



T.C.
ANKARA SOSYAL BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
SENATO TOPLANTISI



OTURUM TARİHİ	OTURUM SAYISI	KARAR SAYISI
17.06.2025	14	2025 /45-48

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Senatosu, Rektörümüz Prof. Dr. Musa Kazım ARICAN başkanlığında Rektörlük Toplantı Salonu'nda 17 Haziran 2025 tarihinde ve saat 10.00'da toplandı. Gündem maddelerinin görüşülmesine geçilerek aşağıda yazılı kararlar alındı.

GÜNDEM:

1. Üniversitemiz Öğrenci İşleri Daire Başkanlığının 11.06.2025 tarihli ve E-89852727-050.04-165216 sayılı yazısında belirtilen, Üniversitemiz 2025/05 sayılı Eğitim komisyonu kararı ile, Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve İletişim Çalışmaları Anabilim Dalı Başkanlığı bünyesinde açılması planlanan "İletişim ve Tasarım Tezli YL, İletişim ve Tasarım Tezsiz YL, Stratejik İletişim Yönetimi Tezli YL ve Stratejik İletişim Yönetimi Tezsiz YL (İkinci Öğretim) " programlarının görüşülmesi.
2. Üniversitemiz Öğrenci İşleri Daire Başkanlığının 11.06.2025 tarihli ve E-89852727-050.04-165200 sayılı yazısında belirtilen, Üniversitemiz 2025/05 sayılı Eğitim Komisyonu kararı ile Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde bulunan "Denetim ve Risk Tezsiz YL Programı, Kamu Yönetimi Tezli YL Programı, Kamu Yönetimi Tezsiz YL Programı, İktisat YL Programı ve Kamu Hukuku Doktora/Tezli/Tezli İkinci Öğretim/Tezsiz YL" Programlarına ait yapılacak olan müfredat değişikliklerinin görüşülmesi.
3. Üniversitemiz İslami Araştırmalar Enstitüsü Müdürlüğünün 12.06.2025 tarihli ve E-22129845-104.99-165356 sayılı yazısında belirtilen, Enstitümüz İslam Ekonomisi ve Finansı Anabilim Dalı Başkanlığının 2025-2026 Eğitim-Öğretim yılı güz yarıyılı lisansüstü programlarına öğrenci alımı hususunda mevcut programların başvuru şartlarında değişiklik yapılması konusunun görüşülmesi.
4. Üniversitemiz Sosyal İnovasyon ve Sivil Toplum Uygulama ve Araştırma Merkez Müdürlüğünün 16.06.2025 tarihli ve E-80998406-101.02.01-165945 sayılı yazısında belirtilen, Üniversitemiz bünyesinde kurulması planlanan "Kreatif Endüstriler ve Yenilik Fakültesi"nin kurulması konusunun görüşülmesi.



T.C.
ANKARA SOSYAL BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
SENATO TOPLANTISI



OTURUM TARİHİ	OTURUM SAYISI	KARAR SAYISI
17.06.2025	14	2025 /45-48

GÜNDEMİN GÖRÜŞÜLMESİ VE ALINAN KARARLAR

KARAR NO: 2025/45 – Üniversitemiz Öğrenci İşleri Daire Başkanlığının 11.06.2025 tarihli ve E-89852727-050.04-165216 sayılı yazısında belirtilen, Üniversitemiz 2025/05 sayılı Eğitim komisyonu kararı ile, Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve İletişim Çalışmaları Anabilim Dalı Başkanlığı bünyesinde açılması planlanan "İletişim ve Tasarım Tezli YL, İletişim ve Tasarım Tezsiz YL, Stratejik İletişim Yönetimi Tezli YL ve Stratejik İletişim Yönetimi Tezsiz YL (İkinci Öğretim) " programlarına ait başvuru dosyalarının Ek-1'deki şekli uygun olduğunun kabulüne oy birliği ile karar verildi.



T.C.
ANKARA SOSYAL BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
SENATO TOPLANTISI



OTURUM TARİHİ	OTURUM SAYISI	KARAR SAYISI
17.06.2025	14	2025 /45-48

KARAR NO: 2025/46 – Üniversitemiz Öğrenci İşleri Daire Başkanlığının 11.06.2025 tarihli ve E-89852727-050.04-165200 sayılı yazısında belirtilen, Üniversitemiz 2025/05 sayılı Eğitim Komisyonu kararı ile Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde bulunan "Denetim ve Risk Tezsiz YL Programı, Kamu Yönetimi Tezli YL Programı, Kamu Yönetimi Tezsiz YL Programı, İktisat YL Programı ve Kamu Hukuku Doktora/Tezli/Tezli İkinci Öğretim/Tezsiz YL" Programlarına ait yapılacak olan müfredat değişikliklerinin tekrar görüşülmek üzere iadesine oy birliği ile karar verildi.



T.C.
ANKARA SOSYAL BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
SENATO TOPLANTISI



OTURUM TARİHİ	OTURUM SAYISI	KARAR SAYISI
17.06.2025	14	2025 /45-48

KARAR NO: 2025/47 – Üniversitemiz İslami Araştırmalar Enstitüsü Müdürlüğünün 12.06.2025 tarihli ve E-22129845-104.99-165356 sayılı yazısında belirtilen, Enstitümüz İslam Ekonomisi ve Finansı Anabilim Dalı Başkanlığının 2025-2026 Eğitim-Öğretim yılı güz yarıyılı lisansüstü programlarına öğrenci alımı hususunda mevcut programların başvuru şartlarında değişiklik yapılmasına Ek-2’de belirtilen şekli ile kabulüne oy birliği ile karar verildi.



T.C.
ANKARA SOSYAL BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
SENATO TOPLANTISI



OTURUM TARİHİ	OTURUM SAYISI	KARAR SAYISI
17.06.2025	14	2025 /45-48

KARAR NO: 2025/48 – Üniversitemiz Sosyal İnovasyon ve Sivil Toplum Uygulama ve Araştırma Merkez Müdürlüğünün 16.06.2025 tarihli ve E-80998406-101.02.01-165945 sayılı yazısında belirtilen, Üniversitemiz bünyesinde kurulması planlanan bilgileri Ek-3’te yer alan "Kreatif Endüstriler ve Yenilik Fakültesi”nin kurulmasına oy birliği ile karar verildi.



T.C.
ANKARA SOSYAL BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
SENATO TOPLANTISI



OTURUM TARİHİ	OTURUM SAYISI	KARAR SAYISI
17.06.2025	14	2025 /45-48

e-imzalıdır

Prof. Dr. Musa Kazım ARICAN
Rektör

e-imzalıdır

Prof. Dr. Ali Osman KURT
Rektör Yardımcısı

e-imzalıdır

Prof. Dr. M. Hakan TÜRKÇAPAR
Rektör Yardımcısı

e-imzalıdır

Prof. Dr. Ali Osman KURT
Rektör Yardımcısı V.

e-imzalıdır

Prof. Dr. M. Hakan TÜRKÇAPAR
İletişim Fakültesi Dekanı

e-imzalıdır

Prof. Dr. Ali Osman KURT
İlahiyat Fakültesi Dekanı V.

e-imzalıdır

Doç. Dr. Erkan GÜRPINAR
Siyasal Bilgiler Fakültesi Dekanı

e-imzalıdır

Prof. Dr. Selim Ferruh ADALI
Sosyal ve Beşerî Bilimler Fakültesi
Dekan V.

e-imzalıdır

Prof. Dr. Mehmet Emin BİLGE
Hukuk Fakültesi Dekanı

e-imzalıdır

Prof. Dr. Abdullah Şevki DUYMAZ
Sanat ve Tasarım Fakültesi Dekanı V.

e-imzalıdır

Prof. Dr. İsmail ÇAKIR
Yabancı Diller Fakültesi Dekanı

e-imzalıdır

Prof. Dr. Asım YAPICI
İslami Araştırmalar Enstitüsü Müdürü

e-imzalıdır

Prof. Dr. Üyesi Bilal ÇAKICI
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü



T.C.
ANKARA SOSYAL BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
SENATO TOPLANTISI



OTURUM TARİHİ	OTURUM SAYISI	KARAR SAYISI
17.06.2025	14	2025 /45-48

e-imzalıdır

Prof. Dr. Enver ARPA
Bölge Çalışmaları Enstitüsü Müdürü

e-imzalıdır

Doç. Dr. Hakan DEMİRÖZ
Yabancı Diller Yüksekokulu Müdürü

e-imzalıdır

Prof. Dr. Erdal AKDEVE
Siyasal Bilgiler Fakültesi Temsilcisi

e-imzalıdır

Prof. Dr. Mustafa ÇEVİK
Sosyal Araştırmalar ve Yenilik
Enstitüsü Müdürü

e-imzalıdır

Prof. Dr. Mehmet Hilmi DEMİR
Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi
Temsilcisi

e-imzalıdır

Doç. Dr. Aysel SARICAOĞLU
AYGAN
Yabancı Diller Fakültesi Temsilcisi

e-imzalıdır

Prof. Dr. Ejder OKUMUŞ
İlahiyat Fakültesi Temsilcisi

(Katılmadı)

Prof. Dr. Yasin SÖYLER
Hukuk Fakültesi Temsilcisi

e-imzalıdır
Saim DURMUŞ
Genel Sekreter
(Raportör)



T.C.
ANKARA SOSYAL BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Sayı : E-76996591-050.04-165007
Konu : Enstitü Kurul Kararı (Eğitim Komisyonu
Gündemi)

10.06.2025

ÖĞRENCİ İŞLERİ DAİRE BAŞKANLIĞINA

Enstitü Kurulu'nun, Eğitim Komisyonu'nda görüşülmek ve Üniversitemiz Senatosu'na sunulmak üzere 04/06/2025 tarih ve 2025/06-03 ve 2025/06-06 sayılı kararları ekte gönderilmiştir. Bilgilerini ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Bilal ÇAKICI
Enstitü Müdürü

Ek:

- 1- 06-04.06.2025 EKK Program Açma (1 Sayfa)
- 2- 06-04.06.2025 EKK Ek-5 Medya Program Açma (48 Sayfa)
- 3- 06-04.06.2025 EKK Ek-3 Müfredat Değişikliği (1 Sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu :BSA428SUCC Pin Kodu :30272

Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=5451&eD=BSA428SUCC&eS=165007>

Hükümet Meydanı No:2 Ulus/Ankara

Telefon No:+90 312 596 44 44 - 45 Faks No:233109

e-Posta: bilgi@asbu.edu.tr İnternet Adresi: www.asbu.edu.tr

Kep Adresi: asbu@hs01.kep.tr

Bilgi için: Çilem DALKİZ KAYA

Unvan: Bilgisayar İşletmeni



Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. Evrak sorgulaması
<https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=5451&eD=BSP42HB85C> adresinden yapılabilir.
Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.



T.C.
ANKARA SOSYAL BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ENSTİTÜ KURULU KARAR TUTANAĞI

TOPLANTI TARİHİ : 04/06/2025
TOPLANTI NO : 06

KARAR NO: 2025/06-06 – Enstitümüze bağlı Medya ve İletişim Çalışmaları Anabilim Dalı Başkanlığının 02/06/2025 tarih ve 164234 sayılı yazısında teklif edilen “İletişim ve Tasarım Tezli/Tezsiz ve Stratejik İletişim Yönetimi Tezli/Tezsiz Yüksek Lisans Programlarının Açılması” teklifinin kabulüne, Ek-5’teki başvuru dosyasının Üniversitemiz Senatosu’na sunulmak üzere Eğitim Komisyonu’na uygun görüşle sevkine, katılanların oy birliği ile karar verildi.



T.C.
ANKARA SOSYAL BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü
Medya ve İletişim Çalışmaları Anabilim Dalı Başkanlığı



Sayı : E-36700400-104.01.03.01-164234
Konu : Disiplinler Arası Program Açma

02.06.2025

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Anabilim Dalımız İletişim ve Tasarım/Tezli ve Tezsiz; Stratejik İletişim Yönetimi/Tezli ve Tezsiz Yüksek Lisans Programlarına ait gerekli bilgilerin yer aldığı program açma talebi ve öğretim üyeleri bilgilerinin yer aldığı tablo ekte sunulmuştur.

Gereğini bilgilerinize arz ederim.

Doç. Dr. Ayşegül DOĞRUCAN
Anabilim Dalı Başkanı

Ek:

- 1- İletişim ve Tasarım Tezli Program Açma-Program ve Öğretim Elemanı Bilgileri (1 Sayfa)
- 2- İletişim ve Tasarım Tezli YL Program Açma Başvurusu (11 Sayfa)
- 3- İletişim ve Tasarım Tezsiz YL Program Açma Başvurusu (11 Sayfa)
- 4- Stratejik İletişim Yönetimi Tezli Program Açma-Program ve Öğretim Elemanı Bilgileri (1 Sayfa)
- 5- STRATEJİK_İLETİŞİM_YONETİMİ TEZLİ (11 Sayfa)
- 6- Stratejik İletişim Yönetimi Tezsiz Program Açma-Program ve Öğretim Elemanı Bilgileri (1 Sayfa)
- 7- STRATEJİK_İLETİŞİM_YONETİMİ TEZSİZ (11 Sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu :BSU42KLN54 Pin Kodu :41052

Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=5451&eD=BSU42KLN54&eS=164234>

Hükümet Meydanı No:2 Ulus/Ankara

Telefon No:+90 312 596 44 44 - 45 Faks No:233109

e-Posta: bilgi@asbu.edu.tr İnternet Adresi: www.asbu.edu.tr

Kep Adresi: asbu@hs01.kep.tr

Bilgi için: Deniz GENÇ

Unvan: Memur



Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. Evrak sorgulaması
<https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=5451&eD=BSP42HB85C> adresinden yapılabilir.
Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

PROGRAM ve ÖĞRETİM ÜYESİ BİLGİLERİ

Enstitü Adı	: Sosyal Bilimler Enstitüsü				
Programın Bağlı Olduğu Anabilim Dalı*	: Disiplinlerarası				
Program Adı**	: İletişim ve Tasarım/Tezli				
Öğretim Şekli***	: Normal Öğretim				
Öğretim Dili****	: Türkçe				
ÖĞRETİM ÜYESİNİN					
Unvanı-Adı-Soyadı	Üniversitede Kadrosunun Bulunduğu Bölüm	Devam Eden Tezli Yüksek Lisans Danışmanlık Sayısı	Devam Eden Doktora Danışmanlık Sayısı	Devam Eden Tezsiz Yüksek Lisans Danışmanlık Sayısı	Öğretim Üyesinin, Açılması İstenilen Yüksek Lisans Alanı ile İlgili Çalışmaları (Öğretim üyesinin doktora veya doçentlik alanı açılacak yüksek lisans programı ile aynı olmadığı disiplinlerarası alanlar için doldurulacaktır.)
Prof. Dr. Abdullah Şevki DUYMAZ	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Doç. Dr. Ayşegül DOĞRUCAN	Yeni Medya ve İletişim	0	0	0	-
Doç. Dr. Nevfel BOZ	Yeni Medya ve İletişim	10	3	0	-
Doç. Dr. Ahmet Faruk ÇEÇEN	Yeni Medya ve İletişim	0	0	0	-
Doç. Dr. Hülya ÖZKAN RIGIDERAKHSHAN	Yeni Medya ve İletişim	1	0	0	-
Doç. Emin TOKSÖZ	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Doç. Cumhur COŞKUN	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
* Üniversitemiz Fakültelerine bağlı bir bölüm mü (Örneğin: Kamu Hukuku), Yoksa Disiplinlerarası mı (Örneğin: Denetim ve Risk Yönetimi-Disiplinlerarası) olduğu belirtilecek.					
** Programın Tezli/Tezsiz/Doktora mı olduğu belirtilecek.					
*** Normal Öğretim mi yoksa İkinci Öğretim mi olduğu belirtilecek.					
**** Türkçe / İngilizce / Arapça vs.					

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI AÇMAK İÇİN BAŞVURU FORMATI

Yükseköğretim Kurumları tarafından yeni bir yüksek lisans programı açılması için yapılacak başvurularda bulunması gereken bilgi ve belgeler aşağıda belirtilmiştir. Bu bilgi ve belgelerin eksiksiz ve istenilen formata uygun olarak verilmesi (cevapların soru numaralarına bire bir karşılığı gelecek biçimde), başvuruların mevcut mevzuat ve akademik kriterler kapsamında değerlendirilmesi ve en kısa sürede sonuçlandırılması için gereklidir.

Açılması önerilen programın adını belirtiniz.

İLETİŞİM VE TASARIMI TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

1. Programın açılma gerekçesini somut olarak açıklayınız.

Günümüz bilgi toplumunda dijitalleşmenin hızla artması, iletişim biçimlerinde ve tasarım süreçlerinde köklü değişiklikler yaratmıştır. Geleneksel medya araçlarının yerini alan dijital platformlar, hem içerik üretimini hem de bu içeriklerin tasarlanış ve sunuluş biçimlerini yeniden tanımlamaktadır. Bu dönüşüm, disiplinlerarası yaklaşımla donatılmış, hem kuramsal bilgiye hem de yaratıcı uygulama becerisine sahip profesyonel ve akademik kadroların yetiştirilmesini zorunlu kılmaktadır.

İletişim ve Tasarım Yüksek Lisans Programı'nın açılması, bu dönüşüme akademik düzeyde yanıt verme ihtiyacından doğmuştur. Program, görsel iletişim, medya estetiği, kullanıcı deneyimi (UX), etkileşim tasarımı, yeni medya kültürü, yaratıcı içerik üretimi ve stratejik iletişim gibi güncel konulara odaklanarak öğrencilere ileri düzeyde bilgi ve beceri kazandırmayı amaçlamaktadır.

Programın açılmasını gerekli kılan başlıca nedenler şunlardır:

- Akademik İhtiyaç:** Türkiye'de ve özelde Ankara'da, iletişim ve tasarımı bütünlüklü bir yaklaşımla ele alan, disiplinlerarası yapıya sahip lisansüstü program sayısı sınırlıdır. Bu alandaki akademik yayın, araştırma ve doktora öncesi eğitim ihtiyacını karşılamak amacıyla tezli program gereklidir.
- Sektörel Talep:** Görsel iletişim tasarımı, dijital medya, reklam, film, UX/UI tasarımı, dijital sanatlar ve sosyal medya yönetimi gibi alanlarda çalışan profesyoneller, mesleki uzmanlıklarını geliştirebilecekleri nitelikli lisansüstü programlara ihtiyaç duymaktadır. Tezsiz program bu ihtiyaca karşılık vermektedir.
- Kalkınma Planları ve Ulusal Stratejilerle Uyum:** Türkiye Cumhuriyeti'nin 11. Kalkınma Planı'nda vurgulanan yaratıcı endüstrilerin desteklenmesi, dijital dönüşümün teşvik edilmesi ve yükseköğretimde disiplinlerarası yaklaşımların güçlendirilmesi hedefleriyle program örtüşmektedir.

4. **İş Gücü Piyasasındaki Açık:** Dijital çağın ihtiyaç duyduğu medya tasarımcıları, stratejik iletişim uzmanları, kullanıcı deneyimi tasarımcıları ve yaratıcı içerik üreticileri gibi meslek alanlarında yüksek lisans düzeyinde yetişmiş uzmanlara talep giderek artmaktadır.
5. **Mevcut Lisans Mezunları için Akademik Süreklilik:** Görsel İletişim Tasarımı, İletişim, Medya ve İletişim, Sinema-TV, Reklamcılık, Grafik Tasarım gibi lisans programlarından mezun olan öğrencilerin lisansüstü düzeyde uzmanlaşmalarını sağlayacak uygun bir akademik kanalın eksikliği hissedilmektedir.

Bu gerekçeler doğrultusunda açılması planlanan İletişim ve Tasarım Yüksek Lisans Programı, yalnızca akademik bir boşluğu doldurmakla kalmayacak; aynı zamanda yaratıcı sektörler ile üniversite arasında bir köprü işlevi görerek bilgi üretimi ve uygulama arasında etkileşimli bir zemin oluşturacaktır.

2. Açılması önerilen programa öğrenci talebi ile ilgili tahmini öğrenci sayıları

	Programa Başlayacak Öğrenci Sayısı		Toplam Öğrenci Sayısı
	Güz	İlkbahar	
1. Yıl	15	5	20
2. Yıl	15	5	20
3. Yıl	15	5	20
4. Yıl	15	5	20
Genel Toplam	60	20	80

Not: Tablodaki tahmini sayıların belirlenmesinde kullanılan varsayımlar, programın açılma gerekçeleriyle uyumlu olmalıdır. Varsa, civardaki üniversitelerde bulunan ve önerilen programa benzer yapıdaki yüksek lisans programlarına olan talepler belirtilmelidir.

3. Önerilen programa öğrenci kabul koşullarını açıklayınız.

- Üniversitelerin en az 4 yıllık eğitim veren lisans programlarının herhangi birinden mezun olunmalıdır.
- Lisans mezuniyet not ortalaması 4.00 üzerinden en az 2.00 veya 100 üzerinden 50.00 olmalıdır.
- ALES (EA) puanının 60 olması veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.

- YDS / e-YDS / YÖKDİL / e-YÖKDİL (İngilizce) sınavlarından herhangi birinden en az 50 puan veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.
- Yapılacak olan Bilimsel Değerlendirme Sınavından (yazılı ve/veya sözlü) en az 60 puan alınmalıdır.
- Genel Değerlendirme puanı 65 ve üzeri olması.

4. Yüksek lisans derecesi almak için alınması gereken zorunlu ve seçmeli dersler için;

a) Her bir dönem ayrı ayrı olmak üzere Ders, Tez veya Proje kredileri ile AKTS kredi bilgilerini tablo olarak,

(Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği Madde 6: Tezli yüksek lisans programı toplam yirmi bir krediden az olmamak koşuluyla en az yedi ders, bir seminer dersi ve tez çalışmasından oluşur. Seminer dersi ve tez çalışması kredisiz olup başarılı veya başarısız olarak değerlendirilir. Tezli yüksek lisans programı bir eğitim-öğretim dönemi 60 AKTS kredisinden az olmamak koşuluyla seminer dersi dahil en az sekiz ders ve tez çalışması olmak üzere toplam en az 120 AKTS kredisinden oluşur.

Madde 11: *Tezsiz yüksek lisans programı toplam otuz krediden ve 60 AKTS'den az olmamak kaydıyla en az on ders ile dönem projesi dersinden oluşur.)*

1. Yarıyıl

KODU	DERSİN ADI	Z/S	T	P	K	AKTS
İVT501	Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği	Z	3	0	3	6
İVT521	İletişim ve Tasarım Atölye I	S	2	2	3	6
İVT506	Marka İletişimi ve Görsel Kimlik Tasarımı	S	3	0	3	6
İVT507	Artırılmış Gerçeklik Destekli Tasarım	S	2	2	3	6
İVT509	Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı	S	3	0	3	6
İVT511	Arayüz Uygulama Tasarımı ve Prototipleme	S	2	2	3	6
İVT520	Kinetik ve 3 Boyutlu Tipografi	S	2	2	3	6
İVT519	Bilgilendirme Tasarımı	S	2	2	3	6

İVT517	İletişim Teorileri ve Uygulamaları	S	3	0	3	6
İVT516	Dijital Çağda Müzeler ve Dijital Kürasyon	S	3	0	3	6
İVT515	Sergileme Tasarımı ve Dijital Enstalasyon	S	2	2	3	6
İVT523	İletişim Kuramları ve Modelleri	S	3	0	3	6
İVT524	Görsel Kültür	S	3	0	3	6
İVT525	Stratejik İletişimde Yeni Yaklaşımlar	S	3	0	3	6
İVT526	Kurumsal İletişim ve İtibar Yönetimi	S	3	0	3	6
İVT527	Kültürlerarası ve Uluslararası İletişim	S	3	0	3	6
İVT528	Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi	S	3	0	3	6
İVT529	İletişim Stratejileri ve Becerileri	S	3	0	3	6
İVT530	İletişim Etnografisi	S	3	0	3	6
İVT531	Sosyal Etki Mekanizmaları ve Medya	S	3	0	3	6
İVT532	Küreselleşme ve Sanal Toplum	S	3	0	3	6
Seçmeli Olarak Alınması Gereken AKTS Toplamı						24
1.Yarıyıldan Alınması Gereken Toplam Minimum AKTS Toplamı						30

2.Yarıyıl

KODU	DERSİN ADI	Z/S	T	P	K	AKTS
İVT504	Seminer	Z	0	2	0	6

İVT522	İletişim ve Tasarım Atölye II	S	2	2	3	6
İVT508	Yapay Zekâ Destekli Görsel İçerik Üretimi	S	2	2	3	6
İVT510	Yaratıcı Endüstriler	S	3	0	3	6
İVT514	Tasarımda Etik ve Sürdürülebilirlik	S	3	0	3	6
İVT513	Kültürel Kimlik ve Tasarım	S	3	0	3	6
İVT512	Gösterge Tasarımı	S	2	2	3	6
İVT542	Font Tasarımı ve Dijital Font Teknolojileri	S	2	2	3	6
İVT505	Bilgi ve Veri Görselleştirme	S	3	0	3	6
İVT533	Stratejik İletişim Yönetiminde Web	S	3	0	3	6
İVT534	Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri	S	3	0	3	6
İVT535	Sanal Topluluklar ve Sosyal Medya	S	3	0	3	6
İVT536	Kültürlerarası İletişim	S	3	0	3	6
İVT537	Dijital Platformlarda Stratejik İletişim	S	3	0	3	6
İVT538	Dijital Diplomasi	S	3	0	3	6
İVT538	Stratejik İletişim ve Söylem Analizi	S	3	0	3	6
İVT540	Marka Yönetim Stratejileri Analizi	S	3	0	3	6
İVT541	Küreselleşme, Kültürel Kimlikler ve Medya	S	3	0	3	6
İVT 543	Uygarlık Mirası	S	3	0	3	6
Seçmeli Olarak Alınması Gereken AKTS Toplamı						24
2.Yarıyıl'da Alınması Gereken Toplam Minimum AKTS Toplamı						30

3.Yarıyıl

KODU	DERSİN ADI	Z/S	T	P	K	AKTS
İVT502	Uzmanlık Alan Dersi	Z	4	0	0	12
İVT503	Tez Çalışması	Z	0	0	0	18
Zorunlu Olarak Alınması Gereken AKTS Toplamı						30
3.Yarıyıl'da Alınması Gereken Toplam Minimum AKTS Toplamı						30

4.Yarıyıl

KODU	DERSİN ADI	Z/S	T	P	K	AKTS
İVT502	Uzmanlık Alan Dersi	Z	4	0	0	12
İVT503	Tez Çalışması	Z	0	0	0	18
Zorunlu Olarak Alınması Gereken AKTS Toplamı						30
3.Yarıyıl'da Alınması Gereken Toplam Minimum AKTS Toplamı						30

b) Derslerin kodu ve içeriklerini metin olarak belirtiniz.

İVT 501 – Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği:

Araştırma teknikleri ve yayın etiğinin öğretilmesini içerir ve tezin hazırlanması sürecinde gerekli olan teknik ve etik meselelere ilişkin hakimiyet geliştirmeyi amaçlar.

İVT 502 – Uzmanlık Alan Dersi:

Teze geçmeden önce olası tez konusuna özel çalışılmasında fayda görülen konular bu başlık altında öğrenciye has olarak önerilebilecektir.

İVT 503 – Tez Çalışması:

Bu derste temel olarak akademik tez yazma ile ilgili biçimsel ve içeriğe dair ilkeler öğrenci tarafından danışman tavsiyesi doğrultusunda uygulanacak ve ortaya çıkan çalışma biçimsel ve içerik olarak incelenecektir.

İVT 504 – Seminer:

Bu uygulamalı ders öğrencilerin araştırma, sunum ve üretim etkinliklerini geliştirmeyi amaçlayacaktır.

