 116-126. Reinartz, W. and P. Saffert. 2013. Creativity in advertising: When it works and when it doesn't. Harvard Business Review (June): 106-112.
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Derse giriş
2	Araştırma teknikleri atölyesi 1
3	Araştırma teknikleri atölyesi -2
4	Kampanya brief'inin ve masabaşı çalışmaların değerlendirilmesi
5	Araştırma çalışmalarının izlenmesi
6	Araştırma çalışmalarının izlenmesi
7	VİZE
8	Stratejik planlama atölyesi -1
9	Stratejik planlama atölyesi -2
10	Stratejik planlama çalışmalarının izlenmesi
11	Stratejik planlama çalışmalarının izlenmesi
12	Yaratıcı çalışma atölyesi - 1
13	Yaratıcı çalışma atölyesi - 2
14	Kampanya Sunumlarının Değerlendirmesi

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV404	Film Endüstrileri	8	3	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Dersin amacı, Türkiye ve dünyadaki örnekleriyle film endüstrilerinin işleyiş biçimleri ve modellerinin incelenmesidir. Bu doğrultuda, endüstriyel sürecin edimcileri, katma değer üretim modelleri ve sorunlu alanlarının tanıtılmasının yanı sıra, film endüstrileri ile sanatsal ve kültürel özellikler arasındaki ilişkilerin irdelenmesi de dersin kapsamındadır.

İçerik	1. hafta: Film endüstrileri tanım ve alanlar 2. hafta: Ulusal bir “ürün” olarak film 3. hafta: Üretim (yapım), dağıtım ve tüketim özellikleri 4. hafta: İş modelleri ve endüstriyel ilişkiler 5. hafta: Pazar ve çalışma koşulları 6. hafta: Meslek örgütleri ve yapılanma biçimleri 7. hafta: Film izleme pratikleri ve izleyici sosyolojileri 8. hafta: Film endüstrilerine destek politikaları: ulusal kamu destekleri (Fransa CNC modeli ve Türkiye’deki destek mekanizmaları) 9. hafta: Bölgesel kamu destekleri: Eurimages 10. hafta: Özel sektör destekleri: televizyon, reklam ve sponsorluk 11. hafta: Film endüstrilerinin kültürel, biçimsel, estetik yansımaları: dünya sinemalarından örnekler (Avrupa ve ABD sinemaları) 12. hafta: Film endüstrilerinin kültürel, biçimsel, estetik yansımaları: dünya sinemalarından örnekler (Avrupa ve ABD dışı sinemalar) 13. hafta: Film endüstrilerinin kültürel, biçimsel, estetik yansımaları: dünya sinemalarından örnekler (Avrupa ve ABD dışı sinemalar) 14. hafta: Film endüstrilerinin kültürel, biçimsel, estetik yansımaları: Türkiye sineması
Kaynaklar	CRETON Laurent Cinéma et Marché, Armand Colin, Paris, 1997 CRETON Laurent L'économie du cinéma, Armand Colin, Paris, 2005 BENGHOZI Jean-Pierre, Le cinéma entre l'art et l'argent, L'Harmattan, Paris, 1989 FARCHY Joelle, La fin de l'exception culturelle ?, FERRO Marc, Cinéma et Histoire, Gallimard, Folio Histoire, Paris, 1993 CASSETTI Francesco, Les théories du cinéma depuis 1945, Nathan Cinéma, Paris, Paris, 1999 HILL John and CHURCH GINSON Pamela (ed. by), World Cinema, Oxford University Press, 2000 HILL John and CHURCH GINSON Pamela (ed. by), American Cinema and Hollywood, Oxford University Press, 2000 POUCET Anne Marie (sous la dir. de), Yeşilçam. L'âge d'or du cinéma turc, Festival International du Film d'Amiens, 2009 KIREL Serpil, Yeşilçam Öykü Sineması, Babil Yayınları, İstanbul, 2005 SCOGNAMILLO Giovanni, Dünya Film Endüstrileri, Sel Yayınları,

