

T.C. İSTANBUL YENİ YÜZYIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK ANABİLİM DALI
MEDYA VE İLETİŞİM YÖNETİMİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ

I. YARIYIL ZORUNLU DERSLER

IY501 İLETİŞİM ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ VE ETİĞİ

İletişim alanında araştırmanın önemini ve halkla ilişkiler uygulamalarında araştırmanın nasıl yapıldığını anlatmayı amaçlanmaktadır. Araştırma konusunun belirlenmesi sonrası veri toplanması, bu verilerin analiz edilmesi ve iletişim uygulamalarının planlanmasın da kullanılması ile uygulamaların ölçüm ve değerlendirilmesini kapsayan araştırma süreci, modeller, yöntemler ve raporlaştırma gibi tüm detaylarıyla ve örneklerle aktarılacaktır.

IY511 KURUMSAL İLETİŞİM YÖNETİMİ

Ders içerisinde özetle bir örgütün iç ve dış hedef kitleleriyle olan iletişimi açıklanmaktadır. Örgütsel iletişimin önemi, farklı kurumsal yaklaşımlar, iletişim süreci, geleneksel ve yeni iletişim araçları, iletişim türleri, modelleri, toplum ve iletişim ilişkisi, içsel ve dışsal örgütsel iletişimin etkin yönetimi ve iletişimdeki engellerle çözüm yolları ders kapsamında ele alınmaktadır.

IY533 MEDYA İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ

Ders öğretim üyesi tarafından formal ve informal anlatım yöntemi ile işlenecek olup, eğitim öğrenciye verilecek araştırma-inceleme çalışmalarıyla pekiştirilecektir. Medya İlişkileri Yönetimi dersi, kurumlar ile hedef kitleler arasındaki ilişkilerin karşılıklı yarar, güven, iyi niyet, anlayış, hoşgörü, diyalog esasına dayanması ve bu ilişkilerin stratejik biçimde yönetilmesine ilişkin temel bilgilerin öğrencilere kazandırılmasını sağlar.

I. YARIYIL SEÇMELİ DERSLER

IY561 YENİ MEDYA VE KÜLTÜR VE KİMLİK

Dersin genel amacı, gelişen teknolojik ve iletişim olanakları çerçevesinde halkla ilişkiler uygulamalarının yeni medyada planlanması ve uygulanmasını kapsamaktadır. Bu ders ile öğrencilerin halkla ilişkiler çalışmalarının yeni medyada uygulama stratejileri ile planlama, uygulama ve değerlendirme aşamalarına ilişkin örnek kampanya modelleri üzerinden irdelemeleri ve öğrenmeleri amaçlanmaktadır.

IY513 İKNA KURAMLARI

İkna kavramı ve ikna süreci, iletişim sürecinde iknanın yeri, iknanın reklam ve pazarlama iletişimi unsurları ile ilişkisi ve ikna süreci ile ilgili bilgi birikimi sağlamayı amaçlamaktadır. Bu ders, ikna edici iletişimin farklı alanlarda nasıl kullanıldığını kuramlar çerçevesinde aktararak, öğrencilerin ikna edici taktikleri nasıl kullanabileceklerini öğrenmelerini amaçlamaktadır.

IY567 MEDYA PSİKOLOJİSİ

Bu derste medyanın hedef kitle üzerinde bıraktığı etki ve yarattığı tepkinin nedenleri ve sonuçları incelenir. Bir anlamda, medya kullanımı sırasında ya da sonucunda ortaya çıkan davranışların ve yaşantıların betimlenmesi ve açıklanması ile ilgilenilir. Ancak medyanın etkilerini ve alımlanmasını içerdiği kadar, medyanın "ne olduğu" ve "hangi durumda" bulunduğu da tartışılır.

IY541 LİDERLİK VE GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik süreci ile ilgili temel kavramları ve girişimciliğin davranış ve tutum özelliklerini bilmek, girişimciliği farklı ortamlarda davranış kalıbı haline getirebilmek, girişimciliğin liderlik davranışları ile gelişimini sağlayabilmek, girişimci olarak karşılaşılabilecekleri fırsatları değerlendirebilme ve zorlukların üstesinden gelebilme konusundaki farklı yöntemleri kullanma konusunda yaratıcılık gösterebilmektir.

II. YARIYIL ZORUNLU DERSLER

IY514 MEDYA VE SİYASET

Medya ve Siyaset dersinin genel amacı, öğrencileri medyanın toplumsal ve siyasal yaşamdaki yeri, siyasal gündemin oluşturulmasındaki rolü, siyasal iletişim sistemleri ve demokratik değerler, toplumsal muhalefet hareketlerinin siyasal iletişimi yeniden tanımlama çabaları, Suskunluk Sarmalı Kuramının medyayı anlamaya katkısı, siyasal iletişim araştırmaları konusunda bilgilendirmek. Böylelikle öğrenciler tarafından medya ve siyaset ilişkisinin çok boyutlu değerlendirilmesine katkıda bulunmak hedeflenmektedir.