İVT 505 – Bilgi ve Veri Görselleştirme

Bilgi ve Veri Görselleştirme dersi, karmaşık veri kümelerini anlaşılır, estetik ve etkili görsel anlatımlara dönüştürme süreçlerine odaklanır. Bu derste öğrenciler; nicel ve nitel verilerin analiz edilmesi, görselleştirme türlerinin (grafikler, haritalar, infografikler, interaktif panolar vb.) seçimi, veri okuryazarlığı ve görsel hiyerarşi gibi konuları teorik ve pratik açıdan öğrenirler. Görselleştirme tasarımlarının hedef kitleye göre nasıl yapılandırılacağı, hangi araç ve yazılımların (Tableau, Adobe Illustrator, D3.js vb.)

kullanılabileceği uygulamalı projelerle deneyimlenir. Ayrıca, veri temsillerinin etik boyutu ve manipölasyon riski gibi konular da ele alınarak, öğrencilerin eleştirel ve sorumlu tasarım anlayışı geliştirmesi amaçlanır. Ders, tasarım, iletişim ve analitik düşünme becerilerini bir araya getiren disiplinlerarası bir yaklaşımla yürütölür.

İVT 506 – Marka İletişimi ve Görsel Kimlik Tasarımı

Marka İletişimi ve Görsel Kimlik Tasarımı dersi, markaların hedef kitleyle etkili ve sürdürölabilir iletişim kurabilmesi için gerekli stratejik ve görsel bileşenleri bütöncöl bir yaklaşımla ele alır. Ders kapsamında marka kimliğı oluşturma süreci; logo, tipografi, renk paleti, kurumsal dil, ambalaj, dijital mecralar ve reklam kampanyaları gibi öğeler üzerinden incelenir. Öğrenciler, bir markanın değlerlerini, vizyonunu ve hedef kitlesini yansıtan tutarlı bir görsel iletişim sistemi geliştirmeyi öğrenirken; aynı zamanda marka algısı, konumlandırma ve marka hikâyesi oluşturma gibi teorik çerçevelerle de desteklenir. Kuramsal bilgi, örnek vaka analizleri ve proje bazı uygulamalarla pekiştirilir.

İVT 507 – Artırılmış Gerçeklik ve Etkileşim Tasarımı

Artırılmış Gerçeklik ve Etkileşim Tasarımı dersi, dijital içeriklerin fiziksel dünya ile bütönlüştüğü artırılmış gerçeklik (AR) ortamlarında kullanıcı deneyimi tasarlamayı amaçlar. Derste, AR teknolojilerinin tarihçesi, teknik altyapısı, araçları (ARKit, ARCore, Unity vb.) ve etkileşim modelleri ele alınır. Öğrenciler, görsel-işitsel öğelerin gerçek dünyayla nasıl senkronize edildiğini öğrenirken, aynı zamanda kullanıcı odaklı arayüz ve deneyim tasarımı üzerine uygulamalı projeler geliştirir. Bu kapsamda, oyunlaştırma, mekânsal tasarım, hikâye anlatımı ve bilgi görselleştirme gibi alanlar da dersin içeriğine dâhildir. Kuramsal bilgiler, güncel örnekler ve prototipleme uygulamalarıyla desteklenir.

İVT 508 – Yapay Zeka Destekli Görsel İçerik Üretimi

Yapay Zeka Destekli Görsel İçerik Üretimi dersi, yapay zeka teknolojilerinin görsel sanatlar ve tasarım alanındaki yaratıcı üretim süreçlerine etkisini kuramsal ve uygulamalı olarak incelemeyi amaçlar. Derste, üretken yapay zeka (generative AI) sistemleri, makine öğrenimi algoritmaları ve görsel veri kümeleri üzerinden içerik üretme süreçleri ele alınır. Midjourney, DALL·E, Runway ML, Stable Diffusion gibi güncel araçlar kullanılarak görsel üretim deneyimleri gerçekleştirilir; bu araçlarla illüstrasyon, afiş, konsept tasarımı ve medya içeriğı üretimi gibi farklı alanlarda proje çalışmaları yapılır. Ayrıca, yapay zeka ile sanat üretimi bağlamında etik, telif hakkı, özgünlük ve yaratıcılık gibi kavramlar da tartışmaya açılır. Ders; teknolojik yetkinlik, eleştirel düşünme ve estetik yaratıcılığı bütönlüştiren yenilikçi bir içerik sunar.

İVT 509 – Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı

Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı dersi, görsel sanat eserlerinin izleyici üzerindeki etkisini anlamak amacıyla algı kuramları, göstergebilim ve estetik kuramları üzerinden çok yönlü bir analiz sunar. Bu derste, görsel imgelerin kültürel, toplumsal ve psikolojik bağlamlarda nasıl anlam kazandığı, izleyici tarafından nasıl algılandığı ve yorumlandığı incelenir. Sanat tarihi boyunca farklı dönemlerden seçilen örnekler üzerinden simge, metafor, kompozisyon, renk ve biçim gibi öğelerin anlam üretme süreçleri analiz edilir. Öğrenciler, görsel okuma becerileri geliştirirken, aynı zamanda çağdaş sanat pratikleriyle eleştirel

düşünme ve yorumlama yetilerini derinleştirirler. Ders; görsel iletişim, sanat kuramı ve estetik alanlarını bütünleştiren disiplinlerarası bir bakış sunar.

İVT 510 – Yaratıcı Endüstriler

Yaratıcı Endüstriler dersi, kültür, tasarım, medya ve teknoloji temelli üretim alanlarını kapsayan yaratıcı ekonominin dinamiklerini anlamaya yönelik disiplinlerarası bir bakış sunar. Ders kapsamında reklam, moda, film, televizyon, dijital oyun, mimarlık, yayıncılık, müzik, görsel sanatlar ve dijital medya gibi yaratıcı sektörlerin tarihsel gelişimi, işleyiş yapıları, üretim modelleri ve ekonomik etkileri ele alınır. Öğrenciler, yaratıcı emeğin dönüşümünü, dijitalleşmenin etkilerini ve küresel yaratıcı pazarların kültürel-politik boyutlarını analiz eder. Ayrıca Türkiye'deki yaratıcı endüstrilerin durumu, teşvik mekanizmaları ve girişimcilik olanakları da vaka analizleri ve proje temelli çalışmalarla incelenir. Ders, yaratıcı üretim süreçlerini kavramsal olarak sorgulayan ve sektörel bilgiyle bütünleştiren bir çerçeve sunar.

İVT 511 – Arayüz Uygulama Tasarımı ve Prototipleme

Arayüz Uygulama Tasarımı ve Prototipleme dersi, dijital ürünlerin kullanıcı dostu ve işlevsel arayüzlerini tasarlamak ve bu tasarımları interaktif prototiplere dönüştürmek üzerine odaklanır. Ders kapsamında kullanıcı arayüzü (UI) ve kullanıcı deneyimi (UX) tasarım ilkeleri, bilgi mimarisi, etkileşim modelleri, responsive tasarım yaklaşımları ve kullanıcı odaklı test süreçleri ele alınır. Öğrenciler, Figma, Adobe XD gibi güncel tasarım araçlarıyla uygulamalar geliştirerek hem görsel hem işlevsel açıdan etkili prototipler üretir. Ayrıca kullanıcı senaryoları oluşturma, wireframe ve mockup hazırlama gibi yöntemler üzerinden tasarım sürecinin tüm aşamaları deneyimlenir. Ders, teorik bilgi ile pratik uygulamayı bütünleştirerek yaratıcı, sezgisel ve kullanıcı merkezli dijital arayüzlerin geliştirilmesini hedefler.

İVT 512 – Gösterge Tasarımı

Bu ders, göstergebilimsel yaklaşımlar ışığında görsel göstergelerin anlam üretme süreçlerini inceleyerek, öğrencilerin bilinçli, etkili ve sistematik gösterge sistemleri tasarlama becerilerini geliştirmeyi amaçlar.

İVT 513 – Kültürel Kimlik ve Tasarım

Kültürel kimlik ve tasarım arasındaki karmaşık ilişkileri inceleyerek, öğrencilerin kültürel bağlam, kimlik politikaları ve temsil meselelerini tasarım pratiklerine bilinçli bir şekilde entegre etme becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

İVT 514 – Tasarımda Etik ve Sürdürülebilirlik

Tasarım uygulamalarının etik boyutlarını ve sürdürülebilirlik prensiplerini inceleyerek, öğrencilerin toplumsal ve çevresel sorumluluklarını tasarım pratiklerine entegre etme becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

İVT 515 – Sergileme Tasarımı ve Dijital Enstalasyon

Çağdaş sergileme pratiklerini dijital teknolojilerle harmanlayarak, sürükleyici ve etkileşimli mekânsal deneyimler yaratma becerilerini geliştirmeyi amaçlar. Öğrenciler,

fiziksel mekân tasarımı ile dijital medya entegrasyonunu birleştirerek yenilikçi sergileme ve enstalasyon projeleri tasarlamayı öğrenirler.

İVT 516 – Dijital Çağda Müzeler ve Dijital Kürasyon

Dijital teknolojilerin müzecilik ve kürasyon pratiklerini nasıl dönüştürdüğünü inceleyerek, dijital ortamlarda kültürel içeriklerin sunumu, yorumlanması ve erişilebilir kılınması için gereken becerileri kazandırmayı amaçlamaktadır.

İVT 517 – İletişim Teorileri ve Uygulamaları

İletişim süreçlerinin teorik temellerini inceleyerek, tasarım disiplini içerisinde bu teorilerin pratik uygulamalarını geliştirmeyi amaçlar. Öğrenciler, çeşitli iletişim modellerini analiz ederek, bunların görsel iletişim tasarımı uygulamalarına nasıl entegre edilebileceğini öğrenirler.

İVT 519 – Bilgilendirme Tasarımı

Karmaşık bilgileri anlaşılır, erişilebilir ve etkili bir şekilde görselleştirme, organize etme ve iletme prensiplerini incelemeyi amaçlar. Öğrenciler, kullanıcı odaklı bilgilendirme sistemleri tasarlama ve bilgiyi farklı ortamlarda sunma becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

İVT 520 – Kinetik ve 3 Boyutlu Tipografi

Tipografinin statik iki boyutlu yüzeylerden çıkarak hareket, zaman ve üç boyutlu mekân içerisinde nasıl davrandığını incelemek ve bu alanlarda uygulamalar geliştirmek için gereken teorik ve pratik becerileri kazandırmayı amaçlamaktadır.

İVT 521 – İletişim ve Tasarım Atölye I

İletişim ve Tasarım Atölye II, birinci dönemde edinilen temel beceri ve kavramların üzerine inşa edilerek, öğrencilerin daha karmaşık iletişim ve tasarım projelerinde uzmanlaşmalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu ders, ileri düzey görsel iletişim stratejileri, yenilikçi dijital medya uygulamaları ve bütünleşik tasarım yaklaşımlarını kullanarak profesyonel düzeyde yaratıcı çözümler geliştirme becerisini kazandırmayı hedeflemektedir. Öğrenciler, gerçek dünya senaryolarında çalışarak sektörel beklentilere uygun portfolyo oluşturma fırsatı bulacaklardır.

İVT 522 – İletişim ve Tasarım Atölye II

İletişim ve Tasarım Atölye, öğrencilerin görsel iletişim, grafik tasarım ve dijital medya alanlarındaki teorik bilgilerini pratiğe dökebilecekleri interaktif bir öğrenme ortamı sunmayı amaçlamaktadır. Bu atölye, iletişim stratejilerini tasarım ilkeleriyle birleştirerek etkili mesaj iletimi için gerekli becerileri kazandırmayı hedeflemektedir. Katılımcılar, bireysel ve grup çalışmaları aracılığıyla yaratıcı düşünme, problem çözme ve eleştirel analiz yeteneklerini geliştireceklerdir

İVT 542 – Font Tasarımı ve Dijital Font Teknolojileri

Öğrencilere font tasarımının tarihsel gelişimi, tipografik teori ve prensipleri, dijital font teknolojileri ve çağdaş font tasarımı uygulamaları konularında ileri düzey bilgi ve beceriler kazandırmayı amaçlamaktadır. Öğrenciler, teorik bilgilerini pratik projelerle pekiştirerek

kendi özgün font tasarımlarını geliştirecek, mevcut font teknolojilerini kullanma ve yeni teknolojileri değerlendirme yetkinliği kazanacaklardır. Ayrıca, font tasarımının kültürel, toplumsal ve ticari boyutlarını eleştirel bir bakış açısıyla analiz edebileceklerdir.

İVT 543 – Uygarlık Mirası

İletişim ve Tasarım Yüksek Lisans Programı öğrencilerine kültürel kodların, uygarlık dinamiklerinin ve toplumsal değerlerin iletişim ve tasarım süreçlerindeki rolünü kavratmayı amaçlamaktadır. Ders, tarihsel süreçte kültür ve uygarlıkların gelişimini, etkileşimini ve dönüşümünü inceleyerek öğrencilere küresel ve yerel kültürel bağlamları anlama, yorumlama ve bu bilgileri tasarım ve iletişim stratejilerinde kullanma becerisi kazandırmayı hedeflemektedir.

5. Önerilen program için mevcut laboratuvarların adlarını, kaç metrekare olduklarını ve her laboratuvarında bulunan önemli cihazların listesini veriniz.

Önerilen program için laboratuvar çalışması gerekmemektedir.

6. Eğitim-öğretim ve araştırma için mevcut bilgisayar ekipmanlarının dökümünü veriniz ve bunların hangi amaçla kullanıldığını belirtiniz.

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi MAYEM ve Sümerbank Binalarında bulunan toplam 90 m²'lik 2 laboratuvarımızda 66 bilgisayar eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetleri için kullanılmak üzere hazır durumdadır.

7. Lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık terminal ve/veya kişisel bilgisayar sayılarını ve bunların ne kadar süre (hafta, gün, saat) ile kullanıma açık olduğunu belirtiniz.

Lisansüstü programa kabul alan öğrencilerimiz, ASBÜ bünyesindeki bilgisayar laboratuvarlarından da yararlanabilecektir. Bilgisayar laboratuvarı hafta içi, mesai saatleri içinde kullanıma açıktır. Bilgisayar laboratuvarında bulunan 66 bilgisayar ve 1 merkez bilgisayarı lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık bilgisayarlardır. Her iki bilgisayar laboratuvarı haftanın 5 iş günü boyunca saat 08:30-17:00 arasında kullanıma açıktır. Merkez bilgisayarı ise merkez yönetimine ihtiyaç bildirildiği koşulda ve randevu yoluyla kullanıma açık olacaktır.

8. Önerilen programla ilgili olarak üniversite ve/veya bölümünüz kütüphanesinde bulunan sürekli yayınların adları ile hangi yıldan itibaren mevcut olduklarını bir liste halinde belirtiniz.

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Kütüphanesi, Sobiad veri tabanına abonedir. Sobiad, Sosyal Bilimler, Fen Bilimleri, Sağlık Bilimleri alanlarında yayınlanan toplamda 826 derginin indekslendiği bir veri tabanıdır ve aynı zamanda Türkiye merkezli en çok sosyal bilimler makalesinin bulunduğu milli bir indekstir. Aynı zamanda Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi TÜBİTAK'ın geliştirdiği Elektronik Kaynaklar Ulusal Akademik Lisansı (EKUAL) sisteminin üyesidir. Dolayısıyla, başvuru programla ilgili olan abone veri tabanına ek olarak, EKUAL veri tabanları da (toplam 736 dergi alternatifi) öğrencilerin kullanımı için ASBÜ Kütüphane

web sayfasının tarama bölümünde öğrencilerin kullanımına hazırdır. Dolayısıyla, üniversite kütüphanesinin veri tabanları alanla ilişkili çevrimiçi veri tabanlarının pek çoğuna ulaşmaya olanak tanımaktadır. ASBÜ kütüphanesi öğrencilere abonelik yaptığı veri tabanlarına uzaktan erişim olanağını da sunmaktadır.

9. Önerilen program disiplinlerarası (interdisipliner) nitelikte ise;

Bu programın,

- **Üniversitede halen yürütülmekte olan diğer yüksek lisans programlarından farkları,**
- Üniversitemizde bu alan çalışmalarını içine alan herhangi bir yüksek lisans programı bulunmamaktadır.
- **Mevcut yüksek lisans programlarını zayıflatmadan nasıl yürütüleceği,**
- Program açılışında yer alan akademik kadronun, diğer programlardaki çalışmalarını aksatmayacak şekilde planlama yapılmıştır.
- **Mevcut imkanlara ek olarak yeni fiziki alan (sınıf, laboratuvar, vb.) gerektirip, gerektirmediği,**
- Enstitü bünyesinde yer alan sınıf ve bilgisayar laboratuvarına ek olarak, İletişim Fakültesi ve Sanat ve Tasarım Fakültelerinin kullanımı için hazırlanan laboratuvarlarda ilgili programın ihtiyacını karşılamaktadır. Bu nedenle program için yeni fiziksel mekân imkânı gerekmemektedir.
- **Üniversiteye getireceği ek mali külfet ve bunun nasıl karşılanacağı,**
- Üniversite bünyesindeki imkanlar ve , İletişim Fakültesi ve Sanat ve Tasarım Fakültelerinin kullanımı için hazırlanan laboratuvarlar, programın da ihtiyaçlarını karşılayabilir olduğundan üniversiteye ek bir maliyet söz konusu değildir.
- **Programa başlayacak öğrencilerin farklı disiplinlerden gelmesi durumunda, bu öğrenciler için Bilimsel Hazırlık Programı uygulanıp, uygulanmayacağı; uygulanacaksa, bu programın ne şekilde düzenleneceği somut olarak açıklanmalıdır.**
- Programda bilimsel hazırlık uygulanmayacaktır.

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI AÇMAK İÇİN BAŞVURU FORMATI

Yükseköğretim Kurumları tarafından yeni bir yüksek lisans programı açılması için yapılacak başvurularda bulunması gereken bilgi ve belgeler aşağıda belirtilmiştir. Bu bilgi ve belgelerin eksiksiz ve istenilen formata uygun olarak verilmesi (cevapların soru numaralarına bire bir karşılığı gelecek biçimde), başvuruların mevcut mevzuat ve akademik kriterler kapsamında değerlendirilmesi ve en kısa sürede sonuçlandırılması için gereklidir.

Açılması önerilen programın adını belirtiniz.

İLETİŞİM VE TASARIMI TEZSİZ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

1. Programın açılma gerekçesini somut olarak açıklayınız.

Günümüz bilgi toplumunda dijitalleşmenin hızla artması, iletişim biçimlerinde ve tasarım süreçlerinde köklü değişiklikler yaratmıştır. Geleneksel medya araçlarının yerini alan dijital platformlar, hem içerik üretimini hem de bu içeriklerin tasarlanış ve sunuluş biçimlerini yeniden tanımlamaktadır. Bu dönüşüm, disiplinlerarası yaklaşımla donatılmış, hem kuramsal bilgiye hem de yaratıcı uygulama becerisine sahip profesyonel ve akademik kadroların yetiştirilmesini zorunlu kılmaktadır.

İletişim ve Tasarım Yüksek Lisans Programı'nın açılması, bu dönüşüme akademik düzeyde yanıt verme ihtiyacından doğmuştur. Program, görsel iletişim, medya estetiği, kullanıcı deneyimi (UX), etkileşim tasarımı, yeni medya kültürü, yaratıcı içerik üretimi ve stratejik iletişim gibi güncel konulara odaklanarak öğrencilere ileri düzeyde bilgi ve beceri kazandırmayı amaçlamaktadır.

Programın açılmasını gerekli kılan başlıca nedenler şunlardır:

- Akademik İhtiyaç:** Türkiye'de ve özelde Ankara'da, iletişim ve tasarımı bütünlüklü bir yaklaşımla ele alan, disiplinlerarası yapıya sahip lisansüstü program sayısı sınırlıdır. Bu alandaki akademik yayın, araştırma ve doktora öncesi eğitim ihtiyacını karşılamak amacıyla tezli program gereklidir.
- Sektörel Talep:** Görsel iletişim tasarımı, dijital medya, reklam, film, UX/UI tasarımı, dijital sanatlar ve sosyal medya yönetimi gibi alanlarda çalışan profesyoneller, mesleki uzmanlıklarını geliştirebilecekleri nitelikli lisansüstü programlara ihtiyaç duymaktadır. Tezsiz program bu ihtiyaca karşılık vermektedir.
- Kalkınma Planları ve Ulusal Stratejilerle Uyum:** Türkiye Cumhuriyeti'nin 11. Kalkınma Planı'nda vurgulanan yaratıcı endüstrilerin desteklenmesi, dijital dönüşümün teşvik edilmesi ve yükseköğretimde disiplinlerarası yaklaşımların güçlendirilmesi hedefleriyle program örtüşmektedir.

4. **İş Gücü Piyasasındaki Açık:** Dijital çağın ihtiyaç duyduğu medya tasarımcıları, stratejik iletişim uzmanları, kullanıcı deneyimi tasarımcıları ve yaratıcı içerik üreticileri gibi meslek alanlarında yüksek lisans düzeyinde yetişmiş uzmanlara talep giderek artmaktadır.
5. **Mevcut Lisans Mezunları için Akademik Süreklilik:** Görsel İletişim Tasarımı, İletişim, Medya ve İletişim, Sinema-TV, Reklamcılık, Grafik Tasarım gibi lisans programlarından mezun olan öğrencilerin lisansüstü düzeyde uzmanlaşmalarını sağlayacak uygun bir akademik kanalın eksikliği hissedilmektedir.

Bu gerekçeler doğrultusunda açılması planlanan İletişim ve Tasarım Yüksek Lisans Programı, yalnızca akademik bir boşluğu doldurmakla kalmayacak; aynı zamanda yaratıcı sektörler ile üniversite arasında bir köprü işlevi görerek bilgi üretimi ve uygulama arasında etkileşimli bir zemin oluşturacaktır.

2. Açılması önerilen programa öğrenci talebi ile ilgili tahmini öğrenci sayıları

	Programa Başlayacak Öğrenci Sayısı		Toplam Öğrenci Sayısı
	Güz	İlkbahar	
1. Yıl	15	15	30
2. Yıl	15	15	30
3. Yıl	15	15	30
4. Yıl	15	15	30
Genel Toplam	60	60	120

Not: Tablodaki tahmini sayıların belirlenmesinde kullanılan varsayımlar, programın açılma gerekçeleriyle uyumlu olmalıdır. Varsa, civardaki üniversitelerde bulunan ve önerilen programa benzer yapıdaki yüksek lisans programlarına olan talepler belirtilmelidir.

3. Önerilen programa öğrenci kabul koşullarını açıklayınız.

- Üniversitelerin en az 4 yıllık eğitim veren lisans programlarının herhangi birinden mezun olunmalıdır.
- Lisans mezuniyet not ortalaması 4.00 üzerinden en az 2.00 veya 100 üzerinden 50.00 olmalıdır.
- ALES (EA) puanının 60 olması veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.

- YDS / e-YDS / YÖKDİL / e-YÖKDİL (İngilizce) sınavlarından herhangi birinden en az 50 puan veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.
- Yapılacak olan Bilimsel Değerlendirme Sınavından (yazılı ve/veya sözlü) en az 60 puan alınmalıdır.
- Genel Değerlendirme puanı 65 ve üzeri olması.

4. Yüksek lisans derecesi almak için alınması gereken zorunlu ve seçmeli dersler için;

a) Her bir dönem ayrı ayrı olmak üzere Ders, Tez veya Proje kredileri ile AKTS kredi bilgilerini tablo olarak,

(Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği Madde 6: Tezli yüksek lisans programı toplam yirmi bir krediden az olmamak koşuluyla en az yedi ders, bir seminer dersi ve tez çalışmasından oluşur. Seminar dersi ve tez çalışması kredisiz olup başarılı veya başarısız olarak değerlendirilir. Tezli yüksek lisans programı bir eğitim-öğretim dönemi 60 AKTS kredisinden az olmamak koşuluyla seminer dersi dahil en az sekiz ders ve tez çalışması olmak üzere toplam en az 120 AKTS kredisinden oluşur.

Madde 11: *Tezsiz yüksek lisans programı toplam otuz krediden ve 60 AKTS'den az olmamak kaydıyla en az on ders ile dönem projesi dersinden oluşur.)*

1. Yarıyıl

KODU	DERSİN ADI	Z/S	T	P	K	AKTS
İVT701	Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği	Z	3	0	3	6
İVT5721	İletişim ve Tasarım Atölye I	S	2	2	3	6
İVT706	Marka İletişimi ve Görsel Kimlik Tasarımı	S	3	0	3	6
İVT707	Artırılmış Gerçeklik Destekli Tasarım	S	2	2	3	6
İVT709	Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı	S	3	0	3	6
İVT711	Arayüz Uygulama Tasarımı ve Prototipleme	S	2	2	3	6
İVT720	Kinetik ve 3 Boyutlu Tipografi	S	2	2	3	6
İVT719	Bilgilendirme Tasarımı	S	2	2	3	6

İVT717	İletişim Teorileri ve Uygulamaları	S	3	0	3	6
İVT716	Dijital Çağda Müzeler ve Dijital Kürasyon	S	3	0	3	6
İVT715	Sergileme Tasarımı ve Dijital Enstalasyon	S	2	2	3	6
İVT723	İletişim Kuramları ve Modelleri	S	3	0	3	6
İVT724	Görsel Kültür	S	3	0	3	6
İVT725	Stratejik İletişimde Yeni Yaklaşımlar	S	3	0	3	6
İVT726	Kurumsal İletişim ve İtibar Yönetimi	S	3	0	3	6
İVT727	Kültürlerarası ve Uluslararası İletişim	S	3	0	3	6
İVT728	Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi	S	3	0	3	6
İVT729	İletişim Stratejileri ve Becerileri	S	3	0	3	6
İVT730	İletişim Etnografisi	S	3	0	3	6
İVT731	Sosyal Etki Mekanizmaları ve Medya	S	3	0	3	6
İVT732	Küreselleşme ve Sanal Toplum	S	3	0	3	6
Seçmeli Olarak Alınması Gereken AKTS Toplamı						24
1.Yarıyılıda Alınması Gereken Toplam Minimum AKTS Toplamı						30

2.Yarıyıl

KODU	DERSİN ADI	Z/S	T	P	K	AKTS
İVT504	Seminer	Z	0	2	0	6
İVT722	İletişim ve Tasarım Atölye II	S	2	2	3	6
İVT708	Yapay Zekâ Destekli Görsel İçerik Üretimi	S	2	2	3	6

İVT710	Yaratıcı Endüstriler	S	3	0	3	6
İVT714	Tasarımda Etik ve Sürdürülebilirlik	S	3	0	3	6
İVT713	Kültürel Kimlik ve Tasarım	S	3	0	3	6
İVT712	Gösterge Tasarımı	S	2	2	3	6
İVT742	Font Tasarımı ve Dijital Font Teknolojileri	S	2	2	3	6
İVT705	Bilgi ve Veri Görselleştirme	S	3	0	3	6
İVT733	Stratejik İletişim Yönetiminde Web	S	3	0	3	6
İVT734	Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri	S	3	0	3	6
İVT735	Sanal Topluluklar ve Sosyal Medya	S	3	0	3	6
İVT736	Kültürlerarası İletişim	S	3	0	3	6
İVT737	Dijital Platformlarda Stratejik İletişim	S	3	0	3	6
İVT738	Dijital Diplomasi	S	3	0	3	6
İVT738	Stratejik İletişim ve Söylem Analizi	S	3	0	3	6
İVT740	Marka Yönetim Stratejileri Analizi	S	3	0	3	6
İVT741	Küreselleşme, Kültürel Kimlikler ve Medya	S	3	0	3	6
İVT 743	Uygarlık Mirası	S	3	0	3	6
Seçmeli Olarak Alınması Gereken AKTS Toplamı						24
2.Yarıyıl Alınması Gereken Toplam Minimum AKTS Toplamı						30

3.Yarıyıl

KODU	DERSİN ADI	Z/S	T	P	K	AKTS
SBE702	Dönem Projesi	Z	4	0	0	12

Zorunlu Olarak Alınması Gereken AKTS Toplamı	30
3.Yarıyıda Alınması Gereken Toplam Minimum AKTS Toplamı	30

b) Derslerin kodu ve içeriklerini metin olarak belirtiniz.