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Film endüstrileri tanım ve alanlar
2	Ulusal bir “ürün” olarak film
3	Üretim (yapım), dağıtım ve tüketim özellikleri
4	İş modelleri ve endüstriyel ilişkiler
5	Pazar ve çalışma koşulları
6	Meslek örgütleri ve yapılanma biçimleri
7	Film izleme pratikleri ve izleyici sosyolojileri
8	Film endüstrilerine destek politikaları: ulusal kamu destekleri (Fransa CNC modeli ve Türkiye’deki destek mekanizmaları)
9	Bölgesel kamu destekleri: Eurimages
10	Özel sektör destekleri: televizyon, reklam ve sponsorluk
11	Film endüstrilerinin kültürel, biçimsel, estetik yansımaları: dünya sinemalarından örnekler (Avrupa ve ABD sinemaları)
12	Film endüstrilerinin kültürel, biçimsel, estetik yansımaları: dünya sinemalarından örnekler (Avrupa ve ABD dışı sinemalar)
13	Film endüstrilerinin kültürel, biçimsel, estetik yansımaları: dünya sinemalarından örnekler (Avrupa ve ABD dışı sinemalar)

Hafta	Konu Başlıkları
14	Film endüstrilerinin kültürel, biçimsel, estetik yansımaları: Türkiye sineması

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
CTV408	Film, Kültür, Kimlik	8	3	0	0	3	5

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste kültür ve kimlik kavramlarının sinema ile ilişkisinin ve etkileşiminin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç kapsamında kültür ve kimliği biçimlendiren ve yeniden yapılanmasını, dönüşümünü ve değişimini etkileyen göç ve göçmenlik kavramalarının sinemaya yansımaları da ele alınacaktır. Bu amaçlar doğrultusunda Jean Michel Frodon'un ulusal sinema, Benedict Anderson'un hayali cemaatler, Hamid Naficy'nin aksanlı sinema, Edward Said'in oryantalizm kavramları kuramsal izlek olarak kullanılacaktır.
İçerik	1. Hafta: Dersin tanıtımı, genel giriş ve temel kavramlar 2. Hafta: Sinemada ulusallık tartışmaları, ulusal kültür ve sinema ilişkisi 3. Hafta: Sinema ve göç ilişkisi, örnek film gösterimi 4. Hafta: Ulusşırı sinemalar 5. Hafta: Sinemada melezlik ve aksanlı sinemacılar 6. Hafta: Örnek film ve çözümlemesi 7. Hafta: Vize 8. Hafta: Sinemada kimlik temsilleri, toplumsal cinsiyet ve sinema 9. Hafta: Örnek film ve çözümlemesi 10. Hafta: Bir melez sinema örneği olarak "kara film" 11. Hafta: Örnek Film ve İncelemesi 12. Hafta: Oryantalizm ve Sinema 13. Hafta: Örnek Film ve İncelemesi 14. Hafta: Genel değerlendirme
Kaynaklar	Anderson Benedict, Hayali Cemaatler, Çev.İskender Savaşır, İstanbul : Metis Yayınları, 2004.Saïd Edward W., Orientalism, Harmondsworth : Penguin Books, 1978. Frodon Jean-Michel, La projection nationale : cinéma et nation, Paris : Editions Odile Jacob, 1998. Crofts Stephen « Reconceptualising National Cinema(s) » dans Alan Williams (ed.), Film and Nationalism, Rutgers:The State University Press,2002.Higson Andrew, « The Limiting İmagination of National Cinema » dans Mette Hjort, Scott Mackenzie (eds.), Cinema and nation, London, NY : Routledge, 2002. Barnier Martin, « Identite nationale des versions multiples », Positif, juin 2004. Naficy Hamid, An Accented Cinema: Exilic and Diasporic Filmmaking, Princeton: Princeton University Press, 2001. Yaren Özgür, Altyazılı rüyalar: Avrupa göçmen sineması, Ankara: De Ki basım yayın, 2008.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Dersin tanıtımı, genel giriş ve temel kavramlar

Hafta	Konu Başlıkları
2	Sinemada ulusallık tartışmaları, ulusal kültür ve sinema ilişkisi
3	Sinema ve göç ilişkisi, örnek film gösterimi
4	Uluslararası sinemalar
5	Sinemada melezlik ve aksanlı sinemacılar
6	Örnek film ve incelemesi
7	Vize
8	Sinemada kimlik temsilleri, toplumsal cinsiyet ve sinema
9	Örnek film ve incelemesi
10	Bir melez sinema örneği olarak "kara film"
11	Örnek Film ve incelemesi
12	Oryantalizm ve Sinema
13	Örnek Film ve incelemesi
14	Genel değerlendirme

