

**“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU**

Dersin Ayrıntıları				
Dersin Kodu	Sınıfı			Yarıyılı
ICMR118	2021-2022			2
Dersin Adı	T	U	L	AKTS
İletişim ve Medyada Yenilikler	5	0	0	5
Dersin Dili	İngilizce			
Dersin Düzeyi	Yüksek Lisans	x	Doktora	
Anabilim Dalı/Programı	Uluslararası İletişim ve Medya Araştırmaları			
Eğitim Türü	Öğün Eğitim (%60), Uzaktan Eğitim (%40)			
Dersin Türü	Zorunlu		Seçmeli	x
Dersin Amacı	Modülün tamamlanmasının ardından öğrenciler, mega trend "dijitalleşme" ve ilgili teknolojik trendleri ve dönüşüm süreçlerini anlayabilecek, analiz edebilecek ve değerlendirebileceklerdir. Kuruluşların yenilik yönetimi, iç ve dış iletişimleri ve medya ürünleri için çıkarımları tanıyabileceklerdir. Bu bağlamda güncel pratik uygulama örneklerine ve gelişmelere, bilimsel bulgulara ve tartışmalara aşina olacaklardır.			
Dersin İçeriği	Modül, toplumun dijitalleşmesinin ve kuruluşların dijital dönüşümünün kavramlarını ve sonuçlarını tanıtır. Ayrıca, teknolojik yenilikler yoluyla medya içeriğinin yaratılması, üretilmesi ve dağıtılmasının yanı sıra kuruluşların stratejik iletişimindeki değişiklikler, mevcut araştırma durumu ve yenilikçi pratik örnekler temelinde tartışılacaktır.			
Ön Koşulları	–			
Dersin Koordinatörü	–			
Dersi Veren(ler)	Prof. Dr. Cornelia Wolf			
Dersin Yardımcılar(ı)	Sefa Pala M.A.			
Dersin Staj Durumu	–			
Ders Kaynakları				
Ders Notu	Evans, S. K. (2018). Making Sense of Innovation. <i>Journalism Studies</i> , 19(1), 4–24. Johann, M., Wolf, C., & Godulla, A. (2021). Managing relationships on Facebook: A long-term analysis of leading companies in Germany. <i>Public Relations Review</i> , 47(3), 1-12. doi: 10.1016/j.pubrev.2021.102044 Posetti, J. (2018). Time to step away from the ‘bright, shiny things’? Towards a sustainable model of journalism innovation in an era of perpetual change. <i>Journalism Innovation Project</i> . Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Reis, A.B., Coelho, A. (2018). Virtual Reality and Journalism. A gateway to conceptualizing immersive journalism, <i>Digital Journalism</i> , 6(8), pp. 1090-1100. https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1502046 Sebastian, I.M., Ross, J.W., Beath, C., Mocker, M., Moloney, K.G., & Fonstad, N. O. (2017). How Big Old Companies Navigate Digital Transformation, <i>MIS Quarterly Executive</i> , 16(3), pp.197-213.			

**“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU**

	<p>Túñez-López J.M., Toural-Bran C., Frazão-Nogueira A.G. (2020) From Data Journalism to Robotic Journalism: The Automation of News Processing. In: Vázquez-Herrero J., Direito-Rebollal S., Silva-Rodríguez A., López-García X. (eds) Journalistic Metamorphosis. Studies in Big Data, vol 70. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36315-4_2</p> <p>Wiencierz, C., & Röttger, U. (2017). The use of big data in corporate communication. Corporate Communications: An International Journal, 22(3), pp. 258-272. https://doi.org/10.1108/CCIJ-02-2016-0015</p>
--	---

Diğer Kaynaklar

–

Materyal Paylaşımı

Dokümanlar

–

Ödevler

–

Sınavlar

–

Dersin Yapısı

Sosyal Bilimler

%100

Fen Bilimleri

%

Mühendislik Bilimleri

%

Alan Bilgisi

%

Değerlendirme Sistemi

	Sayısı	Katkı Oranı (%)
Ara Sınav		
Kısa Sınav		
Ödev		
Devam	14	10
Uygulama	2	30
Proje	1	60
Yarıyıl Sonu Sınavı		
	Toplam	100

AKTS İş Yüğü Dağılımı Tablosu

	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü (Saat)
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	2	28
Ödevler			
Sunum/Seminer Hazırlama	2	8	16
Ara Sınavlar			
Uygulama	2	14	2
Laboratuvar			

**“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU**

Proje	1	50	50
Yarıyıl Sonu Sınavı			
Toplam İş Yüğü			150
AKTS Kredisi (Toplam İş Yüğü / 30)			5

Dersin Öğrenim Çıktıları

1	Dijitalleşme ve ilgili eğilimlerin anlaşılması, analiz edilmesi ve değerlendirilmesi
2	Medya şirketlerinin inovasyon yönetimi, iletişimi ve ürünleri için çıkarımların kavranması
3	Pratik uygulamalar ve gelişmelerin yanı sıra bilimsel bulgular ve tartışmalar hakkında bilgi sahibi olmak
4	Öğrenciler, trendlerin genel özelliklerini çözebilir ve uygulamadan uygulama örnekleri temelinde araştırma soruları geliştirebilir.

Ders Konuları

1	Giriş
2	Dijitalleşme- mega trend
3	İnternet ve Dijital Kültür
4	Dijital Dönüşüm
5	Dijital İş Modelleri
6	Sosyal Ağlar I
7	Sosyal Ağlar II
8	İçerik I
9	İçerik I
10	Sanal Gerçeklik I
11	Sanal Gerçeklik II
12	Big Data ve AI I
13	Big Data ve AI II
14	Özet ve Geribildirim

Dersin Program Çıktılarına Katkısı (1-5)

	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	5	1	4	4	5	5
2	5	1	4	4	5	5
3	5	3	4	4	5	5
4	5	3	4	4	5	5

Katkı Oranı: 1: Çok Düşük 2: Düşük 3: Orta 4: Yüksek 5: Çok Yüksek

**“ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA ARAŞTIRMALARI” PROGRAMI
DERS BİLGİ FORMU**

Hazırlayan:	Prof. Dr. Cornelia Wolf
Güncelleme Tarihi:	20. 06. 2021

Program Çıktıları

P1	Mezunlar, iletişim ve medya çalışmaları alanlarında derin teorik ve metodolojik bilgiye sahip olurlar.
P2	Yüksek Lisans programı mezunları, iletişim ve medya alanında niteliksel ve niceliksel deneysel araştırmaları bağımsız olarak planlamak, yürütmek, değerlendirmek ve raporlamak için yetkinlik kazanırlar.
P3	Mezunlar, sosyal olarak ilgili araştırma sorularını formüle etmek, işlemek ve medya iletişim süreçlerini eleştirel olarak analiz etmek için iletişim ve medya çalışmaları alanında edinilen temel kavramları, teorileri ve yöntemlerini başarıyla kullanma becerisine sahip olurlar.
P4	Yüksek Lisans programı, mezunların disiplinlerarası yaklaşımlar da dahil olmak üzere çeşitli alanlarındaki sorunlar üzerinde uluslararası uyumlu bir düzeyde çalışabilmelerini sağlar.
P5	Mezunlar, medya iletişiminin uluslararası ve kültürlerarası alanlarının yanı sıra, iletişim ve medya araştırmalarındaki son eğilimleri kavrayabilir ve yansıtabilir.
P6	Yüksek Lisans programı, mezunlarına akademik çalışma ve uygulama alanında yetkinlik kazandırır.