İVT 701 – Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği:

Araştırma teknikleri ve yayın etiğinin öğretilmesini içerir ve tezin hazırlanması sürecinde gerekli olan teknik ve etik meselelere ilişkin hakimiyet geliştirmeyi amaçlar.

İVT 702 – Uzmanlık Alan Dersi:

Teze geçmeden önce olası tez konusuna özel çalışılmasında fayda görülen konular bu başlık altında öğrenciye has olarak önerilebilecektir.

İVT 703 – Tez Çalışması:

Bu derste temel olarak akademik tez yazma ile ilgili biçimsel ve içeriğe dair ilkeler öğrenci tarafından danışman tavsiyesi doğrultusunda uygulanacak ve ortaya çıkan çalışma biçimsel ve içerik olarak incelenecektir.

İVT 704 – Seminer:

Bu uygulamalı ders öğrencilerin araştırma, sunum ve üretim etkinliklerini geliştirmeyi amaçlayacaktır.

İVT 705 – Bilgi ve Veri Görselleştirme

Bilgi ve Veri Görselleştirme dersi, karmaşık veri kümelerini anlaşılır, estetik ve etkili görsel anlatımlara dönüştürme süreçlerine odaklanır. Bu derste öğrenciler; nicel ve nitel verilerin analiz edilmesi, görselleştirme türlerinin (grafikler, haritalar, infografikler, interaktif panolar vb.) seçimi, veri okuryazarlığı ve görsel hiyerarşi gibi konuları teorik ve pratik açıdan öğrenirler. Görselleştirme tasarımlarının hedef kitleye göre nasıl yapılandırılacağı, hangi araç ve yazılımların (Tableau, Adobe Illustrator, D3.js vb.) kullanılabileceği uygulamalı projelerle deneyimlenir. Ayrıca, veri temsillerinin etik boyutu ve manipülasyon riski gibi konular da ele alınarak, öğrencilerin eleştirel ve sorumlu tasarım anlayışı geliştirmesi amaçlanır. Ders, tasarım, iletişim ve analitik düşünme becerilerini bir araya getiren disiplinlerarası bir yaklaşımla yürütülür.

İVT 706 – Marka İletişimi ve Görsel Kimlik Tasarımı

Marka İletişimi ve Görsel Kimlik Tasarımı dersi, markaların hedef kitleyle etkili ve sürdürülebilir iletişim kurabilmesi için gerekli stratejik ve görsel bileşenleri bütüncül bir yaklaşımla ele alır. Ders kapsamında marka kimliği oluşturma süreci; logo, tipografi, renk paleti, kurumsal dil, ambalaj, dijital mecralar ve reklam kampanyaları gibi öğeler üzerinden incelenir. Öğrenciler, bir markanın değerlerini, vizyonunu ve hedef kitlesini yansıtan tutarlı bir görsel iletişim sistemi geliştirmeyi öğrenirken; aynı zamanda marka algısı,

konumlandırma ve marka hikâyesi oluşturma gibi teorik çerçevelerle de desteklenir. Kuramsal bilgi, örnek vaka analizleri ve proje bazlı uygulamalarla pekiştirilir.

İVT 707 – Artırılmış Gerçeklik ve Etkileşim Tasarımı

Artırılmış Gerçeklik ve Etkileşim Tasarımı dersi, dijital içeriklerin fiziksel dünya ile bütünleştiği artırılmış gerçeklik (AR) ortamlarında kullanıcı deneyimi tasarlamayı amaçlar. Derste, AR teknolojilerinin tarihçesi, teknik altyapısı, araçları (ARKit, ARCore, Unity vb.) ve etkileşim modelleri ele alınır. Öğrenciler, görsel-işitsel öğelerin gerçek dünyayla nasıl senkronize edildiğini öğrenirken, aynı zamanda kullanıcı odaklı arayüz ve deneyim tasarımı üzerine uygulamalı projeler geliştirir. Bu kapsamda, oyunlaştırma, mekânsal tasarım, hikâye anlatımı ve bilgi görselleştirme gibi alanlar da dersin içeriğine dâhildir. Kuramsal bilgiler, güncel örnekler ve prototipleme uygulamalarıyla desteklenir.

İVT 708 – Yapay Zeka Destekli Görsel İçerik Üretimi

Yapay Zeka Destekli Görsel İçerik Üretimi dersi, yapay zeka teknolojilerinin görsel sanatlar ve tasarım alanındaki yaratıcı üretim süreçlerine etkisini kuramsal ve uygulamalı olarak incelemeyi amaçlar. Derste, üretken yapay zeka (generative AI) sistemleri, makine öğrenimi algoritmaları ve görsel veri kümeleri üzerinden içerik üretme süreçleri ele alınır. Midjourney, DALL·E, Runway ML, Stable Diffusion gibi güncel araçlar kullanılarak görsel üretim deneyimleri gerçekleştirilir; bu araçlarla illüstrasyon, afiş, konsept tasarımı ve medya içeriği üretimi gibi farklı alanlarda proje çalışmaları yapılır. Ayrıca, yapay zeka ile sanat üretimi bağlamında etik, telif hakkı, özgünlük ve yaratıcılık gibi kavramlar da tartışmaya açılır. Ders; teknolojik yetkinlik, eleştirel düşünme ve estetik yaratıcılığı bütünleştiren yenilikçi bir içerik sunar.

İVT 709 – Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı

Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı dersi, görsel sanat eserlerinin izleyici üzerindeki etkisini anlamak amacıyla algı kuramları, göstergebilim ve estetik kuramları üzerinden çok yönlü bir analiz sunar. Bu derste, görsel imgelerin kültürel, toplumsal ve psikolojik bağlamlarda nasıl anlam kazandığı, izleyici tarafından nasıl algılandığı ve yorumlandığı incelenir. Sanat tarihi boyunca farklı dönemlerden seçilen örnekler üzerinden simge, metafor, kompozisyon, renk ve biçim gibi öğelerin anlam üretme süreçleri analiz edilir. Öğrenciler, görsel okuma becerileri geliştirirken, aynı zamanda çağdaş sanat pratikleriyle eleştirel düşünme ve yorumlama yetilerini derinleştirirler. Ders; görsel iletişim, sanat kuramı ve estetik alanlarını bütünleştiren disiplinlerarası bir bakış sunar.

İVT 710 – Yaratıcı Endüstriler

Yaratıcı Endüstriler dersi, kültür, tasarım, medya ve teknoloji temelli üretim alanlarını kapsayan yaratıcı ekonominin dinamiklerini anlamaya yönelik disiplinlerarası bir bakış sunar. Ders kapsamında reklam, moda, film, televizyon, dijital oyun, mimarlık, yayıncılık, müzik, görsel sanatlar ve dijital medya gibi yaratıcı sektörlerin tarihsel gelişimi, işleyiş yapıları, üretim modelleri ve ekonomik etkileri ele alınır. Öğrenciler, yaratıcı emeğin dönüşümünü, dijitalleşmenin etkilerini ve küresel yaratıcı pazarların kültürel-politik boyutlarını analiz eder. Ayrıca Türkiye'deki yaratıcı endüstrilerin durumu, teşvik mekanizmaları ve girişimcilik olanakları da vaka analizleri ve proje temelli çalışmalarla

incelenir. Ders, yaratıcı üretim süreçlerini kavramsal olarak sorgulayan ve sektörel bilgiyle bütünleştiren bir çerçeve sunar.

İVT 711 – Arayüz Uygulama Tasarımı ve Prototipleme

Arayüz Uygulama Tasarımı ve Prototipleme dersi, dijital ürünlerin kullanıcı dostu ve işlevsel arayüzlerini tasarlamak ve bu tasarımları interaktif prototiplere dönüştürmek üzerine odaklanır. Ders kapsamında kullanıcı arayüzü (UI) ve kullanıcı deneyimi (UX) tasarım ilkeleri, bilgi mimarisi, etkileşim modelleri, responsive tasarım yaklaşımları ve kullanıcı odaklı test süreçleri ele alınır. Öğrenciler, Figma, Adobe XD gibi güncel tasarım araçlarıyla uygulamalar geliştirerek hem görsel hem işlevsel açıdan etkili prototipler üretir. Ayrıca kullanıcı senaryoları oluşturma, wireframe ve mockup hazırlama gibi yöntemler üzerinden tasarım sürecinin tüm aşamaları deneyimlenir. Ders, teorik bilgi ile pratik uygulamayı bütünleştirerek yaratıcı, sezgisel ve kullanıcı merkezli dijital arayüzlerin geliştirilmesini hedefler.

İVT 712 – Gösterge Tasarımı

Bu ders, göstergebilimsel yaklaşımlar ışığında görsel göstergelerin anlam üretme süreçlerini inceleyerek, öğrencilerin bilinçli, etkili ve sistematik gösterge sistemleri tasarlama becerilerini geliştirmeyi amaçlar.

İVT 713 – Kültürel Kimlik ve Tasarım

Kültürel kimlik ve tasarım arasındaki karmaşık ilişkileri inceleyerek, öğrencilerin kültürel bağlam, kimlik politikaları ve temsil meselelerini tasarım pratiklerine bilinçli bir şekilde entegre etme becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

İVT 714 – Tasarımda Etik ve Sürdürülebilirlik

Tasarım uygulamalarının etik boyutlarını ve sürdürülebilirlik prensiplerini inceleyerek, öğrencilerin toplumsal ve çevresel sorumluluklarını tasarım pratiklerine entegre etme becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

İVT 715 – Sergileme Tasarımı ve Dijital Enstalasyon

Çağdaş sergileme pratiklerini dijital teknolojilerle harmanlayarak, sürükleyici ve etkileşimli mekânsal deneyimler yaratma becerilerini geliştirmeyi amaçlar. Öğrenciler, fiziksel mekân tasarımı ile dijital medya entegrasyonunu birleştirerek yenilikçi sergileme ve enstalasyon projeleri tasarlamayı öğrenirler.

İVT 716 – Dijital Çağda Müzeler ve Dijital Kürasyon

Dijital teknolojilerin müzecilik ve kürasyon pratiklerini nasıl dönüştürdüğünü inceleyerek, dijital ortamlarda kültürel içeriklerin sunumu, yorumlanması ve erişilebilir kılınması için gereken becerileri kazandırmayı amaçlamaktadır.

İVT 717 – İletişim Teorileri ve Uygulamaları

İletişim süreçlerinin teorik temellerini inceleyerek, tasarım disiplini içerisinde bu teorilerin pratik uygulamalarını geliştirmeyi amaçlar. Öğrenciler, çeşitli iletişim modellerini analiz ederek, bunların görsel iletişim tasarımı uygulamalarına nasıl entegre edilebileceğini öğrenirler.

İVT 719 – Bilgilendirme Tasarımı

Karmaşık bilgileri anlaşılır, erişilebilir ve etkili bir şekilde görselleştirme, organize etme ve iletme prensiplerini incelemeyi amaçlar. Öğrenciler, kullanıcı odaklı bilgilendirme sistemleri tasarlama ve bilgiyi farklı ortamlarda sunma becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

İVT 720 – Kinetik ve 3 Boyutlu Tipografi

Tipografinin statik iki boyutlu yüzeylerden çıkarak hareket, zaman ve üç boyutlu mekân içerisinde nasıl davrandığını incelemek ve bu alanlarda uygulamalar geliştirmek için gereken teorik ve pratik becerileri kazandırmayı amaçlamaktadır.

İVT 721 – İletişim ve Tasarım Atölye I

İletişim ve Tasarım Atölye II, birinci dönemde edinilen temel beceri ve kavramların üzerine inşa edilerek, öğrencilerin daha karmaşık iletişim ve tasarım projelerinde uzmanlaşmalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu ders, ileri düzey görsel iletişim stratejileri, yenilikçi dijital medya uygulamaları ve bütünlük tasarım yaklaşımlarını kullanarak profesyonel düzeyde yaratıcı çözümler geliştirme becerisini kazandırmayı hedeflemektedir. Öğrenciler, gerçek dünya senaryolarında çalışarak sektörel beklentilere uygun portfolyo oluşturma fırsatı bulacaklardır.

İVT 722 – İletişim ve Tasarım Atölye II

İletişim ve Tasarım Atölye, öğrencilerin görsel iletişim, grafik tasarım ve dijital medya alanlarındaki teorik bilgilerini pratiğe dökebilecekleri interaktif bir öğrenme ortamı sunmayı amaçlamaktadır. Bu atölye, iletişim stratejilerini tasarım ilkeleriyle birleştirerek etkili mesaj iletimi için gerekli becerileri kazandırmayı hedeflemektedir. Katılımcılar, bireysel ve grup çalışmaları aracılığıyla yaratıcı düşünme, problem çözme ve eleştirel analiz yeteneklerini geliştireceklerdir.

İVT 742 – Font Tasarımı ve Dijital Font Teknolojileri

Öğrencilere font tasarımının tarihsel gelişimi, tipografik teori ve prensipleri, dijital font teknolojileri ve çağdaş font tasarımı uygulamaları konularında ileri düzey bilgi ve beceriler kazandırmayı amaçlamaktadır. Öğrenciler, teorik bilgilerini pratik projelerle pekiştirerek kendi özgün font tasarımlarını geliştirecek, mevcut font teknolojilerini kullanma ve yeni teknolojileri değerlendirme yetkinliği kazanacaklardır. Ayrıca, font tasarımının kültürel, toplumsal ve ticari boyutlarını eleştirel bir bakış açısıyla analiz edebileceklerdir.

İVT 743 – Uygarlık Mirası

İletişim ve Tasarım Yüksek Lisans Programı öğrencilerine kültürel kodların, uygarlık dinamiklerinin ve toplumsal değerlerin iletişim ve tasarım süreçlerindeki rolünü kavratmayı amaçlamaktadır. Ders, tarihsel süreçte kültür ve uygarlıkların gelişimini, etkileşimini ve dönüşümünü inceleyerek öğrencilere küresel ve yerel kültürel bağlamları anlama, yorumlama ve bu bilgileri tasarım ve iletişim stratejilerinde kullanma becerisi kazandırmayı hedeflemektedir.

5. **Önerilen program için mevcut laboratuvarların adlarını, kaç metrekare olduklarını ve her laboratuvarda bulunan önemli cihazların listesini veriniz.**

Önerilen program için laboratuvar çalışması gerekmemektedir.

6. Eğitim-öğretim ve araştırma için mevcut bilgisayar ekipmanlarının dökümünü veriniz ve bunların hangi amaçla kullanıldığını belirtiniz.

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi MAYEM ve Sümerbank Binalarında bulunan toplam 90 m2'lik 2 laboratuvarımızda 66 bilgisayar eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetleri için kullanılmak üzere hazır durumdadır.

7. Lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık terminal ve/veya kişisel bilgisayar sayılarını ve bunların ne kadar süre (hafta, gün, saat) ile kullanıma açık olduğunu belirtiniz.

Lisansüstü programa kabul alan öğrencilerimiz, ASBÜ bünyesindeki bilgisayar laboratuvarlarından da yararlanabilecektir. Bilgisayar laboratuvarı hafta içi, mesai saatleri içinde kullanıma açıktır. Bilgisayar laboratuvarında bulunan 66 bilgisayar ve 1 merkez bilgisayarı lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık bilgisayarlardır. Her iki bilgisayar laboratuvarı haftanın 5 iş günü boyunca saat 08:30-17:00 arasında kullanıma açıktır. Merkez bilgisayarı ise merkez yönetimine ihtiyaç bildirildiği koşulda ve randevu yoluyla kullanıma açık olacaktır.

8. Önerilen programla ilgili olarak üniversite ve/veya bölümünüz kütüphanesinde bulunan sürekli yayınların adları ile hangi yıldan itibaren mevcut olduklarını bir liste halinde belirtiniz.

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Kütüphanesi, Sobiad veri tabanına abonedir. Sobiad, Sosyal Bilimler, Fen Bilimleri, Sağlık Bilimleri alanlarında yayınlanan toplamda 826 derginin indekslendiği bir veri tabanıdır ve aynı zamanda Türkiye merkezli en çok sosyal bilimler makalesinin bulunduğu milli bir indekstir. Aynı zamanda Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi TÜBİTAK'ın geliştirdiği Elektronik Kaynaklar Ulusal Akademik Lisansı (EKUAL) sisteminin üyesidir. Dolayısıyla, başvuru programla ilgili olan abone veri tabanına ek olarak, EKUAL veri tabanları da (toplam 736 dergi alternatifi) öğrencilerin kullanımı için ASBÜ Kütüphane web sayfasının tarama bölümünde öğrencilerin kullanımına hazırdır. Dolayısıyla, üniversite kütüphanesinin veri tabanları alanla ilişkili çevrimiçi veri tabanlarının pek çoğuna ulaşmaya olanak tanımaktadır. ASBÜ kütüphanesi öğrencilere abonelik yaptığı veri tabanlarına uzaktan erişim olanağını da sunmaktadır.

9. Önerilen program disiplinlerarası (interdisipliner) nitelikte ise;

Bu programın,

- **Üniversitede halen yürütülmekte olan diğer yüksek lisans programlarından farkları,**
- **Üniversitemizde bu alan çalışmalarını içine alan herhangi bir yüksek lisans programı bulunmamaktadır.**
- **Mevcut yüksek lisans programlarını zayıflatmadan nasıl yürütüleceği,**

- Program açılışında yer alan akademik kadronun, diğer programlardaki çalışmalarını aksatmayacak şekilde planlama yapılmıştır.
- **Mevcut imkanlara ek olarak yeni fiziki alan (sınıf, laboratuvar, vb.) gerektirip, gerektirmediği,**
- Enstitü bünyesinde yer alan sınıf ve bilgisayar laboratuvarına ek olarak, İletişim Fakültesi ve Sanat ve Tasarım Fakültelerinin kullanımı için hazırlanan laboratuvarlarda ilgili programın ihtiyacını karşılamaktadır. Bu nedenle program için yeni fiziksel mekân imkânı gerekmemektedir.
- **Üniversiteye getireceği ek mali külfet ve bunun nasıl karşılanacağı,**
- Üniversite bünyesindeki imkanlar ve , İletişim Fakültesi ve Sanat ve Tasarım Fakültelerinin kullanımı için hazırlanan laboratuvarlar, programın da ihtiyaçlarını karşılayabilir olduğundan üniversiteye ek bir maliyet söz konusu değildir.
- **Programa başlayacak öğrencilerin farklı disiplinlerden gelmesi durumunda, bu öğrenciler için Bilimsel Hazırlık Programı uygulanıp, uygulanmayacağı; uygulanacaksa, bu programın ne şekilde düzenleneceği somut olarak açıklanmalıdır.**
- Programda bilimsel hazırlık uygulanmayacaktır.

PROGRAM ve ÖĞRETİM ÜYESİ BİLGİLERİ

Enstitü Adı	: Sosyal Bilimler Enstitüsü				
Programın Bağlı Olduğu Anabilim Dalı*	: Disiplinlerarası				
Program Adı**	: Stratejik İletişim Yönetimi/Tezli				
Öğretim Şekli***	: Normal Öğretim				
Öğretim Dili****	: Türkçe				
ÖĞRETİM ÜYESİNİN					
Unvanı-Adı-Soyadı	Üniversitede Kadrosunun Bulunduğu Bölüm	Devam Eden Tezli Yüksek Lisans Danışmanlık Sayısı	Devam Eden Doktora Danışmanlık Sayısı	Devam Eden Tezsiz Yüksek Lisans Danışmanlık Sayısı	Öğretim Üyesinin, Açılması İstenilen Yüksek Lisans Alanı ile İlgili Çalışmaları (Öğretim üyesinin doktora veya doçentlik alanı açılacak yüksek lisans programı ile aynı olmadığı disiplinlerarası alanlar için doldurulacaktır.)
Prof. Dr. Abdullah Şevki DUYMAZ	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Doç. Dr. Ayşegül DOĞRUCAN	Yeni Medya ve İletişim	0	0	0	-
Doç. Dr. Nevfel BOZ	Yeni Medya ve İletişim	0	7	0	-
Doç. Dr. Ahmet Faruk ÇEÇEN	Yeni Medya ve İletişim	0	0	0	-
Doç. Dr. Hülya ÖZKAN RIGIDERAKHSHAN	Yeni Medya ve İletişim	1	0	0	-
Doç. Emin TOKSÖZ	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Doç. Cumhur COŞKUN	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Dr. Öğr. Üy. Gökberk DURMAZ	Uluslararası İlişkiler	5	4	0	-
* Üniversitemiz Fakültelerine bağlı bir bölüm mü (Örneğin: Kamu Hukuku), Yoksa Disiplinlerarası mı (Örneğin: Denetim ve Risk Yönetimi-Disiplinlerarası) olduğu belirtilecek.					
** Programın Tezli/Tezsiz/Doktora mı olduğu belirtilecek.					
*** Normal Öğretim mi yoksa İkinci Öğretim mi olduğu belirtilecek.					
**** Türkçe / İngilizce / Arapça vs.					

PROGRAM ve ÖĞRETİM ÜYESİ BİLGİLERİ

Enstitü Adı	: Sosyal Bilimler Enstitüsü				
Programın Bağlı Olduğu Anabilim Dalı*	: Disiplinlerarası				
Program Adı**	: Stratejik İletişim Yönetimi/Tezsiz				
Öğretim Şekli***	: Normal Öğretim				
Öğretim Dili****	: Türkçe				
ÖĞRETİM ÜYESİNİN					
Unvanı-Adı-Soyadı	Üniversitede Kadrosunun Bulunduğu Bölüm	Devam Eden Tezli Yüksek Lisans Danışmanlık Sayısı	Devam Eden Doktora Danışmanlık Sayısı	Devam Eden Tezsiz Yüksek Lisans Danışmanlık Sayısı	Öğretim Üyesinin, Açılması İstenilen Yüksek Lisans Alanı ile İlgili Çalışmaları (Öğretim üyesinin doktora veya doçentlik alanı açılacak yüksek lisans programı ile aynı olmadığı disiplinlerarası alanlar için doldurulacaktır.)
Prof. Dr. Abdullah Şevki DUYMAZ	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Doç. Dr. Ayşegül DOĞRUCAN	Yeni Medya ve İletişim	0	0	0	-
Doç. Dr. Nevfel BOZ	Yeni Medya ve İletişim	0	7	0	-
Doç. Dr. Ahmet Faruk ÇEÇEN	Yeni Medya ve İletişim	0	0	0	-
Doç. Dr. Hülya ÖZKAN RIGIDERAKHSHAN	Yeni Medya ve İletişim	1	0	0	-
Doç. Emin TOKSÖZ	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Doç. Cumhur COŞKUN	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Dr. Öğr. Üy. Gökberk DURMAZ	Uluslararası İlişkiler	5	4	0	-
* Üniversitemiz Fakültelerine bağlı bir bölüm mü (Örneğin: Kamu Hukuku), Yoksa Disiplinlerarası mı (Örneğin: Denetim ve Risk Yönetimi-Disiplinlerarası) olduğu belirtilecek.					
** Programın Tezli/Tezsiz/Doktora mı olduğu belirtilecek.					
*** Normal Öğretim mi yoksa İkinci Öğretim mi olduğu belirtilecek.					
**** Türkçe / İngilizce / Arapça vs.					

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI AÇMAK İÇİN BAŞVURU FORMATI

Yükseköğretim Kurumları tarafından yeni bir yüksek lisans programı açılması için yapılacak başvurularda bulunması gereken bilgi ve belgeler aşağıda belirtilmiştir. Bu bilgi ve belgelerin eksiksiz ve istenilen formata uygun olarak verilmesi (cevapların soru numaralarına bire bir karşılığı gelecek biçimde), başvuruların mevcut mevzuat ve akademik kriterler kapsamında değerlendirilmesi ve en kısa sürede sonuçlandırılması için gereklidir.

Açılması önerilen programın adını belirtiniz.

STRATEJİK İLETİŞİM YÖNETİMİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

1.

Değişen küresel koşullarda, kitle iletişim teknolojilerinin ve iletişim tekniklerinin çeşitlenmesi, iletişimin stratejik önemini ortaya çıkarmıştır. Hızla gelişen teknolojilerin, mesaj içeriklerinin oluşturulması ve yayılmasını kolaylaştırması, bir taraftan avantajlar sunarken diğer taraftan beraberinde sorun ve dezavantajlar da getirmiştir. Klasik manada bilgilenme ve haberdar olmayla bağlantılı olan iletişim, içeriklerin oluşturulma süreçlerinden, içeriklerin sunum şekline uzanan geniş bir alanda bir tür **anlam yaratma ve yayma** sürecinin en önemli unsuru haline gelmiştir. Özellikle kamuoyuna sunulan bilgisel ve haberlerin, kaynak ve güvenilirlik sorunu içermeleri işletmeler, kamu kurum ve kuruluşları ve uluslararası iletişim aktörleri açısından riskli bir alan oluşturmaktadır. Bu risk alanın kontrol edilmesi ve risklerin minimuma indirilebilmesi için, doğru veriler doğrultusunda hedef belirlemek, hedefler doğrultusunda iletişim yetkinliğini geliştirmek ve olası durumlarda stres yönetebilmek kritik önemdedir. Bu nedenle iletişim, işletmeler, kamu kurum ve kuruluşları ve uluslararası iletişim aktörleri açısından artık bir stratejik yönetim sürecine dönüşmüştür.

Yapılan faaliyetlerin doğru ve başarılı olması kadar, bu faaliyetlerin doğru yöntemlerle anlatılması da artık çağımızın bir gereği ve gerçeğidir. Dolayısıyla özellikle kurumsal iletişim mekanizmalarının bu gerekliliğe uyum sağlayıp, etkili iletişim stratejileri geliştirebilecek insan kaynakları ihtiyacı gün geçtikçe artmaktadır. Program bu insan kaynakları ihtiyacını karşılayabilecek uzmanlar yetiştirmeyi ve bu alanda yapılacak akademik çalışmalar yapılmasını amaçlamaktadır.

- 1. Akademik İhtiyaç:** Türkiye'de ve özelde Ankara'da Stratejik İletişim Yönetimi bütünsel bir yaklaşımla ele alan, disiplinlerarası yapıya sahip lisansüstü program sayısı sınırlıdır. Bu alandaki akademik yayın, araştırma ve doktora öncesi eğitim ihtiyacını karşılamak amacıyla tezli program gereklidir.
- 2. Sektörel Talep:** Stratejik İletişim Yönetimi alanında çalışan profesyoneller, mesleki uzmanlıklarını geliştirebilecekleri nitelikli lisansüstü programlara ihtiyaç duymaktadır. Tezsiz program bu ihtiyaca karşılık vermektedir.
- 3. Kalkınma Planları ve Ulusal Stratejilerle Uyum:** Türkiye Cumhuriyeti'nin 11. Kalkınma Planı'nda vurgulanan yaratıcı endüstrilerin desteklenmesi, dijital dönüşümün teşvik edilmesi

ve yükseköğretimde disiplinlerarası yaklaşımların güçlendirilmesi hedefleriyle program örtüşmektedir.

4. Bununla birlikte, Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile İletişim Başkanlığı bünyesinde “stratejik iletişim ve kriz yönetimine ilişkin politikaları belirlemek, bu kapsamda ulusal ve uluslararası alanda yürütülecek faaliyetlerde tüm kamu kurum ve kuruluşları arasında koordinasyonu sağlamak” görevini yerine getirmek üzere “Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığı”nın kuruluş mantığıyla da ilgili program örtüşmektedir.
5. **İş Gücü Piyasasındaki Açık:** Dijital çağın ihtiyaç duyduğu medya tasarımcıları, stratejik iletişim uzmanları, kullanıcı deneyimi tasarımcıları ve yaratıcı içerik üreticileri gibi meslek alanlarında yüksek lisans düzeyinde yetişmiş uzmanlara talep giderek artmaktadır.
6. **Mevcut Lisans Mezunları için Akademik Süreklilik:** Görsel İletişim Tasarımı, İletişim, Medya ve İletişim, Sinema-TV, Reklamcılık, Grafik Tasarım, Halkla İlişkiler, Uluslararası İlişkiler, Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi, Sosyoloji, Psikoloji, Felsefe vb gibi lisans programlarından mezun olan öğrencilerin lisansüstü düzeyde uzmanlaşmalarını sağlayacak uygun bir akademik kanalın eksikliği hissedilmektedir.