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM410	Reklam Yazarlığı	8	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Derste yaratıcı düşüncenin geliştirilmesi, reklam metni yazımında kullanılan tekniklerin teorik altyapısının oluşturulması ve uygulamalı çalışmalarla pekiştirilmesi amaçlanmaktadır.
İçerik	Reklam ajansının yapısı ve bu yapıda reklam yazarının rolü, yaratıcı süreç, fikir bulma ve reklam metni yazma, reklamda kullanılan mecraların özelliklerini ve olanaklarını kavrayarak mecraya uygun reklam metinleri yazma, görsel, tasarım ve metnin bütünlüğünü oluşturma gibi konular ele alınacaktır.
Kaynaklar	Bowdery, Rob. (2008). Copywriting. Bloomsbury Publishing. Lausanne Elden, Müge. (2009). Reklam Yazarlığı. İletişim. İstanbul. Jones, John Philip (ed). (1999). The advertising business: operations, creativity, media planning, integrated communications. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications. Klebba, Joanne M. Pamela Tierney. (1995). "Advertising Creativity". Journal of Current Issues and Research in Advertising. 17(2), 3352 Sugarman, Joseph. (2016). Reklam Yazarının Elkitabı. Mediacat. İstanbul.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Reklam ajansında yaratıcı süreç, yaratıcı strateji ve brief
2	Reklamda yaratıcılık ve yaratıcılık teorileri - I

Hafta	Konu Başlıkları
3	Reklamda yaratıcılık ve yaratıcılık teorileri – II
4	Yaratıcı fikir bulma teknikleri - I
5	Yaratıcı fikir bulma teknikleri - II
6	Geleneksel mecralarda reklam yazarlığı – I
7	Geleneksel mecralarda reklam yazarlığı – II
8	Vize
9	Vaka incelemeleri
10	Dijital reklam yazarlığı – I
11	Dijital reklam yazarlığı – II
12	Vaka incelemeleri
13	Proje sunumları
14	Proje sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM420	Dijital Öykü Anlatıcılığı	8	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Dijital Öykü Anlatıcılığı, teknolojinin yükselişi ile birlikte yeni deneyimler, kazanımlar, bellek ya da kolektif bellek, anılar, yaşanmışlıklar anlamlarını yitirmeye başlamıştır. Dolayısıyla da, bir öykü ya da öyküyü anlatanlar, modern yaşamla birlikte yitirmeye başlanmıştır. Günümüzde, öykü anlatıcılığı dijitalin en önemli anlatıcıları olmuşlardır.
İçerik	1. Hafta: Öykü Anlatıcılığı Nedir? 2. Hafta: Kadim Kültürlerden İtibaren Öykü Anlatıcılığı ve Dijitale Uygulanması. 3. Hafta: Mitoloji ve Öykü Anlatıcılığının Dijitale Uygulanması. 4. Hafta: Edebiyat ve Öykü Anlatıcılığının Dijitale Uygulanması. 5. Hafta: Dijital Öykü Anlatıcılığı ve Dijital Platformlarda Fark Yaratmak. 6. Hafta: Dijital Okur-Yazarlık 7. Hafta: Kişisel Öyküler Oluşturma ve Dijitale Aktarılması 8. Hafta: Haberde Öykü Anlatıcılığı ve Dijitale Aktarılması 9. Hafta: Reklamlarda Öykü Anlatıcılığı ve Dijitale Aktarılması 10. Hafta: Markalarda Öykü Anlatıcılığı ve Dijitale Aktarılması 11. Hafta: Dijital Öykü yazmada "21-K" Yöntemi ve Dijitalde Uygulanması 12. Hafta: 2 ya da Dakikalık Dijital Otobiyografik Anlatı 13. Hafta: Dijital Öykü Anlatımı ve Dijital Sunumları 14. Hafta: Dijital Öykü Anlatımı ve Dijital Sunumları