IY551 TOPLUMSAL SORUNLAR VE DİJİTAL MEDYA

Dijital medyanın kitle iletişimini ve gündelik hayatımızı nasıl etkilediğini ele almak. Sosyal medyayı tarihsel bir perspektif içinde değerlendirmek. Ana akım medya ve sosyal medya arasındaki farklara ve benzerliklere eleştirel bir yaklaşımla bakmak. Toplumsal sorunların neler olduğu ve bu sorunlara ne gibi çözüm önerileri getirileceğini tartışmak. Bir iletişim kampanyasını dijital olarak inşa etmek.

IY502 SEMİNER

Yüksek lisans öğrencilerinin, ders aşamasındayken tez konularına katkı sağlamaya yönelik olan bu derste, öğrencilerin, bir bilimsel çalışmayı, araştırma yöntemlerine uygun şekilde hazırlamaları, sunumunu yaparak tartışabilmeleri ve bilimsel bir çalışma ortaya koymayı öğrenmeleri amaçlanmaktadır.

II. YARIYIL SEÇMELİ DERSLER

IY562 BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ

Pazarlama karması, karmada yer alan tutundurma bileşenleri ve stratejileri bu ders kapsamında özellikli bir biçimde yer almaktadır. Pazarlama stratejisinin yürütülmesinde tutundurma, tutundurma politikası ve planlaması, tutundurma araçları olarak reklam, yüz yüze satış, halkla ilişkiler, satış promosyonu ve sponsorluk bu kapsamda değerlendirilmektedir. Ayrıca, ürün ve ürün stratejileri, pazarlama çevresi (politik, ekonomik, kültürel, teknolojik ve doğal çevre) ve pazarlama karmasının gibi bütünleşik pazarlama iletişiminin emel kavram ve uygulamaları bu çerçevede ele alınacaktır.

IY555 GÖRSEL-İŞİTSEL TASARIM

Medya psikolojisi, yayıncı (kitle iletişim araçları) ile alıcı (seyirci/okur) arasındaki görünür veya görünmez duvarları inşa eden, dahası, gerçeği yeniden tasarlayan kurgusal bir hayatın üzerindeki/içindeki büyüteç durumundadır. İçsel ve eleştirel bir bakış açısına sahip olmakla da, aynı zamanda, medyanın zaaflarını, ikilemlerini ve tarihe not düşülecek hatalarını kaydeden -çizgi dışı- bir disiplindir. Bu ders, medya ile seyirci/okur arasındaki psikolojik etkileşimi tartışmayı amaçlamaktadır.

IY520 KÜLTÜRLERARASI HALKLA İLİŞKİLER

Kültür kavramının tanımlandığı bu ders, halkla ilişkiler ve kültür arasındaki ilişki, Kültürlerarası iletişim, kültürlerarası iletişimle yakın ilişki içerisindeki kavramlar, kültürlerarası iletişim ve halkla ilişkiler kuramları ve kültürlerarası farklılıklardan kaynaklanan sorunların çözümü konusundaki bilgileri kapsamaktadır.

IY521 MEDYA VE TOPLUMSAL BELLEK

Toplumsal bellek, geçmişle yüzleşme çalışmaları önem kazanmaktadır. Bununla birlikte, tarih kitaplarına alternatif yeni hafıza mekânları ortaya çıkar. Bu ders kapsamında tarihin, kitle iletişim araçları üzerinden ne şekilde yapılandırıldığı ve toplumsal belleğin yeniden inşasının nasıl gerçekleştirildiği örnek çalışmalar üzerinden ele alınacaktır.

IY542 YENİ MEDYADA ETİK

Dersin amacı, yüksek lisans öğrencileri ile gelişen bilgisayar, internet ve mobil teknolojisinin yoğun bir biçimde kullanımıyla ortaya çıkan önemli sorunlarından biri olan etik kavramına ilişkin tüm unsurları kapsamlı olarak inceleyerek tartışmaktır. Son yıllarda hızla gelişen iletişim teknolojisi ve bu teknolojinin yoğun bir biçimde kullanımı bazı ekonomik ve hukuksal sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur. İletişim teknolojisindeki bu hızlı gelişim sadece geleneksel medya faaliyetlerini değil toplumun genelini etkileyen bir değişim sürecini de tetiklemiştir. Günümüzde, bir medya uzmanı ve hem üretici hem de tüketici durumunda olan kullanıcılar için sosyal medya ortamlarında sanal gerçeklik düzleminde belirsizliğini korumakta olan etik sorunların incelenmesi önem kazanmıştır.