Bu gerekçeler doğrultusunda açılması planlanan Stratejik İletişim Yönetimi Yüksek Lisans Programı, yalnızca akademik bir boşluğu doldurmakla kalmayacak; aynı zamanda yaratıcı sektörler ile üniversite arasında bir köprü işlevi görerek bilgi üretimi ve uygulama arasında etkileşimli bir zemin oluşturacaktır.

2. Açılması önerilen programa öğrenci talebi ile ilgili tahmini öğrenci sayıları

	Programa Başlayacak Öğrenci Sayısı		Toplam Öğrenci Sayısı
	Güz	İlkbahar	
1. Yıl	15	5	15
2. Yıl	15	5	15
3. Yıl	15	5	15
4. Yıl	15	5	15
Genel Toplam	60	5	80

Not: Tablodaki tahmini sayıların belirlenmesinde kullanılan varsayımlar, programın açılma gerekçeleriyle uyumlu olmalıdır. Varsa, civardaki üniversitelerde bulunan ve önerilen programa benzer yapıdaki yüksek lisans programlarına olan talepler belirtilmelidir.

3. Önerilen programa öğrenci kabul koşullarını açıklayınız.

- Üniversitelerin en az 4 yıllık eğitim veren lisans programlarının herhangi birinden mezun olunmalıdır.
- Lisans mezuniyet not ortalaması 4.00 üzerinden en az 2.00 veya 100 üzerinden 50.00 olmalıdır.
- ALES (EA) puanının 60 olması veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.
- YDS / e-YDS / YÖKDİL / e-YÖKDİL (İngilizce) sınavlarından herhangi birinden en az 50 puan veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.
- Yapılacak olan Bilimsel Değerlendirme Sınavından (yazılı ve/veya sözlü) en az 60 puan alınmalıdır.
- Genel Değerlendirme puanı 65 ve üzeri olması.

4. Yüksek lisans derecesi almak için alınması gereken zorunlu ve seçmeli dersler için;

- a) Her bir dönem ayrı ayrı olmak üzere Ders, Tez veya Proje kredileri ile AKTS kredi bilgilerini tablo olarak,

(Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği Madde 6: Tezli yüksek lisans programı toplam yirmi bir krediden az olmamak koşuluyla en az yedi ders, bir seminer dersi ve tez çalışmasından oluşur. Seminer dersi ve tez çalışması kredisiz olup başarılı veya başarısız olarak değerlendirilir. Tezli yüksek lisans programı bir eğitim-öğretim dönemi 60 AKTS kredisinden az olmamak koşuluyla seminer dersi dahil en az sekiz ders ve tez çalışması olmak üzere toplam en az 120 AKTS kredisinden oluşur.

Madde 11: Tezsiz yüksek lisans programı toplam otuz krediden ve 60 AKTS'den az olmamak kaydıyla en az on ders ile dönem projesi dersinden oluşur.)

- b) Derslerin kodu ve içeriklerini metin olarak belirtiniz.

1. Yarı Yıl						
Kodu	Ders	Z/S	T	P	K	AKTS
SIY501	Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği	Z	3	0	3	6
SIY503	İletişim Kuramları ve Modelleri	Z	3	0	3	6
SIY505	Görsel Kültür	S	3	0	3	6
SIY507	Stratejik İletişimde Yeni Yaklaşımlar	S	3	0	3	6
SIY511	Kurumsal İletişim ve İtibar Yönetimi	S	3	0	3	6
SIY513	Kültürlerarası ve Uluslararası İletişim	S	3	0	3	6
SIY515	Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi	S	3	0	3	6

SİY517	İletişim Stratejileri ve Becerileri	S	3	0	3	6
SİY519	İletişim Etnografisi	S	3	0	3	6
SİY521	Sosyal Etki Mekanizmaları ve Medya	S	3	0	3	6
SİY523	Küreselleşme ve Sanal Toplum	S	3	0	3	6
Dönemlik Alınması Gereken AKTS						30

2. Yarı Yıl						
Kodu	Ders	Z/S	T	P	K	AKTS
SİY502	Stratejik İletişim Temelleri	Z	3	0	3	6
SİY504	Kriz İletişimi ve Yönetimi	Z	3	0	3	6
SİY506	Stratejik İletişim Yönetiminde Web	S	3	0	3	6
SİY508	Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri	S	3	0	3	6
SİY510	Sanal Topluluklar ve Sosyal Medya	S	3	0	3	6
SİY512	Kültürlerarası İletişim	S	3	0	3	6
SİY514	Dijital Platformlarda Stratejik İletişim	S	3	0	3	6
SİY516	Dijital Diplomasi	S	3	0	3	6
SİY518	Stratejik İletişim ve Söylem Analizi	S	3	0	3	6
SİY520	Marka Yönetim Stratejileri Analizi	S	3	0	3	6
SİY522	Küreselleşme, Kültürel Kimlikler ve Medya	S	3	0	3	6
Dönemlik Alınması Gereken AKTS						30

3. Yarı Yıl						
Kodu	Ders	Z/S	T	P	K	AKTS
SBE501	Uzmanlık Alan Dersi	Z	8	0	0	10
SBE502	Tez Çalışması	Z	0	0	0	20
Dönemlik Alınması Gereken AKTS						30

4. Yarı Yıl						
Kodu	Ders	Z/S	T	P	K	AKTS
SBE501	Uzmanlık Alan Dersi	Z	8	0	0	10
SBE502	Tez Çalışması	Z	0	0	0	20
Dönemlik Alınması Gereken AKTS						30
Toplam AKTS						120

DERS İÇERİKLERİ

SİY501 – Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği: Bu ders, sosyal bilimlerde araştırma yürütmenin temel ilkelerini tanıtır. Öğrenciler, araştırma sorusu oluşturma, hipotez kurma, yöntem seçimi ve veri analizine kadar olan süreci sistemli biçimde öğrenir. Aynı zamanda bilimsel yayın etiği, intihalden kaçınma, kaynakça yönetimi ve akademik dürüstlük ilkeleri ele alınır.

SİY503 – İletişim Kuramları ve Modelleri: İletişim biliminde ortaya çıkan başlıca kuramsal yaklaşımlar bu dersin temelini oluşturur. Klasik modellerden başlayarak kültürel, eleştirel ve yapısalcı iletişim kuramlarına kadar geniş bir kuramsal çerçeve sunulur. Ders, öğrencilere kuramlarla düşünmeyi ve medyayı kuramsal olarak çözümleyebilmeyi öğretir.

SİY505 – Görsel Kültür: Görsel imgelerin toplumsal hayattaki anlamlarını çözümleme becerisi kazandıran bu ders, görsel kültürün temel kavramlarıyla birlikte ikonografi, temsil ve bakış gibi konuları ele alır. Medya, sanat, reklam gibi alanlarda kullanılan görsel öğeler üzerinden analiz pratiği yapılır.

SİY507 – Stratejik İletişimde Yeni Yaklaşımlar: İletişim teknolojilerindeki değişimle birlikte ortaya çıkan yeni stratejik iletişim pratikleri bu dersin odağındadır. Algı yönetimi, içerik mimarisi, etkileşimli iletişim ve dijital strateji gibi güncel başlıklar üzerinde durulur.

SİY511 – Kurumsal İletişim ve İtibar Yönetimi: Kurumların hedef kitleyle kurduğu iletişimin yapılandırılması ve itibarın sürdürülebilir biçimde yönetilmesi bu dersin temel konularıdır. Ders, kurum içi ve kurum dışı iletişim stratejilerine odaklanır.

SİY513 – Kültürlerarası ve Uluslararası İletişim: Farklı kültürel bağlamlarda iletişim kurmanın zorlukları ve yöntemleri bu derste ele alınır. Kültürel kodlar, iletişim tarzları ve uluslararası medya akışları gibi konular üzerinden küresel iletişim ortamı tartışılır.

SİY515 – Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi: Siyasal aktörlerin medya ile ilişkileri,

kampanya süreçleri, kamuoyu oluşturma ve kamu diplomasisi stratejileri bu dersin içeriğini oluşturur. Ders, güncel örnekler eşliğinde medya-siyaset ilişkisini analiz etmeyi hedefler.

SİY517 – İletişim Stratejileri ve Becerileri: Sözlü, yazılı ve dijital ortamlarda etkili iletişim kurma becerileri bu dersin odak noktasıdır. Sunum teknikleri, kriz iletişimi, hedef kitleye göre iletişim kurma gibi pratik beceriler kazandırılır.

SİY519 – İletişim Etnografisi: İletişim süreçlerinin günlük yaşam içindeki anlamını keşfetmeye yönelik bu ders, etnografik gözlem, derinlemesine görüşme ve alan araştırması gibi yöntemlerle medya pratiklerini analiz etmeyi öğretir.

SİY521 – Sosyal Etki Mekanizmaları ve Medya: Medya içeriklerinin birey ve toplum üzerindeki etkileri kuramsal olarak tartışılır. Gündem belirleme, çerçeveleme, ikna ve kanaat oluşturma mekanizmaları medya örnekleriyle birlikte analiz edilir.

SİY523 – Küreselleşme ve Sanal Toplum: Küreselleşme sürecinin medya sistemleri ve iletişim biçimleri üzerindeki etkisi tartışılır. Sanal topluluklar, dijital yurttaşlık ve kültürel etkileşim konuları bu bağlamda ele alınır.

2. Yarıyıl Ders İçerikleri

SİY502 – Stratejik İletişim Temelleri: Bu ders, stratejik iletişimin kuramsal çerçevesini sunar. İletişimin planlı, hedef odaklı ve ölçülebilir biçimde yürütülmesine ilişkin yaklaşımlar işlenir. Hedef kitle tanımlama, mesaj stratejileri geliştirme ve kanal seçimi gibi temel uygulama alanları üzerinde durulur.

SİY504 – Kriz İletişimi ve Yönetimi: Kurumların kriz durumlarında yürüttükleri iletişim stratejileri bu dersin merkezindedir. Kriz senaryosu oluşturma, kriz döneminde medya ile ilişki kurma, itibar koruma ve toparlanma süreci vaka analizleriyle ele alınır.

SİY506 – Stratejik İletişim Yönetiminde Web: Ders, web ortamında yürütülen stratejik iletişim faaliyetlerine odaklanır. Kurumsal web sitelerinin içerik planlaması, SEO temelli dijital görünürlük, kullanıcı deneyimi (UX) ve içerik yönetim sistemleri ele alınır.

SİY508 – Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri: Kurumların medya ile kurduğu ilişkilerin yönetimi ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin iletişim stratejileriyle entegrasyonu bu dersin kapsamındadır. Medya takibi, basın bülteni hazırlama ve sözcülük becerileri uygulamalı olarak öğretilir.

SİY510 – Sanal Topluluklar ve Sosyal Medya: Dijital platformlarda oluşan toplulukların

yapısı, iletişim biçimleri ve kültürel dinamikleri incelenir. Hashtag hareketleri, sosyal medya kampanyaları, dijital aidiyet ve toplumsal etkileşim örneklerle tartışılır.

SİY512 – Kültürlerarası İletişim: Kültürel farklılıkların iletişim süreçlerine etkisi bu dersin odak noktasıdır. Kültürlerarası uyum, stereotipler, ön yargılar ve küresel iletişim bağlamında etkileşim sorunları teorik yaklaşımlarla ele alınır.

SİY514 – Dijital Platformlarda Stratejik İletişim: Sosyal medya ve dijital içerik alanında yürütülen stratejik iletişim faaliyetleri bu derste incelenir. Dijital reklamcılık, influencer iş birlikleri, içerik takvimi ve etkileşim analizi gibi başlıklar ders kapsamında değerlendirilir.

SİY516 – Dijital Diplomasi: Uluslararası ilişkilerde dijital platformların kullanımına odaklanan bu ders, devletlerin kamu diplomasisi stratejilerini sosyal medya üzerinden nasıl yürüttüklerini analiz eder. Yumuşak güç, uluslararası imaj ve dijital söylem üretimi gibi konular işlenir.

SİY518 – Stratejik İletişim ve Söylem Analizi: Stratejik iletişim kapsamında kullanılan söylemlerin çözümlenmesine yönelik kuramsal ve uygulamalı bilgiler sunulur. Söylem analizi teknikleriyle medya metinleri, kampanya içerikleri ve siyasi dil ele alınır.

SİY520 – Marka Yönetim Stratejileri Analizi: Marka değerinin oluşturulması, korunması ve yeniden konumlandırılması süreçlerine dair stratejik yaklaşımlar dersin ana temasını oluşturur. Marka kişiliği, hedef kitleye uygun konumlandırma ve tutundurma yöntemleri vaka örnekleriyle tartışılır.

SİY522 – Küreselleşme, Kültürel Kimlikler ve Medya: Küreselleşmenin kültürel kimlikler üzerindeki etkisi, medya aracılığıyla şekillenen temsil biçimleri ve kültürel melezleşme bu dersin odağındadır. Yerellik, küresel medya endüstrileri ve kültürel direniş pratikleri üzerinden değerlendirme yapılır.

3. ve 4. Yarıyıl Ders İçerikleri

SBE501 – Uzmanlık Alan Dersi: Bu ders, öğrencinin tez konusuyla doğrudan ilişkili alanlarda derinleşmesini sağlar. Danışman rehberliğinde yürütülen bu süreçte literatür analizi, yöntem seçimi ve kuramsal çerçeve oluşturma gibi akademik hazırlıklar yapılır.

SBE502 – Tez Çalışması: Bağımsız akademik araştırma süreci olan tez çalışması, öğrencinin bir sorunsal belirleyerek bu konuda metodolojik bir yaklaşım geliştirip yazılı bir çalışma üretmesini kapsar. Danışman gözetiminde yürütülür.

5. **Önerilen program için mevcut laboratuvarların adlarını, kaç metrekare olduklarını ve her laboratuvarında bulunan önemli cihazların listesini veriniz.**

Önerilen program için laboratuvar çalışması gerekmemektedir.

6. **Eğitim-öğretim ve araştırma için mevcut bilgisayar ekipmanlarının dökümünü veriniz ve bunların hangi amaçla kullanıldığını belirtiniz.**

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi MAYEM ve Sümerbank Binalarında bulunan toplam 90m²'lik 2 laboratuvarımızda 66 bilgisayar eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetleri için kullanılmak üzere hazır durumdadır.

7. **Lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık terminal ve/veya kişisel bilgisayar sayılarını ve bunların ne kadar süre (hafta, gün, saat) ile kullanıma açık olduğunu belirtiniz.**

Lisansüstü programa kabul alan öğrencilerimiz, ASBÜ bünyesindeki bilgisayar laboratuvarlarından da yararlanabilecektir. Bilgisayar laboratuvarı hafta içi, mesai saatleri içinde kullanıma açıktır. Bilgisayar laboratuvarında bulunan 66 bilgisayar ve 1 merkez bilgisayarı lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık bilgisayarlardır. Her iki bilgisayar laboratuvarı haftanın 5 iş günü boyunca saat 08:30-17:00 arasında kullanıma açıktır. Merkez bilgisayarı ise merkez yönetimine ihtiyaç bildirildiği koşulda ve randevu yoluyla kullanıma açık olacaktır.

8. **Önerilen programla ilgili olarak üniversite ve/veya bölümünüz kütüphanesinde bulunan sürekli yayınların adları ile hangi yıldan itibaren mevcut olduklarını bir liste halinde belirtiniz.**

Arı, T. (2012). *Geçmişten günümüze Orta Doğu: Siyaset, savaş ve diplomasi*. Alfa Yayınları. ISBN: 9789751033949

Çarpar, S., & Aydın, H. İ. (Eds.). (2023). *Türkiye yüzyılına girerken diplomasi üzerine ekonomi-politik yazılar*. Çizgi Kitabevi. ISBN: 9786257197526

Çelik, B. (2019). *Balkan ittifakı ve Osmanlı diplomasisi* (F. Aral, Haz.). Tarihçi Kitabevi. ISBN: 9786052472606

Çorlu, S. M. (2015). *Geçmiş zamanlar: II. Abdülhamid devri Osmanlı diplomasisi, İstanbul ve Paris hatıraları* (A. Birinci & S. Günaydın, Haz.). Türk Tarih Kurumu Yayınları. ISBN: 9789751630766

Demir, V. (2012). *Kamu diplomasisi ve yumuşak güç*. Beta Yayınları. ISBN: 9786053778219

Demir, V. (2012). *Kamu diplomasisi ve yumuşak güç*. Beta Yayınları. ISBN: 9786053778219

Eyüboğlu, D. E. (Ed.). (2023). *Kamusal halkla ilişkiler ve uygulamaları*. Gazi Kitabevi. ISBN: 9786258223699

Gök, Y. (2020). *Spor ve kamu diplomasisi*. Nobel Akademik Yayıncılık. ISBN: 9786257048040

Gül, A. (2014). *Diplomaside erdemli güç: Dış politika konuşmaları* (S. Arslan, K. Ertaş & S. Ö. Budak, Eds.; A. Yılmaz, K. İlter & M. Güven, Katk.). TBMM Yayınları. ISBN: 9786055911492

Güler, R. (2018). *Stratejik iletişim: Güvenlik odaklı algı yönetimi paradigmaları* (H. B. Aybakır, Haz.). Nobel Akademik Yayıncılık. ISBN: 9786052290071

İnalcık, H., Seyitdanlıoğlu, M., & Yalçın, E. (Eds.). (2017). *Tanzimat: Değişim sürecinde Osmanlı İmparatorluğu*. Kronik Kitap. ISBN: 9786053602743

İnanç, G. (2007). *Büyükelçiler anlatıyor: Türk diplomasisinde Kıbrıs (1970–1991)*. Kitap Yayınevi. ISBN: 9789944482906

Kamel, A. (2014). *1923'ten günümüze Türk dış politikası ve diplomasisi* (A. Bozkurt, Ed.). IQ Kültür Sanat Yayıncılık. ISBN: 9789753994439

Karabulut, B. (Ed.). (2014). *Algı yönetimi*. Nobel Akademik Yayıncılık. ISBN: [Eksik – raftaki numara: HM 1041 A44]

Kınlı, O. (2006). *Osmanlı'da modernleşme ve diplomasi*. IQ Kültür Sanat Yayıncılık. ISBN: 975533467X

Kızıltoprak, S. (2010). *Mısır'da İngiliz işgali: Osmanlı'nın diplomasi savaşı (1882–1887)* (R. Tutumlu, Ed.). Yeditepe Yayınevi.

Kissinger, H. (2014). *Diplomasi* (İ. H. Kurt, Çev.). İş Bankası Kültür Yayınları. ISBN: 9754581118

Küçük, O. (2017). *İşletme bilgisi ve yönetimi*. Nobel Yayıncılık. ISBN: 9789750244223

Küntay, B. (Der.). (2014). *Diplomat okulu*. Platin Yayınları. ISBN: 9786055461652

Ngwa, N. R. (Ed.). (2021). *Zirve diplomasisi: Afrika'nın stratejik ortaklığında yeni bir yaklaşım* (E. Okumuş, Çev.). Uluslararası Afrika Platformu. ISBN: 9786052472613

Nye, J. S. (2005). *Yumuşak güç: Dünya siyasetinde başarının yolu* (R. İ. Aydın, Çev.). Elips Kitap. ISBN: 9758651366

Ortaylı, İ. (2017). *Osmanlı'da milletler ve diplomasi* (A. Berktaş, Ed.). Kronik Kitap. ISBN: 9789944885287

Özdal, B., & Karaca, K. (Eds.). (2021). *Diplomatic history I* (K. Özlem & Z. Özkurt, Trans.). Beta Publishing. ISBN: 9786052472606

Özdal, B., & Karaca, R. K. (Eds.). (2021). *Diplomasi tarihi II*. Beta Yayınları. ISBN: 9786059962049

Turan, N. S. (2014). *İmparatorluk ve diplomasi: Osmanlı diplomasisinin izinde*. Timaş Yayınları. ISBN: 9786053993438

Uşul, A. R., & Yaylacı, İ. (Eds.). (2020). *Dönüşen diplomasi ve Türkiye: Aktörler, alanlar, araçlar*. Küre Yayınları. ISBN: 9786057646248

Uşul, A. R., & Yaylacı, İ. (Eds.). (2020). *Dönüşen diplomasi ve Türkiye: Aktörler, alanlar, araçlar*. Küre Yayınları. ISBN: 9786057646248

Ünal, U. (Proje Yön.), Bayram, S., & Bayır, Ö. (Proje Yrd.), Albayrak, M., Atik, V., Demirbaş, U., ... Yekeler, N. (Haz.). (2016). *Cihan-penâh: Osmanlı'dan günümüze insani diplomasi = Shelter of the world: Humanitarian diplomacy from the Ottoman period to the present*. T.C. Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü. ISBN: 9786057081919

Üzmez, A. (n.d.). *Başarılı yönetimin sırları ve püf noktaları*. [Yayınevi bilgisi eksik] ISBN: 9786056578083

Yalçınkaya, A., & Özgen, Y. (Eds.). (2013). *Kamu diplomasisi*. Orion Kitabevi. ISBN: 9786055461447

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Kütüphanesi, Stratejik İletişim Yönetimi Tezsiz Yüksek Lisans Programı kapsamında yürütülecek eğitim ve araştırma faaliyetlerini destekleyecek zengin bir basılı ve dijital kaynak altyapısına sahiptir. Kütüphane koleksiyonu yalnızca fiziksel kitaplarla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda ulusal ve uluslararası ölçekte erişim sağlanan bilimsel veritabanları ile de öğrencilerin araştırma süreçlerini desteklemektedir.

ASBÜ Kütüphanesi tarafından sağlanan ve program kapsamında yararlanılabilecek başlıca elektronik veri tabanları şunlardır:

- Web of Science
- JSTOR Archive Journal Content
- Wiley Online Library
- BMJ Online Journals
- CAB Direct Abstracts
- Academic Search Ultimate
- Applied Science & Technology Index
- Applied Science & Business Periodicals
- MasterFILE Complete
- GreenFILE (Çevre ve sürdürülebilirlik temalı içerikler)
- ERIC – Education Resources Information Center
- Education Index Retrospective
- European Views of the Americas (EBSCO)
- Newspaper Source Plus
- TR Dizin (Tüm Alanlar)

9. Önerilen program disiplinlerarası (interdisipliner) nitelikte ise;

Stratejik İletişim Yönetimi Tezsiz Yüksek Lisans Programı, disiplinlerarası yapısıyla dikkat çekmektedir. Kuramsal temeli iletişim bilimleri alanına dayanan program; kamu yönetimi, işletme, siyaset bilimi, sosyoloji ve medya çalışmaları gibi farklı sosyal bilim disiplinleriyle organik bir ilişki içerisinde yapılandırılmıştır. Bu yönüyle program, yalnızca kuramsal derinlik sunmakla kalmayıp, aynı zamanda iletişim alanında uygulamaya dönük profesyonel yetkinlikler kazandırmayı hedeflemektedir. Programın, üniversitemizde hâlihazırda yürütülmekte olan lisansüstü programlardan temel farkı, iletişim süreçlerini stratejik yönetim bağlamında ele almasıdır. Kriz iletişimi, dijital diplomasi, kamu diplomasisi, kurumsal itibar yönetimi ve medya ilişkileri gibi odak alanlarla farklılaşan program, öğrencilerin akademik bilgi birikimini sahaya uyarlanabilir becerilerle pekiştirmelerini amaçlamaktadır. Programın uygulanması, mevcut akademik kadro ve fiziksel altyapı olanakları çerçevesinde sorunsuz biçimde yürütülebilecek durumdadır. Bu doğrultuda, yeni bir sınıf, laboratuvar ya da benzeri fiziki alan ihtiyacı doğmamaktadır. Aynı şekilde, programın üniversiteye ek bir mali yük getirmesi öngörülmemekte; eğitim-öğretim faaliyetlerinin mevcut kaynaklarla sürdürülebilir biçimde gerçekleştirilebileceği değerlendirilmektedir. Farklı disiplinlerden mezun öğrencilerin başvurusuna açık olarak tasarlanan program kapsamında, lisans eğitimini iletişim alanı dışında tamamlamış adayların da kabulü mümkündür. Ancak programın tezsiz niteliği ve uygulamaya dönük yapısı göz önünde bulundurularak, söz konusu adaylar için **Bilimsel Hazırlık Programı uygulanması planlanmamaktadır.**

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI AÇMAK İÇİN BAŞVURU FORMATI

Yükseköğretim Kurumları tarafından yeni bir yüksek lisans programı açılması için yapılacak başvurularda bulunması gereken bilgi ve belgeler aşağıda belirtilmiştir. Bu bilgi ve belgelerin eksiksiz ve istenilen formata uygun olarak verilmesi (cevapların soru numaralarına bire bir karşılığı gelecek biçimde), başvuruların mevcut mevzuat ve akademik kriterler kapsamında değerlendirilmesi ve en kısa sürede sonuçlandırılması için gereklidir.

Açılması önerilen programın adını belirtiniz.

STRATEJİK İLETİŞİM YÖNETİMİ TEZSİZ (İKİNCİ ÖĞRETİM) YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

1.

Değişen küresel koşullarda, kitle iletişim teknolojilerinin ve iletişim tekniklerinin çeşitlenmesi, iletişimin stratejik önemini ortaya çıkarmıştır. Hızla gelişen teknolojilerin, mesaj içeriklerinin oluşturulması ve yayılmasını kolaylaştırması, bir taraftan avantajlar sunarken diğer taraftan beraberinde sorun ve dezavantajlar da getirmiştir. Klasik manada bilgilenme ve haberdar olmayla bağlantılı olan iletişim, içeriklerin oluşturulma süreçlerinden, içeriklerin sunum şekline uzanan geniş bir alanda bir tür **anlam yaratma ve yayma** sürecinin en önemli unsuru haline gelmiştir. Özellikle kamuoyuna sunulan bilgisel ve haberlerin, kaynak ve güvenilirlik sorunu içermeleri işletmeler, kamu kurum ve kuruluşları ve uluslararası iletişim aktörleri açısından riskli bir alan oluşturmaktadır. Bu risk alanın kontrol edilmesi ve risklerin minimuma indirilebilmesi için, doğru veriler doğrultusunda hedef belirlemek, hedefler doğrultusunda iletişim yetkinliğini geliştirmek ve olası durumlarda stres yönetebilmek kritik önemdedir. Bu nedenle iletişim, işletmeler, kamu kurum ve kuruluşları ve uluslararası iletişim aktörleri açısından artık bir stratejik yönetim sürecine dönüşmüştür.

Yapılan faaliyetlerin doğru ve başarılı olması kadar, bu faaliyetlerin doğru yöntemlerle anlatılması da artık çağımızın bir gereği ve gerçeğidir. Dolayısıyla özellikle kurumsal iletişim mekanizmalarının bu gerekliliğe uyum sağlayıp, etkili iletişim stratejileri geliştirebilecek insan kaynakları ihtiyacı gün geçtikçe artmaktadır. Program bu insan kaynakları ihtiyacını karşılayabilecek uzmanlar yetiştirmeyi ve bu alanda yapılacak akademik çalışmalar yapılmasını amaçlamaktadır.

- 1. Akademik İhtiyaç:** Türkiye'de ve özelde Ankara'da Stratejik İletişim Yönetimi bütünlüklü bir yaklaşımla ele alan, disiplinlerarası yapıya sahip lisansüstü program sayısı sınırlıdır. Bu alandaki akademik yayın, araştırma ve doktora öncesi eğitim ihtiyacını karşılamak amacıyla tezli program gereklidir.
- 2. Sektörel Talep:** Stratejik İletişim Yönetimi alanında çalışan profesyoneller, mesleki uzmanlıklarını geliştirebilecekleri nitelikli lisansüstü programlara ihtiyaç duymaktadır. Tezsiz program bu ihtiyaca karşılık vermektedir.