Kaynaklar	BEAUGRANDE Robert (2005) The Story of Gammar and the Grammar of Story. BOYD Brian (2010) On the Origin of Stories. Evolution. Cognition and Fiction. BROOKS Peter (2016) Psikanaliz ve Hikaye Anlatıcılığı. Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi. ÇOMAK A. Nebahat (1995) Yazının İşlevsel Kullanımı. Der Yayınları. İstanbul. ECK Jill (2006) An Analysis of the Effectiveness of Storytelling (Master of Science Degree) The Graduate Schooll. University of Wisconsin. Stout. ERGİN Muharrem (2009) Dede Korkut Hikayeleri. Boğaziçi Yayınları. İstanbul. İNCEOĞLU Y.-ÇOMAK A. N. (2016) Metin Çözümlemeleri, Ayrıntı Yayınları. 2. Baskı. İstanbul. VAYNERCHUK Gary (2014) Sosyal Medya Çağında Hikaye Anlatmak. Mediacat Yayıncılık. İstanbul.
-----------	--

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Öykü Anlatıcılığı Nedir?
2	Kadim Kültürlerden İtibaren Öykü Anlatıcılığı ve Dijitale Uygulanması
3	Mitoloji ve Öykü Anlatıcılığının Dijitale Uygulanması
4	Edebiyat ve Öykü Anlatıcılığının Dijitale Uygulanması
5	Dijital Öykü Anlatıcılığı ve Dijital Platformlarda Fark Yaratmak
6	Dijital Okur-Yazarlık
7	Kişisel Öyküler Oluşturma ve Dijitale Aktarılması
8	Haberde Öykü Anlatıcılığı ve Dijitale Aktarılması
9	Reklamlarda Öykü Anlatıcılığı ve Dijitale Aktarılması
10	Markalarda Öykü Anlatıcılığı ve Dijitale Aktarılması
11	Dijital Öykü Yazmada "21-K" Yöntemi ve Dijitale Uygulanması
12	2 ya da 3 Dakikalık Dijital Otobiyografik Anlatı
13	Dijital Öykü Anlatımı ve Dijital Sunumları
14	Dijital Öykü Anlatımı ve Dijital Sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM440	Kurumsal Davranış ve Sosyal Değişim	8	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans

Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilere, örgütlerde insan davranışlarının yapısı ve fonksiyonu hakkında kavramsal ve deneysel bir anlayış kazandırmaktır. Ayrıca öğrencilere davranış bilimlerinin yöntemlerini açıklamayı, varolan perspektifleri sunmayı ve iş yerinde bireysel davranışı etkileyen faktörleri değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Örgütsel etkinlik ve verimliliği etkileyen davranışsal etkilerin yanı sıra, profesyonel yöneticilerin rolü ile ilişkili teoriler ve beceriler incelenecektir. İşlenecek konular arasında algılama, motivasyon, iletişim, liderlik, değişim yönetimi gibi başlıklar yer almaktadır.
İçerik	1. Hafta: Kavramsal Giriş 2. Hafta: Algı Yönetimi 3. Hafta: Akılcı Olmayan Düşünce Biçimleri ve Alternatif Düşünce Biçimleri 4. Hafta: Motivasyon Kavramı ve Teorileri 5. Hafta: Grup-Ekip Dönüşüm Süreçleri ve İletişim 6. Hafta: İşveren Markalama ve Çalışan Bağlılığı 7. Hafta: Kuşak Teorisi 8. Hafta: Liderlik Teorileri ve Türleri 9. Hafta: Vize Sınavı 10. Hafta: Liderlik Çatışma ve Müzakere 11. Hafta: Kurumsal Yapı ve Değişim Yönetimi 12. Hafta: Davranışsal Ekonomi 13. Hafta: Vaka sunumları 14. Hafta: Vaka sunumları

Kaynaklar	Robbins,S.P. and Jude, T.A.(2017),OrganizationalBehaviour, 17th Edition, Pearson Prentice Hall, N.J. Robbins S.P. ve Judge, T.A.(2012) Örgütsel Davranış, Çeviri Editörü: İnci Erdem, 14.Basımdan Çeviri, Nobel Yayıncılık. Essentials Of Organizational Behavior, Stephen P. Robbins & Timothy A. Judge, Pearson Education; 10 edition (2 Jan 2009). The SAGE Handbook of Interpersonal Communication, Fourth Edition, Edited by: Mark L. Knapp & John A. Daly Van Dijk, J. (2016). Ağ Toplumu, Kafka Yayınları. Castells, Manuel (2005). Ağ Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları Baumann, Zygmunt (2010). Sosyolojik Düşünmek. Çev. Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları. Walther, J.B. (2011). “Theories of Computer- Mediated Communication and Interpersonal Relations”, The Handbook of Interpersonal Communication. Erol Eren, Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, 2018, Beta Basın Yayım. Tamer Koçel, İşletme Yöneticiliği, 2012, Beta Basın Yayım.
-----------	---