3. **Kalkınma Planları ve Ulusal Stratejilerle Uyum:** Türkiye Cumhuriyeti'nin 11. Kalkınma Planı'nda vurgulanan yaratıcı endüstrilerin desteklenmesi, dijital dönüşümün teşvik edilmesi ve yükseköğretimde disiplinlerarası yaklaşımların güçlendirilmesi hedefleriyle program örtüşmektedir.
4. Bununla birlikte, Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile İletişim Başkanlığı bünyesinde “stratejik iletişim ve kriz yönetimine ilişkin politikaları belirlemek, bu kapsamda ulusal ve uluslararası alanda yürütülecek faaliyetlerde tüm kamu kurum ve kuruluşları arasında koordinasyonu sağlamak” görevini yerine getirmek üzere “Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığı”nın kuruluş mantığıyla da ilgili program örtüşmektedir.
5. **İş Gücü Piyasasındaki Açık:** Dijital çağın ihtiyaç duyduğu medya tasarımcıları, stratejik iletişim uzmanları, kullanıcı deneyimi tasarımcıları ve yaratıcı içerik üreticileri gibi meslek alanlarında yüksek lisans düzeyinde yetişmiş uzmanlara talep giderek artmaktadır.
6. **Mevcut Lisans Mezunları için Akademik Süreklilik:** Görsel İletişim Tasarımı, İletişim, Medya ve İletişim, Sinema-TV, Reklamcılık, Grafik Tasarım, Halkla İlişkiler, Uluslararası İlişkiler, Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi, Sosyoloji, Psikoloji, Felsefe vb gibi lisans programlarından mezun olan öğrencilerin lisansüstü düzeyde uzmanlaşmalarını sağlayacak uygun bir akademik kanalın eksikliği hissedilmektedir.

Bu gerekçeler doğrultusunda açılması planlanan Stratejik İletişim Yönetimi Yüksek Lisans Programı, yalnızca akademik bir boşluğu doldurmakla kalmayacak; aynı zamanda yaratıcı sektörler ile üniversite arasında bir köprü işlevi görerek bilgi üretimi ve uygulama arasında etkileşimli bir zemin oluşturacaktır.

2. Açılması önerilen programa öğrenci talebi ile ilgili tahmini öğrenci sayıları

	Programa Başlayacak Öğrenci Sayısı		Toplam Öğrenci Sayısı
	Güz	İlkbahar	
1. Yıl	15	15	30
2. Yıl	15	15	30
3. Yıl	15	15	30
4. Yıl	15	15	30
Genel Toplam	60	60	120

Not: Tablodaki tahmini sayıların belirlenmesinde kullanılan varsayımlar, programın açılma gerekçeleriyle uyumlu olmalıdır. Varsa, civardaki üniversitelerde bulunan ve önerilen programa benzer yapıdaki yüksek lisans programlarına olan talepler belirtilmelidir.

3. Önerilen programa öğrenci kabul koşullarını açıklayınız.

- Üniversitelerin en az 4 yıllık eğitim veren lisans programlarının herhangi birinden mezun olunmalıdır.
- Lisans mezuniyet not ortalaması 4.00 üzerinden en az 2.00 veya 100 üzerinden 50.00 olmalıdır.
- ALES (EA) puanının 60 olması veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.
- YDS / e-YDS / YÖKDİL / e-YÖKDİL (İngilizce) sınavlarından herhangi birinden en az 50 puan veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.
- Yapılacak olan Bilimsel Değerlendirme Sınavından (yazılı ve/veya sözlü) en az 60 puan alınmalıdır.
- Genel Değerlendirme puanı 65 ve üzeri olması.

4. Yüksek lisans derecesi almak için alınması gereken zorunlu ve seçmeli dersler için;

- a) Her bir dönem ayrı ayrı olmak üzere Ders, Tez veya Proje kredileri ile AKTS kredi bilgilerini tablo olarak,

(Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği Madde 6: Tezli yüksek lisans programı toplam yirmi bir krediden az olmamak koşuluyla en az yedi ders, bir seminer dersi ve tez çalışmasından oluşur. Seminar dersi ve tez çalışması kredisiz olup başarılı veya başarısız olarak değerlendirilir. Tezli yüksek lisans programı bir eğitim-öğretim dönemi 60 AKTS kredisinden az olmamak koşuluyla seminer dersi dahil en az sekiz ders ve tez çalışması olmak üzere toplam en az 120 AKTS kredisinden oluşur.

Madde 11: *Tezsiz yüksek lisans programı toplam otuz krediden ve 60 AKTS'den az olmamak kaydıyla en az on ders ile dönem projesi dersinden oluşur.)*

- b) Derslerin kodu ve içeriklerini metin olarak belirtiniz.

1. Yarı Yıl						
Kodu	Ders	Z/S	T	P	K	AKTS
SIY701	Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği	Z	3	0	3	6
SIY703	İletişim Kuramları ve Modelleri	Z	3	0	3	6
SIY705	Görsel Kültür	S	3	0	3	6
SIY707	Stratejik İletişimde Yeni Yaklaşımlar	S	3	0	3	6
SIY711	Kurumsal İletişim ve İtibar Yönetimi	S	3	0	3	6
SIY713	Kültürlerarası ve Uluslararası İletişim	S	3	0	3	6

SİY715	Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi	S	3	0	3	6
SİY717	İletişim Stratejileri ve Becerileri	S	3	0	3	6
SİY719	İletişim Etnografisi	S	3	0	3	6
SİY721	Sosyal Etki Mekanizmaları ve Medya	S	3	0	3	6
SİY723	Küreselleşme ve Sanal Toplum	S	3	0	3	6
Dönemlik Alınması Gereken AKTS						30

2. Yarı Yıl						
Kodu	Ders	Z/S	T	P	K	AKTS
SİY702	Stratejik İletişim Temelleri	Z	3	0	3	6
SİY704	Kriz İletişimi ve Yönetimi	Z	3	0	3	6
SİY706	Stratejik İletişim Yönetiminde Web	S	3	0	3	6
SİY708	Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri	S	3	0	3	6
SİY710	Sanal Topluluklar ve Sosyal Medya	S	3	0	3	6
SİY712	Kültürlerarası İletişim	S	3	0	3	6
SİY714	Dijital Platformlarda Stratejik İletişim	S	3	0	3	6
SİY716	Dijital Diplomasi	S	3	0	3	6
SİY718	Stratejik İletişim ve Söylem Analizi	S	3	0	3	6
SİY720	Marka Yönetim Stratejileri Analizi	S	3	0	3	6
SİY722	Küreselleşme, Kültürel Kimlikler ve Medya	S	3	0	3	6
Dönemlik Alınması Gereken AKTS						30

3. Yarı Yıl						
Kodu	Ders	Z/S	T	P	K	AKTS
SBE702	Dönem Projesi	Z	0	0	0	15
Dönemlik Alınması Gereken AKTS						15
Toplam AKTS						75

DERS İÇERİKLERİ

SİY701 – Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği: Bu ders, sosyal bilimlerde araştırma yürütmenin temel ilkelerini tanıtır. Öğrenciler, araştırma sorusu oluşturma, hipotez kurma, yöntem seçimi ve veri analizine kadar olan süreci sistemli biçimde öğrenir. Aynı zamanda bilimsel yayın etiği, intihalden kaçınma, kaynakça yönetimi ve akademik dürüstlük ilkeleri ele alınır.

SİY703 – İletişim Kuramları ve Modelleri: İletişim biliminde ortaya çıkan başlıca kuramsal yaklaşımlar bu dersin temelini oluşturur. Klasik modellerden başlayarak kültürel, eleştirel ve yapısalcı iletişim kuramlarına kadar geniş bir kuramsal çerçeve sunulur. Ders, öğrencilere kuramlarla düşünmeyi ve medyayı kuramsal olarak çözümleyebilmeyi öğretir.

SİY705 – Görsel Kültür: Görsel imgelerin toplumsal hayattaki anlamlarını çözümleme becerisi kazandıran bu ders, görsel kültürün temel kavramlarıyla birlikte ikonografi, temsil ve bakış gibi konuları ele alır. Medya, sanat, reklam gibi alanlarda kullanılan görsel öğeler üzerinden analiz pratiği yapılır.

SİY707 – Stratejik İletişimde Yeni Yaklaşımlar: İletişim teknolojilerindeki değişimle birlikte ortaya çıkan yeni stratejik iletişim pratikleri bu dersin odağındadır. Algı yönetimi, içerik mimarisi, etkileşimli iletişim ve dijital strateji gibi güncel başlıklar üzerinde durulur.

SİY5711 – Kurumsal İletişim ve İtibar Yönetimi: Kurumların hedef kitleyle kurduğu iletişimin yapılandırılması ve itibarın sürdürülebilir biçimde yönetilmesi bu dersin temel konularıdır. Ders, kurum içi ve kurum dışı iletişim stratejilerine odaklanır.

SİY713 – Kültürlerarası ve Uluslararası İletişim: Farklı kültürel bağlamlarda iletişim kurmanın zorlukları ve yöntemleri bu derste ele alınır. Kültürel kodlar, iletişim tarzları ve uluslararası medya akışları gibi konular üzerinden küresel iletişim ortamı tartışılır.

SİY715 – Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi: Siyasal aktörlerin medya ile ilişkileri, kampanya süreçleri, kamuoyu oluşturma ve kamu diplomasisi stratejileri bu dersin içeriğini oluşturur. Ders, güncel örnekler eşliğinde medya-siyaset ilişkisini analiz etmeyi hedefler.

SİY717 – İletişim Stratejileri ve Becerileri: Sözlü, yazılı ve dijital ortamlarda etkili iletişim kurma becerileri bu dersin odak noktasıdır. Sunum teknikleri, kriz iletişimi, hedef kitleye göre iletişim kurma gibi pratik beceriler kazandırılır.

SİY719 – İletişim Etnografisi: İletişim süreçlerinin günlük yaşam içindeki anlamını keşfetmeye yönelik bu ders, etnografik gözlem, derinlemesine görüşme ve alan araştırması gibi yöntemlerle medya pratiklerini analiz etmeyi öğretir.

SİY721 – Sosyal Etki Mekanizmaları ve Medya: Medya içeriklerinin birey ve toplum üzerindeki etkileri kuramsal olarak tartışılır. Gündem belirleme, çerçeveleme, ikna ve kanaat oluşturma mekanizmaları medya örnekleriyle birlikte analiz edilir.

SİY723 – Küreselleşme ve Sanal Toplum: Küreselleşme sürecinin medya sistemleri ve iletişim biçimleri üzerindeki etkisi tartışılır. Sanal topluluklar, dijital yurttaşlık ve kültürel etkileşim konuları bu bağlamda ele alınır.

2. Yarıyıl Ders İçerikleri

SİY702 – Stratejik İletişim Temelleri: Bu ders, stratejik iletişimin kuramsal çerçevesini sunar. İletişimin planlı, hedef odaklı ve ölçülebilir biçimde yürütülmesine ilişkin yaklaşımlar işlenir. Hedef kitle tanımlama, mesaj stratejileri geliştirme ve kanal seçimi gibi temel uygulama alanları üzerinde durulur.

SİY704 – Kriz İletişimi ve Yönetimi: Kurumların kriz durumlarında yürüttükleri iletişim stratejileri bu dersin merkezindedir. Kriz senaryosu oluşturma, kriz döneminde medya ile ilişki kurma, itibar koruma ve toparlanma süreci vaka analizleriyle ele alınır.

SİY706 – Stratejik İletişim Yönetiminde Web: Ders, web ortamında yürütülen stratejik iletişim faaliyetlerine odaklanır. Kurumsal web sitelerinin içerik planlaması, SEO temelli dijital görünürlük, kullanıcı deneyimi (UX) ve içerik yönetim sistemleri ele alınır.

SİY708 – Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri: Kurumların medya ile kurduğu ilişkilerin yönetimi ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin iletişim stratejileriyle entegrasyonu bu dersin kapsamındadır. Medya takibi, basın bülteni hazırlama ve sözcülük becerileri uygulamalı olarak öğretilir.

SİY710 – Sanal Topluluklar ve Sosyal Medya: Dijital platformlarda oluşan toplulukların yapısı, iletişim biçimleri ve kültürel dinamikleri incelenir. Hashtag hareketleri, sosyal medya kampanyaları, dijital aidiyet ve toplumsal etkileşim örneklerle tartışılır.

SİY712 – Kültürlerarası İletişim: Kültürel farklılıkların iletişim süreçlerine etkisi bu dersin odak noktasıdır. Kültürlerarası uyum, stereotipler, ön yargılar ve küresel iletişim bağlamında etkileşim sorunları teorik yaklaşımlarla ele alınır.

SİY714 – Dijital Platformlarda Stratejik İletişim: Sosyal medya ve dijital içerik alanında yürütülen stratejik iletişim faaliyetleri bu derste incelenir. Dijital reklamcılık, influencer iş birlikleri, içerik takvimi ve etkileşim analizi gibi başlıklar ders kapsamında değerlendirilir.

SİY716 – Dijital Diplomasi: Uluslararası ilişkilerde dijital platformların kullanımına odaklanan bu ders, devletlerin kamu diplomasisi stratejilerini sosyal medya üzerinden nasıl yürüttüklerini analiz eder. Yumuşak güç, uluslararası imaj ve dijital söylem üretimi gibi konular işlenir.

SİY718 – Stratejik İletişim ve Söylem Analizi: Stratejik iletişim kapsamında kullanılan söylemlerin çözümlenmesine yönelik kuramsal ve uygulamalı bilgiler sunulur. Söylem analizi teknikleriyle medya metinleri, kampanya içerikleri ve siyasi dil ele alınır.

SİY720 – Marka Yönetim Stratejileri Analizi: Marka değerinin oluşturulması, korunması ve yeniden konumlandırılması süreçlerine dair stratejik yaklaşımlar dersin ana temasını oluşturur. Marka kişiliği, hedef kitleye uygun konumlandırma ve tutundurma yöntemleri vaka örnekleriyle tartışılır.

SİY722 – Küreselleşme, Kültürel Kimlikler ve Medya: Küreselleşmenin kültürel kimlikler üzerindeki etkisi, medya aracılığıyla şekillenen temsil biçimleri ve kültürel melezleşme bu dersin odağındadır. Yerellik, küresel medya endüstrileri ve kültürel direniş pratikleri üzerinden değerlendirme yapılır.

3. Yarıyıl Ders İçerikleri

SBE5702 – Dönem Projesi: Bağımsız akademik araştırma süreci olan dönem projesi, öğrencinin bir sorunsal belirleyerek bu konuda metodolojik bir yaklaşım geliştirip yazılı bir çalışma üretmesini kapsar. Danışman gözetiminde yürütülür.

5. Önerilen program için mevcut laboratuvarların adlarını, kaç metrekare olduklarını ve her laboratuvarında bulunan önemli cihazların listesini veriniz.

Önerilen program için laboratuvar çalışması gerekmemektedir.

6. Eğitim-öğretim ve araştırma için mevcut bilgisayar ekipmanlarının dökümünü veriniz ve bunların hangi amaçla kullanıldığını belirtiniz.

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi MAYEM ve Sümerbank Binalarında bulunan toplam 90m2'lik 2 laboratuvarımızda 66 bilgisayar eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetleri için kullanılmak üzere hazır durumdadır.

7. Lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık terminal ve/veya kişisel bilgisayar sayılarını ve bunların ne kadar süre (hafta, gün, saat) ile kullanıma açık olduğunu belirtiniz.

Lisansüstü programa kabul alan öğrencilerimiz, ASBÜ bünyesindeki bilgisayar laboratuvarlarından da yararlanabilecektir. Bilgisayar laboratuvarı hafta içi, mesai saatleri içinde kullanıma açıktır. Bilgisayar laboratuvarında bulunan 66 bilgisayar ve 1 merkez bilgisayarı lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık bilgisayarlardır. Her iki bilgisayar laboratuvarı haftanın 5 iş günü boyunca saat 08:30-17:00 arasında kullanıma açıktır. Merkez bilgisayarı ise merkez yönetimine ihtiyaç bildirildiği koşulda ve randevu yoluyla kullanıma açık olacaktır.

8. Önerilen programla ilgili olarak üniversite ve/veya bölümünüz kütüphanesinde bulunan sürekli yayınların adları ile hangi yıldan itibaren mevcut olduklarını bir liste halinde belirtiniz.

Arı, T. (2012). *Geçmişten günümüze Orta Doğu: Siyaset, savaş ve diplomasi*. Alfa Yayınları. ISBN: 9789751033949

Çarpar, S., & Aydın, H. İ. (Eds.). (2023). *Türkiye yüzyılına girerken diplomasi üzerine ekonomi-politik yazılar*. Çizgi Kitabevi. ISBN: 9786257197526

Çelik, B. (2019). *Balkan ittifakı ve Osmanlı diplomasisi* (F. Aral, Haz.). Tarihçi Kitabevi. ISBN: 9786052472606

Çorlu, S. M. (2015). *Geçmiş zamanlar: II. Abdülhamid devri Osmanlı diplomasisi, İstanbul ve Paris hatıraları* (A. Birinci & S. Günaydın, Haz.). Türk Tarih Kurumu Yayınları. ISBN: 9789751630766

Demir, V. (2012). *Kamu diplomasisi ve yumuşak güç*. Beta Yayınları. ISBN: 9786053778219

Demir, V. (2012). *Kamu diplomasisi ve yumuşak güç*. Beta Yayınları. ISBN: 9786053778219

Eyüboğlu, D. E. (Ed.). (2023). *Kamusal halkla ilişkiler ve uygulamaları*. Gazi Kitabevi. ISBN: 9786258223699

Gök, Y. (2020). *Spor ve kamu diplomasisi*. Nobel Akademik Yayıncılık. ISBN: 9786257048040

Gül, A. (2014). *Diplomaside erdemli güç: Dış politika konuşmaları* (S. Arslan, K. Ertuş & S. Ö. Budak, Eds.; A. Yılmaz, K. İlter & M. Güven, Katk.). TBMM Yayınları. ISBN: 9786055911492

Güler, R. (2018). *Stratejik iletişim: Güvenlik odaklı algı yönetimi paradigmaları* (H. B. Aybakır, Haz.). Nobel Akademik Yayıncılık. ISBN: 9786052290071

İnalçık, H., Seyitdanlioğlu, M., & Yalçın, E. (Eds.). (2017). *Tanzimat: Değişim sürecinde Osmanlı İmparatorluğu*. Kronik Kitap.
ISBN: 9786053602743

İnanç, G. (2007). *Büyükelçiler anlatıyor: Türk diplomasisinde Kıbrıs (1970–1991)*. Kitap Yayınevi.
ISBN: 9789944482906

Kamel, A. (2014). *1923'ten günümüze Türk dış politikası ve diplomasisi* (A. Bozkurt, Ed.). IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
ISBN: 9789753994439

Karabulut, B. (Ed.). (2014). *Algı yönetimi*. Nobel Akademik Yayıncılık.
ISBN: [Eksik – raftaki numara: HM 1041 A44]

Kınlı, O. (2006). *Osmanlı'da modernleşme ve diplomasi*. IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
ISBN: 975533467X

Kızıltoprak, S. (2010). *Mısır'da İngiliz işgali: Osmanlı'nın diplomasi savaşı (1882–1887)* (R. Tutumlu, Ed.). Yeditepe Yayınevi.

Kissinger, H. (2014). *Diplomasi* (İ. H. Kurt, Çev.). İş Bankası Kültür Yayınları.
ISBN: 9754581118

Küçük, O. (2017). *İşletme bilgisi ve yönetimi*. Nobel Yayıncılık.
ISBN: 9789750244223

Küntay, B. (Der.). (2014). *Diplomat okulu*. Platin Yayınları.
ISBN: 9786055461652

Ngwa, N. R. (Ed.). (2021). *Zirve diplomasisi: Afrika'nın stratejik ortaklığında yeni bir yaklaşım* (E. Okumuş, Çev.). Uluslararası Afrika Platformu.
ISBN: 9786052472613

Nye, J. S. (2005). *Yumuşak güç: Dünya siyasetinde başarının yolu* (R. İ. Aydın, Çev.). Elips Kitap.
ISBN: 9758651366

Ortaylı, İ. (2017). *Osmanlı'da milletler ve diplomasi* (A. Berktaş, Ed.). Kronik Kitap.
ISBN: 9789944885287

Özdal, B., & Karaca, K. (Eds.). (2021). *Diplomatic history I* (K. Özlem & Z. Özkurt, Trans.). Beta Publishing.
ISBN: 9786052472606

Özdal, B., & Karaca, R. K. (Eds.). (2021). *Diplomasi tarihi II*. Beta Yayınları.
ISBN: 9786059962049

Turan, N. S. (2014). *İmparatorluk ve diplomasi: Osmanlı diplomasisinin izinde*. Timaş Yayınları.
ISBN: 9786053993438

Usul, A. R., & Yaylacı, İ. (Eds.). (2020). *Dönüşen diplomasi ve Türkiye: Aktörler, alanlar, araçlar*. Küre Yayınları.
ISBN: 9786057646248

Usul, A. R., & Yaylacı, İ. (Eds.). (2020). *Dönüşen diplomasi ve Türkiye: Aktörler, alanlar, araçlar*. Küre Yayınları.
ISBN: 9786057646248

Ünal, U. (Proje Yön.), Bayram, S., & Bayır, Ö. (Proje Yrd.), Albayrak, M., Atik, V., Demirbaş, U., ... Yekeler, N. (Haz.). (2016). *Cihan-penâh: Osmanlı'dan günümüze insani diplomasi = Shelter of the world: Humanitarian diplomacy from the Ottoman period to the present*. T.C. Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü.
ISBN: 9786057081919

Üzmez, A. (n.d.). *Başarılı yönetimin sırları ve püf noktaları*. [Yayınevi bilgisi eksik]
ISBN: 9786056578083

Yalçınkaya, A., & Özgen, Y. (Eds.). (2013). *Kamu diplomasisi*. Orion Kitabevi.
ISBN: 9786055461447

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Kütüphanesi, Stratejik İletişim Yönetimi Tezsiz Yüksek Lisans Programı kapsamında yürütülecek eğitim ve araştırma faaliyetlerini destekleyecek zengin bir basılı ve dijital kaynak altyapısına sahiptir. Kütüphane koleksiyonu yalnızca fiziksel kitaplarla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda ulusal ve uluslararası ölçekte erişim sağlanan bilimsel veritabanları ile de öğrencilerin araştırma süreçlerini desteklemektedir.

ASBÜ Kütüphanesi tarafından sağlanan ve program kapsamında yararlanılabilecek başlıca elektronik veri tabanları şunlardır:

- **Web of Science**
- **JSTOR Archive Journal Content**
- **Wiley Online Library**
- **BMJ Online Journals**
- **CAB Direct Abstracts**
- **Academic Search Ultimate**
- **Applied Science & Technology Index**
- **Applied Science & Business Periodicals**
- **MasterFILE Complete**
- **GreenFILE** (Çevre ve sürdürülebilirlik temalı içerikler)
- **ERIC – Education Resources Information Center**
- **Education Index Retrospective**
- **European Views of the Americas (EBSCO)**
- **Newspaper Source Plus**
- **TR Dizin (Tüm Alanlar)**

9. Önerilen program disiplinlerarası (interdisipliner) nitelikte ise;

Stratejik İletişim Yönetimi Tezsiz Yüksek Lisans Programı, disiplinlerarası yapısıyla dikkat çekmektedir. Kuramsal temeli iletişim bilimleri alanına dayanan program; kamu yönetimi, işletme, siyaset bilimi, sosyoloji ve medya çalışmaları gibi farklı sosyal bilim disiplinleriyle organik bir ilişki içerisinde yapılandırılmıştır. Bu yönüyle program, yalnızca kuramsal derinlik sunmakla kalmayıp, aynı zamanda iletişim alanında uygulamaya dönük profesyonel yetkinlikler kazandırmayı hedeflemektedir. Programın, üniversitemizde hâlihazırda yürütülmekte olan lisansüstü programlardan temel farkı, iletişim süreçlerini stratejik yönetim bağlamında ele almasıdır. Kriz iletişimi, dijital diplomasi, kamu diplomasisi, kurumsal itibar yönetimi ve medya ilişkileri gibi odak alanlarla farklılaşan program, öğrencilerin akademik bilgi birikimini sahaya uyarlanabilir becerilerle pekiştirmelerini amaçlamaktadır. Programın uygulanması, mevcut akademik kadro ve fiziksel altyapı olanakları çerçevesinde sorunsuz biçimde yürütülebilecek durumdadır. Bu doğrultuda, yeni bir sınıf, laboratuvar ya da benzeri fiziki alan ihtiyacı doğmamaktadır. Aynı şekilde, programın üniversiteye ek bir mali yük getirmesi öngörülmemekte; eğitim-öğretim faaliyetlerinin mevcut kaynaklarla sürdürülebilir biçimde gerçekleştirilebileceği değerlendirilmektedir. Farklı disiplinlerden mezun öğrencilerin başvurusuna açık olarak tasarlanan program kapsamında, lisans eğitimini iletişim alanı dışında tamamlamış adayların da kabulü mümkündür. Ancak programın tezsiz niteliği ve uygulamaya dönük yapısı göz önünde bulundurularak, söz konusu adaylar için **Bilimsel Hazırlık Programı uygulanması planlanmamaktadır.**

PROGRAM ve ÖĞRETİM ÜYESİ BİLGİLERİ

Enstitü Adı		: Sosyal Bilimler Enstitüsü			
Programın Bağlı Olduğu Anabilim Dalı*		: Disiplinlerarası			
Program Adı**		: İletişim ve Tasarım/Tezli			
Öğretim Şekli***		: Normal Öğretim			
Öğretim Dili****		: Türkçe			
ÖĞRETİM ÜYESİNİN					
Unvanı-Adı-Soyadı	Üniversitede Kadrosunun Bulunduğu Bölüm	Devam Eden Tezli Yüksek Lisans Danışmanlık Sayısı	Devam Eden Doktora Danışmanlık Sayısı	Devam Eden Tezsiz Yüksek Lisans Danışmanlık Sayısı	Öğretim Üyesinin, Açılması İstenilen Yüksek Lisans Alanı ile İlgili Çalışmaları (Öğretim üyesinin doktora veya doçentlik alanı açılacak yüksek lisans programı ile aynı olmadığı disiplinlerarası alanlar için doldurulacaktır.)
Prof. Dr. Abdullah Şevki DUYMAZ	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Doç. Dr. Ayşegül DOĞRUCAN	Yeni Medya ve İletişim	0	0	0	-
Doç. Dr. Nevfel BOZ	Yeni Medya ve İletişim	10	3	0	-
Doç. Dr. Ahmet Faruk ÇEÇEN	Yeni Medya ve İletişim	0	0	0	-
Doç. Dr. Hülya ÖZKAN RIGIDERAKHSHAN	Yeni Medya ve İletişim	1	0	0	-
Doç. Emin TOKSÖZ	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Doç. Cumhur COŞKUN	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	
* Üniversitemiz Fakültelerine bağlı bir bölüm mü (Örneğin: Kamu Hukuku), Yoksa Disiplinlerarası mı (Örneğin: Denetim ve Risk Yönetimi-Disiplinlerarası) olduğu belirtilecek.					
** Programın Tezli/Tezsiz/Doktora mı olduğu belirtilecek.					
*** Normal Öğretim mi yoksa İkinci Öğretim mi olduğu belirtilecek.					
**** Türkçe / İngilizce / Arapça vs.					

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI AÇMAK İÇİN BAŞVURU FORMATI

Yükseköğretim Kurumları tarafından yeni bir yüksek lisans programı açılması için yapılacak başvurularda bulunması gereken bilgi ve belgeler aşağıda belirtilmiştir. Bu bilgi ve belgelerin eksiksiz ve istenilen formata uygun olarak verilmesi (cevapların soru numaralarına bire bir karşılığı gelecek biçimde), başvuruların mevcut mevzuat ve akademik kriterler kapsamında değerlendirilmesi ve en kısa sürede sonuçlandırılması için gereklidir.

Açılması önerilen programın adını belirtiniz.

İLETİŞİM VE TASARIMI TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

1. Programın açılma gerekçesini somut olarak açıklayınız.

Günümüz bilgi toplumunda dijitalleşmenin hızla artması, iletişim biçimlerinde ve tasarım süreçlerinde köklü değişiklikler yaratmıştır. Geleneksel medya araçlarının yerini alan dijital platformlar, hem içerik üretimini hem de bu içeriklerin tasarlanış ve sunuluş biçimlerini yeniden tanımlamaktadır. Bu dönüşüm, disiplinlerarası yaklaşımla donatılmış, hem kuramsal bilgiye hem de yaratıcı uygulama becerisine sahip profesyonel ve akademik kadroların yetiştirilmesini zorunlu kılmaktadır.

İletişim ve Tasarım Yüksek Lisans Programı'nın açılması, bu dönüşüme akademik düzeyde yanıt verme ihtiyacından doğmuştur. Program, görsel iletişim, medya estetiği, kullanıcı deneyimi (UX), etkileşim tasarımı, yeni medya kültürü, yaratıcı içerik üretimi ve stratejik iletişim gibi güncel konulara odaklanarak öğrencilere ileri düzeyde bilgi ve beceri kazandırmayı amaçlamaktadır.

Programın açılmasını gerekli kılan başlıca nedenler şunlardır:

- Akademik İhtiyaç:** Türkiye'de ve özelde Ankara'da, iletişim ve tasarımı bütünlüklü bir yaklaşımla ele alan, disiplinlerarası yapıya sahip lisansüstü program sayısı sınırlıdır. Bu alandaki akademik yayın, araştırma ve doktora öncesi eğitim ihtiyacını karşılamak amacıyla tezli program gereklidir.
- Sektörel Talep:** Görsel iletişim tasarımı, dijital medya, reklam, film, UX/UI tasarımı, dijital sanatlar ve sosyal medya yönetimi gibi alanlarda çalışan profesyoneller, mesleki uzmanlıklarını geliştirebilecekleri nitelikli lisansüstü programlara ihtiyaç duymaktadır. Tezsiz program bu ihtiyaca karşılık vermektedir.
- Kalkınma Planları ve Ulusal Stratejilerle Uyum:** Türkiye Cumhuriyeti'nin 11. Kalkınma Planı'nda vurgulanan yaratıcı endüstrilerin desteklenmesi, dijital dönüşümün teşvik edilmesi ve yükseköğretimde disiplinlerarası yaklaşımların güçlendirilmesi hedefleriyle program örtüşmektedir.

4. **İş Gücü Piyasasındaki Açık:** Dijital çağın ihtiyaç duyduğu medya tasarımcıları, stratejik iletişim uzmanları, kullanıcı deneyimi tasarımcıları ve yaratıcı içerik üreticileri gibi meslek alanlarında yüksek lisans düzeyinde yetişmiş uzmanlara talep giderek artmaktadır.
5. **Mevcut Lisans Mezunları için Akademik Süreklilik:** Görsel İletişim Tasarımı, İletişim, Medya ve İletişim, Sinema-TV, Reklamcılık, Grafik Tasarım gibi lisans programlarından mezun olan öğrencilerin lisansüstü düzeyde uzmanlaşmalarını sağlayacak uygun bir akademik kanalın eksikliği hissedilmektedir.

Bu gerekçeler doğrultusunda açılması planlanan İletişim ve Tasarım Yüksek Lisans Programı, yalnızca akademik bir boşluğu doldurmakla kalmayacak; aynı zamanda yaratıcı sektörler ile üniversite arasında bir köprü işlevi görerek bilgi üretimi ve uygulama arasında etkileşimli bir zemin oluşturacaktır.

2. Açılması önerilen programa öğrenci talebi ile ilgili tahmini öğrenci sayıları

	Programa Başlayacak Öğrenci Sayısı		Toplam Öğrenci Sayısı
	Güz	İlkbahar	
1. Yıl	15	5	20
2. Yıl	15	5	20
3. Yıl	15	5	20
4. Yıl	15	5	20
Genel Toplam	60	20	80

Not: Tablodaki tahmini sayıların belirlenmesinde kullanılan varsayımlar, programın açılma gerekçeleriyle uyumlu olmalıdır. Varsa, civardaki üniversitelerde bulunan ve önerilen programa benzer yapıdaki yüksek lisans programlarına olan talepler belirtilmelidir.

3. Önerilen programa öğrenci kabul koşullarını açıklayınız.

- Üniversitelerin en az 4 yıllık eğitim veren lisans programlarının herhangi birinden mezun olunmalıdır.
- Lisans mezuniyet not ortalaması 4.00 üzerinden en az 2.00 veya 100 üzerinden 50.00 olmalıdır.
- ALES (EA) puanının 60 olması veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.

- YDS / e-YDS / YÖKDİL / e-YÖKDİL (İngilizce) sınavlarından herhangi birinden en az 50 puan veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.
- Yapılacak olan Bilimsel Değerlendirme Sınavından (yazılı ve/veya sözlü) en az 60 puan alınmalıdır.
- Genel Değerlendirme puanı 65 ve üzeri olması.

4. Yüksek lisans derecesi almak için alınması gereken zorunlu ve seçmeli dersler için;

- a) Her bir dönem ayrı ayrı olmak üzere Ders, Tez veya Proje kredileri ile AKTS kredi bilgilerini tablo olarak,

(Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği Madde 6: Tezli yüksek lisans programı toplam yirmi bir krediden az olmamak koşuluyla en az yedi ders, bir seminer dersi ve tez çalışmasından oluşur. Seminer dersi ve tez çalışması kredisiz olup başarılı veya başarısız olarak değerlendirilir. Tezli yüksek lisans programı bir eğitim-öğretim dönemi 60 AKTS kredisinden az olmamak koşuluyla seminer dersi dahil en az sekiz ders ve tez çalışması olmak üzere toplam en az 120 AKTS kredisinden oluşur.

Madde 11: *Tezsiz yüksek lisans programı toplam otuz krediden ve 60 AKTS'den az olmamak kaydıyla en az on ders ile dönem projesi dersinden oluşur.)*

1. Yarıyıl

KODU	DERSİN ADI	Z/S	T	P	K	AKTS
İVT501	Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği	Z	3	0	3	6
İVT521	İletişim ve Tasarım Atölye I	S	2	2	3	6
İVT506	Marka İletişimi ve Görsel Kimlik Tasarımı	S	3	0	3	6
İVT507	Artırılmış Gerçeklik Destekli Tasarım	S	2	2	3	6
İVT509	Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı	S	3	0	3	6
İVT511	Arayüz Uygulama Tasarımı ve Prototipleme	S	2	2	3	6
İVT520	Kinetik ve 3 Boyutlu Tipografi	S	2	2	3	6
İVT519	Bilgilendirme Tasarımı	S	2	2	3	6

İVT517	İletişim Teorileri ve Uygulamaları	S	3	0	3	6
İVT516	Dijital Çağda Müzeler ve Dijital Kürasyon	S	3	0	3	6
İVT515	Sergileme Tasarımı ve Dijital Enstalasyon	S	2	2	3	6
İVT523	İletişim Kuramları ve Modelleri	S	3	0	3	6
İVT524	Görsel Kültür	S	3	0	3	6
İVT525	Stratejik İletişimde Yeni Yaklaşımlar	S	3	0	3	6
İVT526	Kurumsal İletişim ve İtibar Yönetimi	S	3	0	3	6
İVT527	Kültürlerarası ve Uluslararası İletişim	S	3	0	3	6
İVT528	Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi	S	3	0	3	6
İVT529	İletişim Stratejileri ve Becerileri	S	3	0	3	6
İVT530	İletişim Etnografisi	S	3	0	3	6
İVT531	Sosyal Etki Mekanizmaları ve Medya	S	3	0	3	6
İVT532	Küreselleşme ve Sanal Toplum	S	3	0	3	6
Seçmeli Olarak Alınması Gereken AKTS Toplamı						24
1.Yarıyıldan Alınması Gereken Toplam Minimum AKTS Toplamı						30

2.Yarıyıl

KODU	DERSİN ADI	Z/S	T	P	K	AKTS
İVT504	Seminer	Z	0	2	0	6

İVT522	İletişim ve Tasarım Atölye II	S	2	2	3	6
İVT508	Yapay Zekâ Destekli Görsel İçerik Üretimi	S	2	2	3	6
İVT510	Yaratıcı Endüstriler	S	3	0	3	6
İVT514	Tasarımda Etik ve Sürdürülebilirlik	S	3	0	3	6
İVT513	Kültürel Kimlik ve Tasarım	S	3	0	3	6
İVT512	Gösterge Tasarımı	S	2	2	3	6
İVT542	Font Tasarımı ve Dijital Font Teknolojileri	S	2	2	3	6
İVT505	Bilgi ve Veri Görselleştirme	S	3	0	3	6
İVT533	Stratejik İletişim Yönetiminde Web	S	3	0	3	6
İVT534	Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri	S	3	0	3	6
İVT535	Sanal Topluluklar ve Sosyal Medya	S	3	0	3	6
İVT536	Kültürlerarası İletişim	S	3	0	3	6
İVT537	Dijital Platformlarda Stratejik İletişim	S	3	0	3	6
İVT538	Dijital Diplomasi	S	3	0	3	6
İVT538	Stratejik İletişim ve Söylem Analizi	S	3	0	3	6
İVT540	Marka Yönetim Stratejileri Analizi	S	3	0	3	6
İVT541	Küreselleşme, Kültürel Kimlikler ve Medya	S	3	0	3	6
İVT 543	Uygarlık Mirası	S	3	0	3	6
Seçmeli Olarak Alınması Gereken AKTS Toplamı						24
2.Yarıyıl'da Alınması Gereken Toplam Minimum AKTS Toplamı						30

3.Yarıyıl

KODU	DERSİN ADI	Z/S	T	P	K	AKTS
İVT502	Uzmanlık Alan Dersi	Z	4	0	0	12
İVT503	Tez Çalışması	Z	0	0	0	18
Zorunlu Olarak Alınması Gereken AKTS Toplamı						30
3.Yarıyıl'da Alınması Gereken Toplam Minimum AKTS Toplamı						30

4.Yarıyıl

KODU	DERSİN ADI	Z/S	T	P	K	AKTS
İVT502	Uzmanlık Alan Dersi	Z	4	0	0	12
İVT503	Tez Çalışması	Z	0	0	0	18
Zorunlu Olarak Alınması Gereken AKTS Toplamı						30
3.Yarıyıl'da Alınması Gereken Toplam Minimum AKTS Toplamı						30

b) Derslerin kodu ve içeriklerini metin olarak belirtiniz.

İVT 501 – Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği:

Araştırma teknikleri ve yayın etiğinin öğretilmesini içerir ve tezin hazırlanması sürecinde gerekli olan teknik ve etik meselelere ilişkin hakimiyet geliştirmeyi amaçlar.

İVT 502 – Uzmanlık Alan Dersi:

Teze geçmeden önce olası tez konusuna özel çalışılmasında fayda görülen konular bu başlık altında öğrenciye has olarak önerilebilecektir.

İVT 503 – Tez Çalışması:

Bu derste temel olarak akademik tez yazma ile ilgili biçimsel ve içeriğe dair ilkeler öğrenci tarafından danışman tavsiyesi doğrultusunda uygulanacak ve ortaya çıkan çalışma biçimsel ve içerik olarak incelenecektir.

İVT 504 – Seminer:

Bu uygulamalı ders öğrencilerin araştırma, sunum ve üretim etkinliklerini geliştirmeyi amaçlayacaktır.

İVT 505 – Bilgi ve Veri Görselleştirme

Bilgi ve Veri Görselleştirme dersi, karmaşık veri kümelerini anlaşılır, estetik ve etkili görsel anlatımlara dönüştürme süreçlerine odaklanır. Bu derste öğrenciler; nicel ve nitel verilerin analiz edilmesi, görselleştirme türlerinin (grafikler, haritalar, infografikler, interaktif panolar vb.) seçimi, veri okuryazarlığı ve görsel hiyerarşi gibi konuları teorik ve pratik açıdan öğrenirler. Görselleştirme tasarımlarının hedef kitleye göre nasıl yapılandırılacağı, hangi araç ve yazılımların (Tableau, Adobe Illustrator, D3.js vb.)

kullanılabileceği uygulamalı projelerle deneyimlenir. Ayrıca, veri temsillerinin etik boyutu ve manipölasyon riski gibi konular da ele alınarak, öğrencilerin eleştirel ve sorumlu tasarım anlayışı geliştirmesi amaçlanır. Ders, tasarım, iletişim ve analitik düşünme becerilerini bir araya getiren disiplinlerarası bir yaklaşımla yürütölür.

İVT 506 – Marka İletişimi ve Görsel Kimlik Tasarımı

Marka İletişimi ve Görsel Kimlik Tasarımı dersi, markaların hedef kitleyle etkili ve sürdürölülebilir iletişim kurabilmesi için gerekli stratejik ve görsel bileşenleri bütöncöl bir yaklaşımla ele alır. Ders kapsamında marka kimliğı oluşturma süreci; logo, tipografi, renk paleti, kurumsal dil, ambalaj, dijital mecralar ve reklam kampanyaları gibi öğeler üzerinden incelenir. Öğrenciler, bir markanın değerlerini, vizyonunu ve hedef kitlesini yansıtan tutarlı bir görsel iletişim sistemi geliştirmeyi öğrenirken; aynı zamanda marka algısı, konumlandırma ve marka hikâyesi oluşturma gibi teorik çerçevelerle de desteklenir. Kuramsal bilgi, örnek vaka analizleri ve proje bazı uygulamalarla pekiştirilir.

İVT 507 – Artırılmış Gerçeklik ve Etkileşim Tasarımı

Artırılmış Gerçeklik ve Etkileşim Tasarımı dersi, dijital içeriklerin fiziksel dünya ile bütönlüştüğü artırılmış gerçeklik (AR) ortamlarında kullanıcı deneyimi tasarlamayı amaçlar. Derste, AR teknolojilerinin tarihçesi, teknik altyapısı, araçları (ARKit, ARCore, Unity vb.) ve etkileşim modelleri ele alınır. Öğrenciler, görsel-işitsel öğelerin gerçek dünyayla nasıl senkronize edildiğini öğrenirken, aynı zamanda kullanıcı odaklı arayüz ve deneyim tasarımı üzerine uygulamalı projeler geliştirir. Bu kapsamda, oyunlaştırma, mekânsal tasarım, hikâye anlatımı ve bilgi görselleştirme gibi alanlar da dersin içeriğine dâhildir. Kuramsal bilgiler, güncel örnekler ve prototipleme uygulamalarıyla desteklenir.

İVT 508 – Yapay Zeka Destekli Görsel İçerik Üretimi

Yapay Zeka Destekli Görsel İçerik Üretimi dersi, yapay zeka teknolojilerinin görsel sanatlar ve tasarım alanındaki yaratıcı üretim süreçlerine etkisini kuramsal ve uygulamalı olarak incelemeyi amaçlar. Derste, üretken yapay zeka (generative AI) sistemleri, makine öğrenimi algoritmaları ve görsel veri kümeleri üzerinden içerik üretme süreçleri ele alınır. Midjourney, DALL·E, Runway ML, Stable Diffusion gibi güncel araçlar kullanılarak görsel üretim deneyimleri gerçekleştirilir; bu araçlarla illüstrasyon, afiş, konsept tasarımı ve medya içeriğı üretimi gibi farklı alanlarda proje çalışmaları yapılır. Ayrıca, yapay zeka ile sanat üretimi bağlamında etik, telif hakkı, özgünlük ve yaratıcılık gibi kavramlar da tartışmaya açılır. Ders; teknolojik yetkinlik, eleştirel düşünme ve estetik yaratıcılığı bütönlüştiren yenilikçi bir içerik sunar.

İVT 509 – Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı

Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı dersi, görsel sanat eserlerinin izleyici üzerindeki etkisini anlamak amacıyla algı kuramları, göstergebilim ve estetik kuramları üzerinden çok yönlü bir analiz sunar. Bu derste, görsel imgelerin kültürel, toplumsal ve psikolojik bağlamlarda nasıl anlam kazandığı, izleyici tarafından nasıl algılandığı ve yorumlandığı incelenir. Sanat tarihi boyunca farklı dönemlerden seçilen örnekler üzerinden simge, metafor, kompozisyon, renk ve biçim gibi öğelerin anlam üretme süreçleri analiz edilir. Öğrenciler, görsel okuma becerileri geliştirirken, aynı zamanda çağdaş sanat pratikleriyle eleştirel

düşünme ve yorumlama yetilerini derinleştirirler. Ders; görsel iletişim, sanat kuramı ve estetik alanlarını bütünleştiren disiplinlerarası bir bakış sunar.

İVT 510 – Yaratıcı Endüstriler

Yaratıcı Endüstriler dersi, kültür, tasarım, medya ve teknoloji temelli üretim alanlarını kapsayan yaratıcı ekonominin dinamiklerini anlamaya yönelik disiplinlerarası bir bakış sunar. Ders kapsamında reklam, moda, film, televizyon, dijital oyun, mimarlık, yayıncılık, müzik, görsel sanatlar ve dijital medya gibi yaratıcı sektörlerin tarihsel gelişimi, işleyiş yapıları, üretim modelleri ve ekonomik etkileri ele alınır. Öğrenciler, yaratıcı emeğin dönüşümünü, dijitalleşmenin etkilerini ve küresel yaratıcı pazarların kültürel-politik boyutlarını analiz eder. Ayrıca Türkiye'deki yaratıcı endüstrilerin durumu, teşvik mekanizmaları ve girişimcilik olanakları da vaka analizleri ve proje temelli çalışmalarla incelenir. Ders, yaratıcı üretim süreçlerini kavramsal olarak sorgulayan ve sektörel bilgiyle bütünleştiren bir çerçeve sunar.

İVT 511 – Arayüz Uygulama Tasarımı ve Prototipleme

Arayüz Uygulama Tasarımı ve Prototipleme dersi, dijital ürünlerin kullanıcı dostu ve işlevsel arayüzlerini tasarlamak ve bu tasarımları interaktif prototiplere dönüştürmek üzerine odaklanır. Ders kapsamında kullanıcı arayüzü (UI) ve kullanıcı deneyimi (UX) tasarım ilkeleri, bilgi mimarisi, etkileşim modelleri, responsive tasarım yaklaşımları ve kullanıcı odaklı test süreçleri ele alınır. Öğrenciler, Figma, Adobe XD gibi güncel tasarım araçlarıyla uygulamalar geliştirerek hem görsel hem işlevsel açıdan etkili prototipler üretir. Ayrıca kullanıcı senaryoları oluşturma, wireframe ve mockup hazırlama gibi yöntemler üzerinden tasarım sürecinin tüm aşamaları deneyimlenir. Ders, teorik bilgi ile pratik uygulamayı bütünleştirerek yaratıcı, sezgisel ve kullanıcı merkezli dijital arayüzlerin geliştirilmesini hedefler.

İVT 512 – Gösterge Tasarımı

Bu ders, göstergebilimsel yaklaşımlar ışığında görsel göstergelerin anlam üretme süreçlerini inceleyerek, öğrencilerin bilinçli, etkili ve sistematik gösterge sistemleri tasarlama becerilerini geliştirmeyi amaçlar.

İVT 513 – Kültürel Kimlik ve Tasarım

Kültürel kimlik ve tasarım arasındaki karmaşık ilişkileri inceleyerek, öğrencilerin kültürel bağlam, kimlik politikaları ve temsil meselelerini tasarım pratiklerine bilinçli bir şekilde entegre etme becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

İVT 514 – Tasarımda Etik ve Sürdürülebilirlik

Tasarım uygulamalarının etik boyutlarını ve sürdürülebilirlik prensiplerini inceleyerek, öğrencilerin toplumsal ve çevresel sorumluluklarını tasarım pratiklerine entegre etme becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

İVT 515 – Sergileme Tasarımı ve Dijital Enstalasyon

Çağdaş sergileme pratiklerini dijital teknolojilerle harmanlayarak, sürükleyici ve etkileşimli mekânsal deneyimler yaratma becerilerini geliştirmeyi amaçlar. Öğrenciler,

fiziksel mekân tasarımı ile dijital medya entegrasyonunu birleştirerek yenilikçi sergileme ve enstalasyon projeleri tasarlamayı öğrenirler.

İVT 516 – Dijital Çağda Müzeler ve Dijital Kürasyon

Dijital teknolojilerin müzecilik ve kürasyon pratiklerini nasıl dönüştürdüğünü inceleyerek, dijital ortamlarda kültürel içeriklerin sunumu, yorumlanması ve erişilebilir kılınması için gereken becerileri kazandırmayı amaçlamaktadır.

İVT 517 – İletişim Teorileri ve Uygulamaları

İletişim süreçlerinin teorik temellerini inceleyerek, tasarım disiplini içerisinde bu teorilerin pratik uygulamalarını geliştirmeyi amaçlar. Öğrenciler, çeşitli iletişim modellerini analiz ederek, bunların görsel iletişim tasarımı uygulamalarına nasıl entegre edilebileceğini öğrenirler.

İVT 519 – Bilgilendirme Tasarımı

Karmaşık bilgileri anlaşılır, erişilebilir ve etkili bir şekilde görselleştirme, organize etme ve iletme prensiplerini incelemeyi amaçlar. Öğrenciler, kullanıcı odaklı bilgilendirme sistemleri tasarlama ve bilgiyi farklı ortamlarda sunma becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

İVT 520 – Kinetik ve 3 Boyutlu Tipografi

Tipografinin statik iki boyutlu yüzeylerden çıkarak hareket, zaman ve üç boyutlu mekân içerisinde nasıl davrandığını incelemek ve bu alanlarda uygulamalar geliştirmek için gereken teorik ve pratik becerileri kazandırmayı amaçlamaktadır.

İVT 521 – İletişim ve Tasarım Atölye I

İletişim ve Tasarım Atölye II, birinci dönemde edinilen temel beceri ve kavramların üzerine inşa edilerek, öğrencilerin daha karmaşık iletişim ve tasarım projelerinde uzmanlaşmalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu ders, ileri düzey görsel iletişim stratejileri, yenilikçi dijital medya uygulamaları ve bütünsel tasarım yaklaşımlarını kullanarak profesyonel düzeyde yaratıcı çözümler geliştirme becerisini kazandırmayı hedeflemektedir. Öğrenciler, gerçek dünya senaryolarında çalışarak sektörel beklentilere uygun portfolyo oluşturma fırsatı bulacaklardır.

İVT 522 – İletişim ve Tasarım Atölye II

İletişim ve Tasarım Atölye, öğrencilerin görsel iletişim, grafik tasarım ve dijital medya alanlarındaki teorik bilgilerini pratiğe dökebilecekleri interaktif bir öğrenme ortamı sunmayı amaçlamaktadır. Bu atölye, iletişim stratejilerini tasarım ilkeleriyle birleştirerek etkili mesaj iletimi için gerekli becerileri kazandırmayı hedeflemektedir. Katılımcılar, bireysel ve grup çalışmaları aracılığıyla yaratıcı düşünme, problem çözme ve eleştirel analiz yeteneklerini geliştireceklerdir

İVT 542 – Font Tasarımı ve Dijital Font Teknolojileri

Öğrencilere font tasarımının tarihsel gelişimi, tipografik teori ve prensipleri, dijital font teknolojileri ve çağdaş font tasarımı uygulamaları konularında ileri düzey bilgi ve beceriler kazandırmayı amaçlamaktadır. Öğrenciler, teorik bilgilerini pratik projelerle pekiştirerek

kendi özgün font tasarımlarını geliştirecek, mevcut font teknolojilerini kullanma ve yeni teknolojileri değerlendirme yetkinliği kazanacaklardır. Ayrıca, font tasarımının kültürel, toplumsal ve ticari boyutlarını eleştirel bir bakış açısıyla analiz edebileceklerdir.

İVT 543 – Uygarlık Mirası

İletişim ve Tasarım Yüksek Lisans Programı öğrencilerine kültürel kodların, uygarlık dinamiklerinin ve toplumsal değerlerin iletişim ve tasarım süreçlerindeki rolünü kavratmayı amaçlamaktadır. Ders, tarihsel süreçte kültür ve uygarlıkların gelişimini, etkileşimini ve dönüşümünü inceleyerek öğrencilere küresel ve yerel kültürel bağlamları anlama, yorumlama ve bu bilgileri tasarım ve iletişim stratejilerinde kullanma becerisi kazandırmayı hedeflemektedir.

5. Önerilen program için mevcut laboratuvarların adlarını, kaç metrekare olduklarını ve her laboratuvarında bulunan önemli cihazların listesini veriniz.

Önerilen program için laboratuvar çalışması gerekmemektedir.

6. Eğitim-öğretim ve araştırma için mevcut bilgisayar ekipmanlarının dökümünü veriniz ve bunların hangi amaçla kullanıldığını belirtiniz.

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi MAYEM ve Sümerbank Binalarında bulunan toplam 90 m²'lik 2 laboratuvarımızda 66 bilgisayar eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetleri için kullanılmak üzere hazır durumdadır.

7. Lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık terminal ve/veya kişisel bilgisayar sayılarını ve bunların ne kadar süre (hafta, gün, saat) ile kullanıma açık olduğunu belirtiniz.

Lisansüstü programa kabul alan öğrencilerimiz, ASBÜ bünyesindeki bilgisayar laboratuvarlarından da yararlanabilecektir. Bilgisayar laboratuvarı hafta içi, mesai saatleri içinde kullanıma açıktır. Bilgisayar laboratuvarında bulunan 66 bilgisayar ve 1 merkez bilgisayarı lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık bilgisayarlardır. Her iki bilgisayar laboratuvarı haftanın 5 iş günü boyunca saat 08:30-17:00 arasında kullanıma açıktır. Merkez bilgisayarı ise merkez yönetimine ihtiyaç bildirildiği koşulda ve randevu yoluyla kullanıma açık olacaktır.

8. Önerilen programla ilgili olarak üniversite ve/veya bölümünüz kütüphanesinde bulunan sürekli yayınların adları ile hangi yıldan itibaren mevcut olduklarını bir liste halinde belirtiniz.

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Kütüphanesi, Sobiad veri tabanına abonedir. Sobiad, Sosyal Bilimler, Fen Bilimleri, Sağlık Bilimleri alanlarında yayınlanan toplamda 826 derginin indekslendiği bir veri tabanıdır ve aynı zamanda Türkiye merkezli en çok sosyal bilimler makalesinin bulunduğu milli bir indekstir. Aynı zamanda Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi TÜBİTAK'ın geliştirdiği Elektronik Kaynaklar Ulusal Akademik Lisansı (EKUAL) sisteminin üyesidir. Dolayısıyla, başvuru programla ilgili olan abone veri tabanına ek olarak, EKUAL veri tabanları da (toplam 736 dergi alternatifi) öğrencilerin kullanımı için ASBÜ Kütüphane

web sayfasının tarama bölümünde öğrencilerin kullanımına hazırdır. Dolayısıyla, üniversite kütüphanesinin veri tabanları alanla ilişkili çevrimiçi veri tabanlarının pek çoğuna ulaşmaya olanak tanımaktadır. ASBÜ kütüphanesi öğrencilere abonelik yaptığı veri tabanlarına uzaktan erişim olanağını da sunmaktadır.