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Kavramsal Giriş
2	Algı Yönetimi
3	Akılcı Olmayan Düşünce Biçimleri ve Alternatif Düşünce Biçimleri
4	Motivasyon Kavramı ve Teorileri
5	Grup-Ekip Dönüşüm Süreçleri ve İletişim
6	İşveren Markalama ve Çalışan Bağlılığı
7	Kuşak Teorisi
8	Liderlik Teorileri ve Türleri
9	Vize Sınavı
10	Liderlik Çatışma ve Müzakere
11	Kurumsal Yapı ve Değişim Yönetimi
12	Davranışsal Ekonomi
13	Vaka sunumları
14	Vaka sunumları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM444	Sinemada Uyarlamalar	8	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
----------	--

Derse Kabul Koşulları	
Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste, hikaye, roman ve tiyatro gibi alanlarda üretilmiş eserlerin sinema için nasıl uyarlandığı ve uyarlanacağı işlenmektedir.
İçerik	Öncelikle uyarlamanın ne olduğu üzerinde durulur. Daha sonra ele alınan eserin özellikleri ve bu özelliklerin nasıl sinema uyarlanabileceği işlenir.
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Uyarlama nedir? uyarlama çeşitleri nelerdir?
2	Raymond Carver'ın "Katedral" öykü çözümlemesi
3	Cemil Kavukçu'nun "Nolya" öyküsü ve kısa film
4	Ayfer Tunç'un "Mikail'in Kalbi Durdu" öykü çözümlemesi
5	Tragedya nedir? Oedipus Rex'in okunması
6	Vize
7	Shakespeare- Macbeth" okuması
8	Macbeth film uyarlaması
9	George Orwell "1984" romanı
10	1984 film uyarlaması
11	Sait Faik Abasıyanık "Havada Bulut" Öyküleri ve dizi uyarlaması
12	Yusuf Atılgan "Anayurt Otel" ve film uyarlaması
13	Öğrenci sunuşları
14	Öğrenci sunuşları

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM446	Sağlık İletişimi	8	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	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	-

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

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM274	Sanat ve Kültür Mekânı Yönetimi	4	3	0	0	3	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	İngilizce
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	-
İçerik	-
Kaynaklar	

Teori Konu Başlıkları

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

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
COM372	Kullanıcı Deneyimi ve Arayüz Tasarımı II	6	3	0	0	3	6

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
-------------	--------

Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu ders kapsamında öğrencilere, birinci sınıftan itibaren edindikleri tasarım bilgi ve becerisini, “Kullanıcı Deneyimi ve Arayüz Tasarımı 1” dersinde işlenen teorik arka planla birleştirerek deneyim ve arayüz tasarımı süreçlerini farklı yöntem yaklaşımlarıyla hayata geçirmek suretiyle bir etkileşimli medya ortamını tasarlayabilecek bilgi ve beceriyi kazandırmak hedeflenmektedir.
İçerik	Ders kapsamında, öğrencinin önerdiği özgün bir etkileşimli medya ortamı, ders yürütücüsünün gözetiminde planlama-projelendirme ve tasarım aşamalarını kapsayacak şekilde adım adım geliştirilecektir.
Kaynaklar	· 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.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Kullanıcı Deneyimi ve Arayüz Tasarımı'na giriş: Kavramlar, Sınırlar, Olanaklar
2	
3	
4	
5	Proje Önerilerinin Sunumları ve Tartışma: Amaç ve Hedefler, Strateji
6	Persona ve Kullanıcı Hikayesi Tasarımlarının Sunumu ve Tartışma
7	Kullanıcı Yolculuğu Tasarımlarının Sunumu ve Tartışma
8	Kullanıcı Yolculuğu Tasarımlarının Sunumu ve Tartışma
9	Bilgi Mimarisi Tasarımlarının Sunumu ve Tartışma
10	Vize
11	Lo-Fi Prototip Tasarımlarının Sunumu ve Tartışma
12	Lo-Fi Prototip Tasarımlarının Sunumu ve Tartışma
13	Hi-Fi Prototip Tasarımlarının Sunumu ve Tartışma
14	Hi-Fi Prototip Tasarımlarının Sunumu ve Tartışma