9. Önerilen program disiplinlerarası (interdisipliner) nitelikte ise;

Bu programın,

- **Üniversitede halen yürütülmekte olan diğer yüksek lisans programlarından farkları,**
- Üniversitemizde bu alan çalışmalarını içine alan herhangi bir yüksek lisans programı bulunmamaktadır.
- **Mevcut yüksek lisans programlarını zayıflatmadan nasıl yürütüleceği,**
- Program açılışında yer alan akademik kadronun, diğer programlardaki çalışmalarını aksatmayacak şekilde planlama yapılmıştır.
- **Mevcut imkanlara ek olarak yeni fiziki alan (sınıf, laboratuvar, vb.) gerektirip, gerektirmediği,**
- Enstitü bünyesinde yer alan sınıf ve bilgisayar laboratuvarına ek olarak, İletişim Fakültesi ve Sanat ve Tasarım Fakültelerinin kullanımı için hazırlanan laboratuvarlarda ilgili programın ihtiyacını karşılamaktadır. Bu nedenle program için yeni fiziksel mekân imkânı gerekmemektedir.
- **Üniversiteye getireceği ek mali külfet ve bunun nasıl karşılanacağı,**
- Üniversite bünyesindeki imkanlar ve , İletişim Fakültesi ve Sanat ve Tasarım Fakültelerinin kullanımı için hazırlanan laboratuvarlar, programın da ihtiyaçlarını karşılayabilir olduğundan üniversiteye ek bir maliyet söz konusu değildir.
- **Programa başlayacak öğrencilerin farklı disiplinlerden gelmesi durumunda, bu öğrenciler için Bilimsel Hazırlık Programı uygulanıp, uygulanmayacağı; uygulanacaksa, bu programın ne şekilde düzenleneceği somut olarak açıklanmalıdır.**
- Programda bilimsel hazırlık uygulanmayacaktır.

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI AÇMAK İÇİN BAŞVURU FORMATI

Yükseköğretim Kurumları tarafından yeni bir yüksek lisans programı açılması için yapılacak başvurularda bulunması gereken bilgi ve belgeler aşağıda belirtilmiştir. Bu bilgi ve belgelerin eksiksiz ve istenilen formata uygun olarak verilmesi (cevapların soru numaralarına bire bir karşılığı gelecek biçimde), başvuruların mevcut mevzuat ve akademik kriterler kapsamında değerlendirilmesi ve en kısa sürede sonuçlandırılması için gereklidir.

Açılması önerilen programın adını belirtiniz.

İLETİŞİM VE TASARIMI TEZSİZ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

1. Programın açılma gerekçesini somut olarak açıklayınız.

Günümüz bilgi toplumunda dijitalleşmenin hızla artması, iletişim biçimlerinde ve tasarım süreçlerinde köklü değişiklikler yaratmıştır. Geleneksel medya araçlarının yerini alan dijital platformlar, hem içerik üretimini hem de bu içeriklerin tasarlanış ve sunuluş biçimlerini yeniden tanımlamaktadır. Bu dönüşüm, disiplinlerarası yaklaşımla donatılmış, hem kuramsal bilgiye hem de yaratıcı uygulama becerisine sahip profesyonel ve akademik kadroların yetiştirilmesini zorunlu kılmaktadır.

İletişim ve Tasarım Yüksek Lisans Programı'nın açılması, bu dönüşüme akademik düzeyde yanıt verme ihtiyacından doğmuştur. Program, görsel iletişim, medya estetiği, kullanıcı deneyimi (UX), etkileşim tasarımı, yeni medya kültürü, yaratıcı içerik üretimi ve stratejik iletişim gibi güncel konulara odaklanarak öğrencilere ileri düzeyde bilgi ve beceri kazandırmayı amaçlamaktadır.

Programın açılmasını gerekli kılan başlıca nedenler şunlardır:

- Akademik İhtiyaç:** Türkiye'de ve özelde Ankara'da, iletişim ve tasarımı bütünlüklü bir yaklaşımla ele alan, disiplinlerarası yapıya sahip lisansüstü program sayısı sınırlıdır. Bu alandaki akademik yayın, araştırma ve doktora öncesi eğitim ihtiyacını karşılamak amacıyla tezli program gereklidir.
- Sektörel Talep:** Görsel iletişim tasarımı, dijital medya, reklam, film, UX/UI tasarımı, dijital sanatlar ve sosyal medya yönetimi gibi alanlarda çalışan profesyoneller, mesleki uzmanlıklarını geliştirebilecekleri nitelikli lisansüstü programlara ihtiyaç duymaktadır. Tezsiz program bu ihtiyaca karşılık vermektedir.
- Kalkınma Planları ve Ulusal Stratejilerle Uyum:** Türkiye Cumhuriyeti'nin 11. Kalkınma Planı'nda vurgulanan yaratıcı endüstrilerin desteklenmesi, dijital dönüşümün teşvik edilmesi ve yükseköğretimde disiplinlerarası yaklaşımların güçlendirilmesi hedefleriyle program örtüşmektedir.

4. **İş Gücü Piyasasındaki Açık:** Dijital çağın ihtiyaç duyduğu medya tasarımcıları, stratejik iletişim uzmanları, kullanıcı deneyimi tasarımcıları ve yaratıcı içerik üreticileri gibi meslek alanlarında yüksek lisans düzeyinde yetişmiş uzmanlara talep giderek artmaktadır.
5. **Mevcut Lisans Mezunları için Akademik Süreklilik:** Görsel İletişim Tasarımı, İletişim, Medya ve İletişim, Sinema-TV, Reklamcılık, Grafik Tasarım gibi lisans programlarından mezun olan öğrencilerin lisansüstü düzeyde uzmanlaşmalarını sağlayacak uygun bir akademik kanalın eksikliği hissedilmektedir.

Bu gerekçeler doğrultusunda açılması planlanan İletişim ve Tasarım Yüksek Lisans Programı, yalnızca akademik bir boşluğu doldurmakla kalmayacak; aynı zamanda yaratıcı sektörler ile üniversite arasında bir köprü işlevi görerek bilgi üretimi ve uygulama arasında etkileşimli bir zemin oluşturacaktır.

2. Açılması önerilen programa öğrenci talebi ile ilgili tahmini öğrenci sayıları

	Programa Başlayacak Öğrenci Sayısı		Toplam Öğrenci Sayısı
	Güz	İlkbahar	
1. Yıl	15	15	30
2. Yıl	15	15	30
3. Yıl	15	15	30
4. Yıl	15	15	30
Genel Toplam	60	60	120

Not: Tablodaki tahmini sayıların belirlenmesinde kullanılan varsayımlar, programın açılma gerekçeleriyle uyumlu olmalıdır. Varsa, civardaki üniversitelerde bulunan ve önerilen programa benzer yapıdaki yüksek lisans programlarına olan talepler belirtilmelidir.

3. Önerilen programa öğrenci kabul koşullarını açıklayınız.

- Üniversitelerin en az 4 yıllık eğitim veren lisans programlarının herhangi birinden mezun olunmalıdır.
- Lisans mezuniyet not ortalaması 4.00 üzerinden en az 2.00 veya 100 üzerinden 50.00 olmalıdır.
- ALES (EA) puanının 60 olması veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.

- YDS / e-YDS / YÖKDİL / e-YÖKDİL (İngilizce) sınavlarından herhangi birinden en az 50 puan veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.
- Yapılacak olan Bilimsel Değerlendirme Sınavından (yazılı ve/veya sözlü) en az 60 puan alınmalıdır.
- Genel Değerlendirme puanı 65 ve üzeri olması.

4. Yüksek lisans derecesi almak için alınması gereken zorunlu ve seçmeli dersler için;

- a) Her bir dönem ayrı ayrı olmak üzere Ders, Tez veya Proje kredileri ile AKTS kredi bilgilerini tablo olarak,

(Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği Madde 6: Tezli yüksek lisans programı toplam yirmi bir krediden az olmamak koşuluyla en az yedi ders, bir seminer dersi ve tez çalışmasından oluşur. Seminer dersi ve tez çalışması kredisiz olup başarılı veya başarısız olarak değerlendirilir. Tezli yüksek lisans programı bir eğitim-öğretim dönemi 60 AKTS kredisinden az olmamak koşuluyla seminer dersi dahil en az sekiz ders ve tez çalışması olmak üzere toplam en az 120 AKTS kredisinden oluşur.

Madde 11: Tezsiz yüksek lisans programı toplam otuz krediden ve 60 AKTS'den az olmamak kaydıyla en az on ders ile dönem projesi dersinden oluşur.)

1. Yarıyıl

KODU	DERSİN ADI	Z/S	T	P	K	AKTS
İVT701	Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği	Z	3	0	3	6
İVT5721	İletişim ve Tasarım Atölye I	S	2	2	3	6
İVT706	Marka İletişimi ve Görsel Kimlik Tasarımı	S	3	0	3	6
İVT707	Artırılmış Gerçeklik Destekli Tasarım	S	2	2	3	6
İVT709	Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı	S	3	0	3	6
İVT711	Arayüz Uygulama Tasarımı ve Prototipleme	S	2	2	3	6
İVT720	Kinetik ve 3 Boyutlu Tipografi	S	2	2	3	6
İVT719	Bilgilendirme Tasarımı	S	2	2	3	6

İVT717	İletişim Teorileri ve Uygulamaları	S	3	0	3	6
İVT716	Dijital Çağda Müzeler ve Dijital Kürasyon	S	3	0	3	6
İVT715	Sergileme Tasarımı ve Dijital Enstalasyon	S	2	2	3	6
İVT723	İletişim Kuramları ve Modelleri	S	3	0	3	6
İVT724	Görsel Kültür	S	3	0	3	6
İVT725	Stratejik İletişimde Yeni Yaklaşımlar	S	3	0	3	6
İVT726	Kurumsal İletişim ve İtibar Yönetimi	S	3	0	3	6
İVT727	Kültürlerarası ve Uluslararası İletişim	S	3	0	3	6
İVT728	Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi	S	3	0	3	6
İVT729	İletişim Stratejileri ve Becerileri	S	3	0	3	6
İVT730	İletişim Etnografisi	S	3	0	3	6
İVT731	Sosyal Etki Mekanizmaları ve Medya	S	3	0	3	6
İVT732	Küreselleşme ve Sanal Toplum	S	3	0	3	6
Seçmeli Olarak Alınması Gereken AKTS Toplamı						24
1.Yarıyılıda Alınması Gereken Toplam Minimum AKTS Toplamı						30

2.Yarıyıl

KODU	DERSİN ADI	Z/S	T	P	K	AKTS
İVT504	Seminer	Z	0	2	0	6
İVT722	İletişim ve Tasarım Atölye II	S	2	2	3	6
İVT708	Yapay Zekâ Destekli Görsel İçerik Üretimi	S	2	2	3	6

İVT710	Yaratıcı Endüstriler	S	3	0	3	6
İVT714	Tasarımda Etik ve Sürdürülebilirlik	S	3	0	3	6
İVT713	Kültürel Kimlik ve Tasarım	S	3	0	3	6
İVT712	Gösterge Tasarımı	S	2	2	3	6
İVT742	Font Tasarımı ve Dijital Font Teknolojileri	S	2	2	3	6
İVT705	Bilgi ve Veri Görselleştirme	S	3	0	3	6
İVT733	Stratejik İletişim Yönetiminde Web	S	3	0	3	6
İVT734	Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri	S	3	0	3	6
İVT735	Sanal Topluluklar ve Sosyal Medya	S	3	0	3	6
İVT736	Kültürlerarası İletişim	S	3	0	3	6
İVT737	Dijital Platformlarda Stratejik İletişim	S	3	0	3	6
İVT738	Dijital Diplomasi	S	3	0	3	6
İVT738	Stratejik İletişim ve Söylem Analizi	S	3	0	3	6
İVT740	Marka Yönetim Stratejileri Analizi	S	3	0	3	6
İVT741	Küreselleşme, Kültürel Kimlikler ve Medya	S	3	0	3	6
İVT 743	Uygarlık Mirası	S	3	0	3	6
Seçmeli Olarak Alınması Gereken AKTS Toplamı						24
2.Yarıyıl'da Alınması Gereken Toplam Minimum AKTS Toplamı						30

3.Yarıyıl

KODU	DERSİN ADI	Z/S	T	P	K	AKTS
SBE702	Dönem Projesi	Z	4	0	0	12

Zorunlu Olarak Alınması Gereken AKTS Toplamı	30
3.Yarıyıda Alınması Gereken Toplam Minimum AKTS Toplamı	30

b) Derslerin kodu ve içeriklerini metin olarak belirtiniz.

İVT 701 – Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği:

Araştırma teknikleri ve yayın etiğinin öğretilmesini içerir ve tezin hazırlanması sürecinde gerekli olan teknik ve etik meselelere ilişkin hakimiyet geliştirmeyi amaçlar.

İVT 702 – Uzmanlık Alan Dersi:

Teze geçmeden önce olası tez konusuna özel çalışılmasında fayda görülen konular bu başlık altında öğrenciye has olarak önerilebilecektir.

İVT 703 – Tez Çalışması:

Bu derste temel olarak akademik tez yazma ile ilgili biçimsel ve içeriğe dair ilkeler öğrenci tarafından danışman tavsiyesi doğrultusunda uygulanacak ve ortaya çıkan çalışma biçimsel ve içerik olarak incelenecektir.

İVT 704 – Seminer:

Bu uygulamalı ders öğrencilerin araştırma, sunum ve üretim etkinliklerini geliştirmeyi amaçlayacaktır.

İVT 705 – Bilgi ve Veri Görselleştirme

Bilgi ve Veri Görselleştirme dersi, karmaşık veri kümelerini anlaşılır, estetik ve etkili görsel anlatımlara dönüştürme süreçlerine odaklanır. Bu derste öğrenciler; nicel ve nitel verilerin analiz edilmesi, görselleştirme türlerinin (grafikler, haritalar, infografikler, interaktif panolar vb.) seçimi, veri okuryazarlığı ve görsel hiyerarşi gibi konuları teorik ve pratik açıdan öğrenirler. Görselleştirme tasarımlarının hedef kitleye göre nasıl yapılandırılacağı, hangi araç ve yazılımların (Tableau, Adobe Illustrator, D3.js vb.) kullanılabileceği uygulamalı projelerle deneyimlenir. Ayrıca, veri temsillerinin etik boyutu ve manipülasyon riski gibi konular da ele alınarak, öğrencilerin eleştirel ve sorumlu tasarım anlayışı geliştirmesi amaçlanır. Ders, tasarım, iletişim ve analitik düşünme becerilerini bir araya getiren disiplinlerarası bir yaklaşımla yürütülür.

İVT 706 – Marka İletişimi ve Görsel Kimlik Tasarımı

Marka İletişimi ve Görsel Kimlik Tasarımı dersi, markaların hedef kitleyle etkili ve sürdürülebilir iletişim kurabilmesi için gerekli stratejik ve görsel bileşenleri bütüncül bir yaklaşımla ele alır. Ders kapsamında marka kimliği oluşturma süreci; logo, tipografi, renk paleti, kurumsal dil, ambalaj, dijital mecralar ve reklam kampanyaları gibi öğeler üzerinden incelenir. Öğrenciler, bir markanın değerlerini, vizyonunu ve hedef kitlesini yansıtan tutarlı bir görsel iletişim sistemi geliştirmeyi öğrenirken; aynı zamanda marka algısı,

konumlandırma ve marka hikâyesi oluşturma gibi teorik çerçevelerle de desteklenir. Kuramsal bilgi, örnek vaka analizleri ve proje bazlı uygulamalarla pekiştirilir.

İVT 707 – Artırılmış Gerçeklik ve Etkileşim Tasarımı

Artırılmış Gerçeklik ve Etkileşim Tasarımı dersi, dijital içeriklerin fiziksel dünya ile bütünleştiği artırılmış gerçeklik (AR) ortamlarında kullanıcı deneyimi tasarlamayı amaçlar. Derste, AR teknolojilerinin tarihçesi, teknik altyapısı, araçları (ARKit, ARCore, Unity vb.) ve etkileşim modelleri ele alınır. Öğrenciler, görsel-işitsel öğelerin gerçek dünyayla nasıl senkronize edildiğini öğrenirken, aynı zamanda kullanıcı odaklı arayüz ve deneyim tasarımı üzerine uygulamalı projeler geliştirir. Bu kapsamda, oyunlaştırma, mekânsal tasarım, hikâye anlatımı ve bilgi görselleştirme gibi alanlar da dersin içeriğine dâhildir. Kuramsal bilgiler, güncel örnekler ve prototipleme uygulamalarıyla desteklenir.

İVT 708 – Yapay Zeka Destekli Görsel İçerik Üretimi

Yapay Zeka Destekli Görsel İçerik Üretimi dersi, yapay zeka teknolojilerinin görsel sanatlar ve tasarım alanındaki yaratıcı üretim süreçlerine etkisini kuramsal ve uygulamalı olarak incelemeyi amaçlar. Derste, üretken yapay zeka (generative AI) sistemleri, makine öğrenimi algoritmaları ve görsel veri kümeleri üzerinden içerik üretme süreçleri ele alınır. Midjourney, DALL·E, Runway ML, Stable Diffusion gibi güncel araçlar kullanılarak görsel üretim deneyimleri gerçekleştirilir; bu araçlarla illüstrasyon, afiş, konsept tasarımı ve medya içeriği üretimi gibi farklı alanlarda proje çalışmaları yapılır. Ayrıca, yapay zeka ile sanat üretimi bağlamında etik, telif hakkı, özgünlük ve yaratıcılık gibi kavramlar da tartışmaya açılır. Ders; teknolojik yetkinlik, eleştirel düşünme ve estetik yaratıcılığı bütünleştiren yenilikçi bir içerik sunar.

İVT 709 – Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı

Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı dersi, görsel sanat eserlerinin izleyici üzerindeki etkisini anlamak amacıyla algı kuramları, göstergebilim ve estetik kuramları üzerinden çok yönlü bir analiz sunar. Bu derste, görsel imgelerin kültürel, toplumsal ve psikolojik bağlamlarda nasıl anlam kazandığı, izleyici tarafından nasıl algılandığı ve yorumlandığı incelenir. Sanat tarihi boyunca farklı dönemlerden seçilen örnekler üzerinden simge, metafor, kompozisyon, renk ve biçim gibi öğelerin anlam üretme süreçleri analiz edilir. Öğrenciler, görsel okuma becerileri geliştirirken, aynı zamanda çağdaş sanat pratikleriyle eleştirel düşünme ve yorumlama yetilerini derinleştirirler. Ders; görsel iletişim, sanat kuramı ve estetik alanlarını bütünleştiren disiplinlerarası bir bakış sunar.

İVT 710 – Yaratıcı Endüstriler

Yaratıcı Endüstriler dersi, kültür, tasarım, medya ve teknoloji temelli üretim alanlarını kapsayan yaratıcı ekonominin dinamiklerini anlamaya yönelik disiplinlerarası bir bakış sunar. Ders kapsamında reklam, moda, film, televizyon, dijital oyun, mimarlık, yayıncılık, müzik, görsel sanatlar ve dijital medya gibi yaratıcı sektörlerin tarihsel gelişimi, işleyiş yapıları, üretim modelleri ve ekonomik etkileri ele alınır. Öğrenciler, yaratıcı emeğin dönüşümünü, dijitalleşmenin etkilerini ve küresel yaratıcı pazarların kültürel-politik boyutlarını analiz eder. Ayrıca Türkiye'deki yaratıcı endüstrilerin durumu, teşvik mekanizmaları ve girişimcilik olanakları da vaka analizleri ve proje temelli çalışmalarla

incelenir. Ders, yaratıcı üretim süreçlerini kavramsal olarak sorgulayan ve sektörel bilgiyle bütünleştiren bir çerçeve sunar.

İVT 711 – Arayüz Uygulama Tasarımı ve Prototipleme

Arayüz Uygulama Tasarımı ve Prototipleme dersi, dijital ürünlerin kullanıcı dostu ve işlevsel arayüzlerini tasarlamak ve bu tasarımları interaktif prototiplere dönüştürmek üzerine odaklanır. Ders kapsamında kullanıcı arayüzü (UI) ve kullanıcı deneyimi (UX) tasarım ilkeleri, bilgi mimarisi, etkileşim modelleri, responsive tasarım yaklaşımları ve kullanıcı odaklı test süreçleri ele alınır. Öğrenciler, Figma, Adobe XD gibi güncel tasarım araçlarıyla uygulamalar geliştirerek hem görsel hem işlevsel açıdan etkili prototipler üretir. Ayrıca kullanıcı senaryoları oluşturma, wireframe ve mockup hazırlama gibi yöntemler üzerinden tasarım sürecinin tüm aşamaları deneyimlenir. Ders, teorik bilgi ile pratik uygulamayı bütünleştirerek yaratıcı, sezgisel ve kullanıcı merkezli dijital arayüzlerin geliştirilmesini hedefler.

İVT 712 – Gösterge Tasarımı

Bu ders, göstergebilimsel yaklaşımlar ışığında görsel göstergelerin anlam üretme süreçlerini inceleyerek, öğrencilerin bilinçli, etkili ve sistematik gösterge sistemleri tasarlama becerilerini geliştirmeyi amaçlar.

İVT 713 – Kültürel Kimlik ve Tasarım

Kültürel kimlik ve tasarım arasındaki karmaşık ilişkileri inceleyerek, öğrencilerin kültürel bağlam, kimlik politikaları ve temsil meselelerini tasarım pratiklerine bilinçli bir şekilde entegre etme becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

İVT 714 – Tasarımda Etik ve Sürdürülebilirlik

Tasarım uygulamalarının etik boyutlarını ve sürdürülebilirlik prensiplerini inceleyerek, öğrencilerin toplumsal ve çevresel sorumluluklarını tasarım pratiklerine entegre etme becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

İVT 715 – Sergileme Tasarımı ve Dijital Enstalasyon

Çağdaş sergileme pratiklerini dijital teknolojilerle harmanlayarak, sürükleyici ve etkileşimli mekânsal deneyimler yaratma becerilerini geliştirmeyi amaçlar. Öğrenciler, fiziksel mekân tasarımı ile dijital medya entegrasyonunu birleştirerek yenilikçi sergileme ve enstalasyon projeleri tasarlamayı öğrenirler.

İVT 716 – Dijital Çağda Müzeler ve Dijital Kürasyon

Dijital teknolojilerin müzecilik ve kürasyon pratiklerini nasıl dönüştürdüğünü inceleyerek, dijital ortamlarda kültürel içeriklerin sunumu, yorumlanması ve erişilebilir kılınması için gereken becerileri kazandırmayı amaçlamaktadır.

İVT 717 – İletişim Teorileri ve Uygulamaları

İletişim süreçlerinin teorik temellerini inceleyerek, tasarım disiplini içerisinde bu teorilerin pratik uygulamalarını geliştirmeyi amaçlar. Öğrenciler, çeşitli iletişim modellerini analiz ederek, bunların görsel iletişim tasarımı uygulamalarına nasıl entegre edilebileceğini öğrenirler.

İVT 719 – Bilgilendirme Tasarımı

Karmaşık bilgileri anlaşılır, erişilebilir ve etkili bir şekilde görselleştirme, organize etme ve iletme prensiplerini incelemeyi amaçlar. Öğrenciler, kullanıcı odaklı bilgilendirme sistemleri tasarlama ve bilgiyi farklı ortamlarda sunma becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

İVT 720 – Kinetik ve 3 Boyutlu Tipografi

Tipografinin statik iki boyutlu yüzeylerden çıkarak hareket, zaman ve üç boyutlu mekân içerisinde nasıl davrandığını incelemek ve bu alanlarda uygulamalar geliştirmek için gereken teorik ve pratik becerileri kazandırmayı amaçlamaktadır.

İVT 721 – İletişim ve Tasarım Atölye I

İletişim ve Tasarım Atölye II, birinci dönemde edinilen temel beceri ve kavramların üzerine inşa edilerek, öğrencilerin daha karmaşık iletişim ve tasarım projelerinde uzmanlaşmalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu ders, ileri düzey görsel iletişim stratejileri, yenilikçi dijital medya uygulamaları ve bütünlük tasarım yaklaşımlarını kullanarak profesyonel düzeyde yaratıcı çözümler geliştirme becerisini kazandırmayı hedeflemektedir. Öğrenciler, gerçek dünya senaryolarında çalışarak sektörel beklentilere uygun portfolyo oluşturma fırsatı bulacaklardır.

İVT 722 – İletişim ve Tasarım Atölye II

İletişim ve Tasarım Atölye, öğrencilerin görsel iletişim, grafik tasarım ve dijital medya alanlarındaki teorik bilgilerini pratiğe dökebilecekleri interaktif bir öğrenme ortamı sunmayı amaçlamaktadır. Bu atölye, iletişim stratejilerini tasarım ilkeleriyle birleştirerek etkili mesaj iletimi için gerekli becerileri kazandırmayı hedeflemektedir. Katılımcılar, bireysel ve grup çalışmaları aracılığıyla yaratıcı düşünme, problem çözme ve eleştirel analiz yeteneklerini geliştireceklerdir.

İVT 742 – Font Tasarımı ve Dijital Font Teknolojileri

Öğrencilere font tasarımının tarihsel gelişimi, tipografik teori ve prensipleri, dijital font teknolojileri ve çağdaş font tasarımı uygulamaları konularında ileri düzey bilgi ve beceriler kazandırmayı amaçlamaktadır. Öğrenciler, teorik bilgilerini pratik projelerle pekiştirerek kendi özgün font tasarımlarını geliştirecek, mevcut font teknolojilerini kullanma ve yeni teknolojileri değerlendirme yetkinliği kazanacaklardır. Ayrıca, font tasarımının kültürel, toplumsal ve ticari boyutlarını eleştirel bir bakış açısıyla analiz edebileceklerdir.

İVT 743 – Uygarlık Mirası

İletişim ve Tasarım Yüksek Lisans Programı öğrencilerine kültürel kodların, uygarlık dinamiklerinin ve toplumsal değerlerin iletişim ve tasarım süreçlerindeki rolünü kavratmayı amaçlamaktadır. Ders, tarihsel süreçte kültür ve uygarlıkların gelişimini, etkileşimini ve dönüşümünü inceleyerek öğrencilere küresel ve yerel kültürel bağlamları anlama, yorumlama ve bu bilgileri tasarım ve iletişim stratejilerinde kullanma becerisi kazandırmayı hedeflemektedir.

5. **Önerilen program için mevcut laboratuvarların adlarını, kaç metrekare olduklarını ve her laboratuvarda bulunan önemli cihazların listesini veriniz.**

Önerilen program için laboratuvar çalışması gerekmemektedir.

6. Eğitim-öğretim ve araştırma için mevcut bilgisayar ekipmanlarının dökümünü veriniz ve bunların hangi amaçla kullanıldığını belirtiniz.

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi MAYEM ve Sümerbank Binalarında bulunan toplam 90 m2'lik 2 laboratuvarımızda 66 bilgisayar eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetleri için kullanılmak üzere hazır durumdadır.

7. Lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık terminal ve/veya kişisel bilgisayar sayılarını ve bunların ne kadar süre (hafta, gün, saat) ile kullanıma açık olduğunu belirtiniz.

Lisansüstü programa kabul alan öğrencilerimiz, ASBÜ bünyesindeki bilgisayar laboratuvarlarından da yararlanabilecektir. Bilgisayar laboratuvarı hafta içi, mesai saatleri içinde kullanıma açıktır. Bilgisayar laboratuvarında bulunan 66 bilgisayar ve 1 merkez bilgisayarı lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık bilgisayarlardır. Her iki bilgisayar laboratuvarı haftanın 5 iş günü boyunca saat 08:30-17:00 arasında kullanıma açıktır. Merkez bilgisayarı ise merkez yönetimine ihtiyaç bildirildiği koşulda ve randevu yoluyla kullanıma açık olacaktır.

8. Önerilen programla ilgili olarak üniversite ve/veya bölümünüz kütüphanesinde bulunan sürekli yayınların adları ile hangi yıldan itibaren mevcut olduklarını bir liste halinde belirtiniz.

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Kütüphanesi, Sobiad veri tabanına abonedir. Sobiad, Sosyal Bilimler, Fen Bilimleri, Sağlık Bilimleri alanlarında yayınlanan toplamda 826 derginin indekslendiği bir veri tabanıdır ve aynı zamanda Türkiye merkezli en çok sosyal bilimler makalesinin bulunduğu milli bir indekstir. Aynı zamanda Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi TÜBİTAK'ın geliştirdiği Elektronik Kaynaklar Ulusal Akademik Lisansı (EKUAL) sisteminin üyesidir. Dolayısıyla, başvuru programla ilgili olan abone veri tabanına ek olarak, EKUAL veri tabanları da (toplam 736 dergi alternatifi) öğrencilerin kullanımı için ASBÜ Kütüphane web sayfasının tarama bölümünde öğrencilerin kullanımına hazırdır. Dolayısıyla, üniversite kütüphanesinin veri tabanları alanla ilişkili çevrimiçi veri tabanlarının pek çoğuna ulaşmaya olanak tanımaktadır. ASBÜ kütüphanesi öğrencilere abonelik yaptığı veri tabanlarına uzaktan erişim olanağını da sunmaktadır.

9. Önerilen program disiplinlerarası (interdisipliner) nitelikte ise;

Bu programın,

- **Üniversitede halen yürütülmekte olan diğer yüksek lisans programlarından farkları,**
- **Üniversitemizde bu alan çalışmalarını içine alan herhangi bir yüksek lisans programı bulunmamaktadır.**
- **Mevcut yüksek lisans programlarını zayıflatmadan nasıl yürütüleceği,**

- Program açılışında yer alan akademik kadronun, diğer programlardaki çalışmalarını aksatmayacak şekilde planlama yapılmıştır.
- **Mevcut imkanlara ek olarak yeni fiziki alan (sınıf, laboratuvar, vb.) gerektirip, gerektirmediği,**
- Enstitü bünyesinde yer alan sınıf ve bilgisayar laboratuvarına ek olarak, İletişim Fakültesi ve Sanat ve Tasarım Fakültelerinin kullanımı için hazırlanan laboratuvarlarda ilgili programın ihtiyacını karşılamaktadır. Bu nedenle program için yeni fiziksel mekân imkânı gerekmemektedir.
- **Üniversiteye getireceği ek mali külfet ve bunun nasıl karşılanacağı,**
- Üniversite bünyesindeki imkanlar ve , İletişim Fakültesi ve Sanat ve Tasarım Fakültelerinin kullanımı için hazırlanan laboratuvarlar, programın da ihtiyaçlarını karşılayabilir olduğundan üniversiteye ek bir maliyet söz konusu değildir.
- **Programa başlayacak öğrencilerin farklı disiplinlerden gelmesi durumunda, bu öğrenciler için Bilimsel Hazırlık Programı uygulanıp, uygulanmayacağı; uygulanacaksa, bu programın ne şekilde düzenleneceği somut olarak açıklanmalıdır.**
- Programda bilimsel hazırlık uygulanmayacaktır.

- Program açılışında yer alan akademik kadronun, diğer programlardaki çalışmalarını aksatmayacak şekilde planlama yapılmıştır.
- **Mevcut imkanlara ek olarak yeni fiziki alan (sınıf, laboratuvar, vb.) gerektirip, gerektirmediği,**
- Enstitü bünyesinde yer alan sınıf ve bilgisayar laboratuvarına ek olarak, İletişim Fakültesi ve Sanat ve Tasarım Fakültelerinin kullanımı için hazırlanan laboratuvarlarda ilgili programın ihtiyacını karşılamaktadır. Bu nedenle program için yeni fiziksel mekân imkânı gerekmemektedir.
- **Üniversiteye getireceği ek mali külfet ve bunun nasıl karşılanacağı,**
- Üniversite bünyesindeki imkanlar ve , İletişim Fakültesi ve Sanat ve Tasarım Fakültelerinin kullanımı için hazırlanan laboratuvarlar, programın da ihtiyaçlarını karşılayabilir olduğundan üniversiteye ek bir maliyet söz konusu değildir.
- **Programa başlayacak öğrencilerin farklı disiplinlerden gelmesi durumunda, bu öğrenciler için Bilimsel Hazırlık Programı uygulanıp, uygulanmayacağı; uygulanacaksa, bu programın ne şekilde düzenleneceği somut olarak açıklanmalıdır.**
- Programda bilimsel hazırlık uygulanmayacaktır.

PROGRAM ve ÖĞRETİM ÜYESİ BİLGİLERİ

Enstitü Adı	: Sosyal Bilimler Enstitüsü				
Programın Bağlı Olduğu Anabilim Dalı*	: Disiplinlerarası				
Program Adı**	: Stratejik İletişim Yönetimi/Tezli				
Öğretim Şekli***	: Normal Öğretim				
Öğretim Dili****	: Türkçe				
ÖĞRETİM ÜYESİNİN					
Unvanı-Adı-Soyadı	Üniversitede Kadrosunun Bulunduğu Bölüm	Devam Eden Tezli Yüksek Lisans Danışmanlık Sayısı	Devam Eden Doktora Danışmanlık Sayısı	Devam Eden Tezsiz Yüksek Lisans Danışmanlık Sayısı	Öğretim Üyesinin, Açılması İstenilen Yüksek Lisans Alanı ile İlgili Çalışmaları (Öğretim üyesinin doktora veya doçentlik alanı açılacak yüksek lisans programı ile aynı olmadığı disiplinlerarası alanlar için doldurulacaktır.)
Prof. Dr. Abdullah Şevki DUYMAZ	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Doç. Dr. Ayşegül DOĞRUCAN	Yeni Medya ve İletişim	0	0	0	-
Doç. Dr. Nevfel BOZ	Yeni Medya ve İletişim	0	7	0	-
Doç. Dr. Ahmet Faruk ÇEÇEN	Yeni Medya ve İletişim	0	0	0	-
Doç. Dr. Hülya ÖZKAN RIGIDERAKHSHAN	Yeni Medya ve İletişim	1	0	0	-
Doç. Emin TOKSÖZ	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Doç. Cumhur COŞKUN	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Dr. Öğr. Üy. Gökberk DURMAZ	Uluslararası İlişkiler	5	4	0	-
* Üniversitemiz Fakültelerine bağlı bir bölüm mü (Örneğin: Kamu Hukuku), Yoksa Disiplinlerarası mı (Örneğin: Denetim ve Risk Yönetimi-Disiplinlerarası) olduğu belirtilecek.					
** Programın Tezli/Tezsiz/Doktora mı olduğu belirtilecek.					
*** Normal Öğretim mi yoksa İkinci Öğretim mi olduğu belirtilecek.					
**** Türkçe / İngilizce / Arapça vs.					

PROGRAM ve ÖĞRETİM ÜYESİ BİLGİLERİ

Enstitü Adı	: Sosyal Bilimler Enstitüsü				
Programın Bağlı Olduğu Anabilim Dalı*	: Disiplinlerarası				
Program Adı**	: Stratejik İletişim Yönetimi/Tezsiz				
Öğretim Şekli***	: Normal Öğretim				
Öğretim Dili****	: Türkçe				
ÖĞRETİM ÜYESİNİN					
Unvanı-Adı-Soyadı	Üniversitede Kadrosunun Bulunduğu Bölüm	Devam Eden Tezli Yüksek Lisans Danışmanlık Sayısı	Devam Eden Doktora Danışmanlık Sayısı	Devam Eden Tezsiz Yüksek Lisans Danışmanlık Sayısı	Öğretim Üyesinin, Açılması İstenilen Yüksek Lisans Alanı ile İlgili Çalışmaları (Öğretim üyesinin doktora veya doçentlik alanı açılacak yüksek lisans programı ile aynı olmadığı disiplinlerarası alanlar için doldurulacaktır.)
Prof. Dr. Abdullah Şevki DUYMAZ	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Doç. Dr. Ayşegül DOĞRUCAN	Yeni Medya ve İletişim	0	0	0	-
Doç. Dr. Nevfel BOZ	Yeni Medya ve İletişim	0	7	0	-
Doç. Dr. Ahmet Faruk ÇEÇEN	Yeni Medya ve İletişim	0	0	0	-
Doç. Dr. Hülya ÖZKAN RIGIDERAKHSHAN	Yeni Medya ve İletişim	1	0	0	-
Doç. Emin TOKSÖZ	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Doç. Cumhur COŞKUN	Görsel İletişim Tasarımı	0	0	0	-
Dr. Öğr. Üy. Gökberk DURMAZ	Uluslararası İlişkiler	5	4	0	-
* Üniversitemiz Fakültelerine bağlı bir bölüm mü (Örneğin: Kamu Hukuku), Yoksa Disiplinlerarası mı (Örneğin: Denetim ve Risk Yönetimi-Disiplinlerarası) olduğu belirtilecek.					
** Programın Tezli/Tezsiz/Doktora mı olduğu belirtilecek.					
*** Normal Öğretim mi yoksa İkinci Öğretim mi olduğu belirtilecek.					
**** Türkçe / İngilizce / Arapça vs.					

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI AÇMAK İÇİN BAŞVURU FORMATI

Yükseköğretim Kurumları tarafından yeni bir yüksek lisans programı açılması için yapılacak başvurularda bulunması gereken bilgi ve belgeler aşağıda belirtilmiştir. Bu bilgi ve belgelerin eksiksiz ve istenilen formata uygun olarak verilmesi (cevapların soru numaralarına bire bir karşılığı gelecek biçimde), başvuruların mevcut mevzuat ve akademik kriterler kapsamında değerlendirilmesi ve en kısa sürede sonuçlandırılması için gereklidir.

Açılması önerilen programın adını belirtiniz.

STRATEJİK İLETİŞİM YÖNETİMİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

1.

Değişen küresel koşullarda, kitle iletişim teknolojilerinin ve iletişim tekniklerinin çeşitlenmesi, iletişimin stratejik önemini ortaya çıkarmıştır. Hızla gelişen teknolojilerin, mesaj içeriklerinin oluşturulması ve yayılmasını kolaylaştırması, bir taraftan avantajlar sunarken diğer taraftan beraberinde sorun ve dezavantajlar da getirmiştir. Klasik manada bilgilenme ve haberdar olmayla bağlantılı olan iletişim, içeriklerin oluşturulma süreçlerinden, içeriklerin sunum şekline uzanan geniş bir alanda bir tür **anlam yaratma ve yayma** sürecinin en önemli unsuru haline gelmiştir. Özellikle kamuoyuna sunulan bilgilisel ve haberlerin, kaynak ve güvenilirlik sorunu içermeleri işletmeler, kamu kurum ve kuruluşları ve uluslararası iletişim aktörleri açısından riskli bir alan oluşturmaktadır. Bu risk alanın kontrol edilmesi ve risklerin minimuma indirilebilmesi için, doğru veriler doğrultusunda hedef belirlemek, hedefler doğrultusunda iletişim yetkinliğini geliştirmek ve olası durumlarda stres yönetebilmek kritik önemdedir. Bu nedenle iletişim, işletmeler, kamu kurum ve kuruluşları ve uluslararası iletişim aktörleri açısından artık bir stratejik yönetim sürecine dönüşmüştür.

Yapılan faaliyetlerin doğru ve başarılı olması kadar, bu faaliyetlerin doğru yöntemlerle anlatılması da artık çağımızın bir gereği ve gerçeğidir. Dolayısıyla özellikle kurumsal iletişim mekanizmalarının bu gerekliliğe uyum sağlayıp, etkili iletişim stratejileri geliştirebilecek insan kaynakları ihtiyacı gün geçtikçe artmaktadır. Program bu insan kaynakları ihtiyacını karşılayabilecek uzmanlar yetiştirmeyi ve bu alanda yapılacak akademik çalışmalar yapılmasını amaçlamaktadır.

- 1. Akademik İhtiyaç:** Türkiye'de ve özelde Ankara'da Stratejik İletişim Yönetimi bütünsel bir yaklaşımla ele alan, disiplinlerarası yapıya sahip lisansüstü program sayısı sınırlıdır. Bu alandaki akademik yayın, araştırma ve doktora öncesi eğitim ihtiyacını karşılamak amacıyla tezli program gereklidir.
- 2. Sektörel Talep:** Stratejik İletişim Yönetimi alanında çalışan profesyoneller, mesleki uzmanlıklarını geliştirebilecekleri nitelikli lisansüstü programlara ihtiyaç duymaktadır. Tezsiz program bu ihtiyaca karşılık vermektedir.
- 3. Kalkınma Planları ve Ulusal Stratejilerle Uyum:** Türkiye Cumhuriyeti'nin 11. Kalkınma Planı'nda vurgulanan yaratıcı endüstrilerin desteklenmesi, dijital dönüşümün teşvik edilmesi

ve yükseköğretimde disiplinlerarası yaklaşımların güçlendirilmesi hedefleriyle program örtüşmektedir.

4. Bununla birlikte, Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile İletişim Başkanlığı bünyesinde “stratejik iletişim ve kriz yönetimine ilişkin politikaları belirlemek, bu kapsamda ulusal ve uluslararası alanda yürütülecek faaliyetlerde tüm kamu kurum ve kuruluşları arasında koordinasyonu sağlamak” görevini yerine getirmek üzere “Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığı”nın kuruluş mantığıyla da ilgili program örtüşmektedir.
5. **İş Gücü Piyasasındaki Açık:** Dijital çağın ihtiyaç duyduğu medya tasarımcıları, stratejik iletişim uzmanları, kullanıcı deneyimi tasarımcıları ve yaratıcı içerik üreticileri gibi meslek alanlarında yüksek lisans düzeyinde yetişmiş uzmanlara talep giderek artmaktadır.
6. **Mevcut Lisans Mezunları için Akademik Süreklilik:** Görsel İletişim Tasarımı, İletişim, Medya ve İletişim, Sinema-TV, Reklamcılık, Grafik Tasarım, Halkla İlişkiler, Uluslararası İlişkiler, Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi, Sosyoloji, Psikoloji, Felsefe vb gibi lisans programlarından mezun olan öğrencilerin lisansüstü düzeyde uzmanlaşmalarını sağlayacak uygun bir akademik kanalın eksikliği hissedilmektedir.

Bu gerekçeler doğrultusunda açılması planlanan Stratejik İletişim Yönetimi Yüksek Lisans Programı, yalnızca akademik bir boşluğu doldurmakla kalmayacak; aynı zamanda yaratıcı sektörler ile üniversite arasında bir köprü işlevi görerek bilgi üretimi ve uygulama arasında etkileşimli bir zemin oluşturacaktır.

2. Açılması önerilen programa öğrenci talebi ile ilgili tahmini öğrenci sayıları

	Programa Başlayacak Öğrenci Sayısı		Toplam Öğrenci Sayısı
	Güz	İlkbahar	
1. Yıl	15	5	15
2. Yıl	15	5	15
3. Yıl	15	5	15
4. Yıl	15	5	15
Genel Toplam	60	5	80

Not: Tablodaki tahmini sayıların belirlenmesinde kullanılan varsayımlar, programın açılma gerekçeleriyle uyumlu olmalıdır. Varsa, civardaki üniversitelerde bulunan ve önerilen programa benzer yapıdaki yüksek lisans programlarına olan talepler belirtilmelidir.

3. Önerilen programa öğrenci kabul koşullarını açıklayınız.

- Üniversitelerin en az 4 yıllık eğitim veren lisans programlarının herhangi birinden mezun olunmalıdır.
- Lisans mezuniyet not ortalaması 4.00 üzerinden en az 2.00 veya 100 üzerinden 50.00 olmalıdır.
- ALES (EA) puanının 60 olması veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.
- YDS / e-YDS / YÖKDİL / e-YÖKDİL (İngilizce) sınavlarından herhangi birinden en az 50 puan veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.
- Yapılacak olan Bilimsel Değerlendirme Sınavından (yazılı ve/veya sözlü) en az 60 puan alınmalıdır.
- Genel Değerlendirme puanı 65 ve üzeri olması.

4. Yüksek lisans derecesi almak için alınması gereken zorunlu ve seçmeli dersler için;

- a) Her bir dönem ayrı ayrı olmak üzere Ders, Tez veya Proje kredileri ile AKTS kredi bilgilerini tablo olarak,

(Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği Madde 6: Tezli yüksek lisans programı toplam yirmi bir krediden az olmamak koşuluyla en az yedi ders, bir seminer dersi ve tez çalışmasından oluşur. Seminer dersi ve tez çalışması kredisiz olup başarılı veya başarısız olarak değerlendirilir. Tezli yüksek lisans programı bir eğitim-öğretim dönemi 60 AKTS kredisinden az olmamak koşuluyla seminer dersi dahil en az sekiz ders ve tez çalışması olmak üzere toplam en az 120 AKTS kredisinden oluşur.

Madde 11: *Tezsiz yüksek lisans programı toplam otuz krediden ve 60 AKTS'den az olmamak kaydıyla en az on ders ile dönem projesi dersinden oluşur.)*

- b) Derslerin kodu ve içeriklerini metin olarak belirtiniz.

1. Yarı Yıl						
Kodu	Ders	Z/S	T	P	K	AKTS
SIY501	Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği	Z	3	0	3	6
SIY503	İletişim Kuramları ve Modelleri	Z	3	0	3	6
SIY505	Görsel Kültür	S	3	0	3	6
SIY507	Stratejik İletişimde Yeni Yaklaşımlar	S	3	0	3	6
SIY511	Kurumsal İletişim ve İtibar Yönetimi	S	3	0	3	6
SIY513	Kültürlerarası ve Uluslararası İletişim	S	3	0	3	6
SIY515	Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi	S	3	0	3	6

SİY517	İletişim Stratejileri ve Becerileri	S	3	0	3	6
SİY519	İletişim Etnografisi	S	3	0	3	6
SİY521	Sosyal Etki Mekanizmaları ve Medya	S	3	0	3	6
SİY523	Küreselleşme ve Sanal Toplum	S	3	0	3	6
Dönemlik Alınması Gereken AKTS						30

2. Yarı Yıl						
Kodu	Ders	Z/S	T	P	K	AKTS
SİY502	Stratejik İletişim Temelleri	Z	3	0	3	6
SİY504	Kriz İletişimi ve Yönetimi	Z	3	0	3	6
SİY506	Stratejik İletişim Yönetiminde Web	S	3	0	3	6
SİY508	Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri	S	3	0	3	6
SİY510	Sanal Topluluklar ve Sosyal Medya	S	3	0	3	6
SİY512	Kültürlerarası İletişim	S	3	0	3	6
SİY514	Dijital Platformlarda Stratejik İletişim	S	3	0	3	6
SİY516	Dijital Diplomasi	S	3	0	3	6
SİY518	Stratejik İletişim ve Söylem Analizi	S	3	0	3	6
SİY520	Marka Yönetim Stratejileri Analizi	S	3	0	3	6
SİY522	Küreselleşme, Kültürel Kimlikler ve Medya	S	3	0	3	6
Dönemlik Alınması Gereken AKTS						30

3. Yarı Yıl						
Kodu	Ders	Z/S	T	P	K	AKTS
SBE501	Uzmanlık Alan Dersi	Z	8	0	0	10
SBE502	Tez Çalışması	Z	0	0	0	20
Dönemlik Alınması Gereken AKTS						30

4. Yarı Yıl						
Kodu	Ders	Z/S	T	P	K	AKTS
SBE501	Uzmanlık Alan Dersi	Z	8	0	0	10
SBE502	Tez Çalışması	Z	0	0	0	20
Dönemlik Alınması Gereken AKTS						30
Toplam AKTS						120

DERS İÇERİKLERİ

SİY501 – Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği: Bu ders, sosyal bilimlerde araştırma yürütmenin temel ilkelerini tanıtır. Öğrenciler, araştırma sorusu oluşturma, hipotez kurma, yöntem seçimi ve veri analizine kadar olan süreci sistemli biçimde öğrenir. Aynı zamanda bilimsel yayın etiği, intihalden kaçınma, kaynakça yönetimi ve akademik dürüstlük ilkeleri ele alınır.

SİY503 – İletişim Kuramları ve Modelleri: İletişim biliminde ortaya çıkan başlıca kuramsal yaklaşımlar bu dersin temelini oluşturur. Klasik modellerden başlayarak kültürel, eleştirel ve yapısalcı iletişim kuramlarına kadar geniş bir kuramsal çerçeve sunulur. Ders, öğrencilere kuramlarla düşünmeyi ve medyayı kuramsal olarak çözümleyebilmeyi öğretir.

SİY505 – Görsel Kültür: Görsel imgelerin toplumsal hayattaki anlamlarını çözümleme becerisi kazandıran bu ders, görsel kültürün temel kavramlarıyla birlikte ikonografi, temsil ve bakış gibi konuları ele alır. Medya, sanat, reklam gibi alanlarda kullanılan görsel öğeler üzerinden analiz pratiği yapılır.

SİY507 – Stratejik İletişimde Yeni Yaklaşımlar: İletişim teknolojilerindeki değişimle birlikte ortaya çıkan yeni stratejik iletişim pratikleri bu dersin odağındadır. Algı yönetimi, içerik mimarisi, etkileşimli iletişim ve dijital strateji gibi güncel başlıklar üzerinde durulur.

SİY511 – Kurumsal İletişim ve İtibar Yönetimi: Kurumların hedef kitleyle kurduğu iletişimin yapılandırılması ve itibarın sürdürülebilir biçimde yönetilmesi bu dersin temel konularıdır. Ders, kurum içi ve kurum dışı iletişim stratejilerine odaklanır.

SİY513 – Kültürlerarası ve Uluslararası İletişim: Farklı kültürel bağlamlarda iletişim kurmanın zorlukları ve yöntemleri bu derste ele alınır. Kültürel kodlar, iletişim tarzları ve uluslararası medya akışları gibi konular üzerinden küresel iletişim ortamı tartışılır.

SİY515 – Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi: Siyasal aktörlerin medya ile ilişkileri,

kampanya süreçleri, kamuoyu oluşturma ve kamu diplomasisi stratejileri bu dersin içeriğini oluşturur. Ders, güncel örnekler eşliğinde medya-siyaset ilişkisini analiz etmeyi hedefler.

SİY517 – İletişim Stratejileri ve Becerileri: Sözlü, yazılı ve dijital ortamlarda etkili iletişim kurma becerileri bu dersin odak noktasıdır. Sunum teknikleri, kriz iletişimi, hedef kitleye göre iletişim kurma gibi pratik beceriler kazandırılır.

SİY519 – İletişim Etnografisi: İletişim süreçlerinin günlük yaşam içindeki anlamını keşfetmeye yönelik bu ders, etnografik gözlem, derinlemesine görüşme ve alan araştırması gibi yöntemlerle medya pratiklerini analiz etmeyi öğretir.

SİY521 – Sosyal Etki Mekanizmaları ve Medya: Medya içeriklerinin birey ve toplum üzerindeki etkileri kuramsal olarak tartışılır. Gündem belirleme, çerçeveleme, ikna ve kanaat oluşturma mekanizmaları medya örnekleriyle birlikte analiz edilir.

SİY523 – Küreselleşme ve Sanal Toplum: Küreselleşme sürecinin medya sistemleri ve iletişim biçimleri üzerindeki etkisi tartışılır. Sanal topluluklar, dijital yurttaşlık ve kültürel etkileşim konuları bu bağlamda ele alınır.

2. Yarıyıl Ders İçerikleri

SİY502 – Stratejik İletişim Temelleri: Bu ders, stratejik iletişimin kuramsal çerçevesini sunar. İletişimin planlı, hedef odaklı ve ölçülebilir biçimde yürütülmesine ilişkin yaklaşımlar işlenir. Hedef kitle tanımlama, mesaj stratejileri geliştirme ve kanal seçimi gibi temel uygulama alanları üzerinde durulur.

SİY504 – Kriz İletişimi ve Yönetimi: Kurumların kriz durumlarında yürüttükleri iletişim stratejileri bu dersin merkezindedir. Kriz senaryosu oluşturma, kriz döneminde medya ile ilişki kurma, itibar koruma ve toparlanma süreci vaka analizleriyle ele alınır.

SİY506 – Stratejik İletişim Yönetiminde Web: Ders, web ortamında yürütülen stratejik iletişim faaliyetlerine odaklanır. Kurumsal web sitelerinin içerik planlaması, SEO temelli dijital görünürlük, kullanıcı deneyimi (UX) ve içerik yönetim sistemleri ele alınır.

SİY508 – Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri: Kurumların medya ile kurduğu ilişkilerin yönetimi ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin iletişim stratejileriyle entegrasyonu bu dersin kapsamındadır. Medya takibi, basın bülteni hazırlama ve sözcülük becerileri uygulamalı olarak öğretilir.

SİY510 – Sanal Topluluklar ve Sosyal Medya: Dijital platformlarda oluşan toplulukların

yapısı, iletişim biçimleri ve kültürel dinamikleri incelenir. Hashtag hareketleri, sosyal medya kampanyaları, dijital aidiyet ve toplumsal etkileşim örneklerle tartışılır.

SİY512 – Kültürlerarası İletişim: Kültürel farklılıkların iletişim süreçlerine etkisi bu dersin odak noktasıdır. Kültürlerarası uyum, stereotipler, ön yargılar ve küresel iletişim bağlamında etkileşim sorunları teorik yaklaşımlarla ele alınır.

SİY514 – Dijital Platformlarda Stratejik İletişim: Sosyal medya ve dijital içerik alanında yürütülen stratejik iletişim faaliyetleri bu derste incelenir. Dijital reklamcılık, influencer iş birlikleri, içerik takvimi ve etkileşim analizi gibi başlıklar ders kapsamında değerlendirilir.

SİY516 – Dijital Diplomasi: Uluslararası ilişkilerde dijital platformların kullanımına odaklanan bu ders, devletlerin kamu diplomasisi stratejilerini sosyal medya üzerinden nasıl yürüttüklerini analiz eder. Yumuşak güç, uluslararası imaj ve dijital söylem üretimi gibi konular işlenir.

SİY518 – Stratejik İletişim ve Söylem Analizi: Stratejik iletişim kapsamında kullanılan söylemlerin çözümlenmesine yönelik kuramsal ve uygulamalı bilgiler sunulur. Söylem analizi teknikleriyle medya metinleri, kampanya içerikleri ve siyasi dil ele alınır.

SİY520 – Marka Yönetim Stratejileri Analizi: Marka değerinin oluşturulması, korunması ve yeniden konumlandırılması süreçlerine dair stratejik yaklaşımlar dersin ana temasını oluşturur. Marka kişiliği, hedef kitleye uygun konumlandırma ve tutundurma yöntemleri vaka örnekleriyle tartışılır.

SİY522 – Küreselleşme, Kültürel Kimlikler ve Medya: Küreselleşmenin kültürel kimlikler üzerindeki etkisi, medya aracılığıyla şekillenen temsil biçimleri ve kültürel melezleşme bu dersin odağındadır. Yerellik, küresel medya endüstrileri ve kültürel direniş pratikleri üzerinden değerlendirme yapılır.

3. ve 4. Yarıyıl Ders İçerikleri

SBE501 – Uzmanlık Alan Dersi: Bu ders, öğrencinin tez konusuyla doğrudan ilişkili alanlarda derinleşmesini sağlar. Danışman rehberliğinde yürütülen bu süreçte literatür analizi, yöntem seçimi ve kuramsal çerçeve oluşturma gibi akademik hazırlıklar yapılır.

SBE502 – Tez Çalışması: Bağımsız akademik araştırma süreci olan tez çalışması, öğrencinin bir sorunsal belirleyerek bu konuda metodolojik bir yaklaşım geliştirip yazılı bir çalışma üretmesini kapsar. Danışman gözetiminde yürütülür.

5. **Önerilen program için mevcut laboratuvarların adlarını, kaç metrekare olduklarını ve her laboratuvarında bulunan önemli cihazların listesini veriniz.**

Önerilen program için laboratuvar çalışması gerekmemektedir.

6. **Eğitim-öğretim ve araştırma için mevcut bilgisayar ekipmanlarının dökümünü veriniz ve bunların hangi amaçla kullanıldığını belirtiniz.**

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi MAYEM ve Sümerbank Binalarında bulunan toplam 90m²'lik 2 laboratuvarımızda 66 bilgisayar eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetleri için kullanılmak üzere hazır durumdadır.

7. **Lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık terminal ve/veya kişisel bilgisayar sayılarını ve bunların ne kadar süre (hafta, gün, saat) ile kullanıma açık olduğunu belirtiniz.**

Lisansüstü programa kabul alan öğrencilerimiz, ASBÜ bünyesindeki bilgisayar laboratuvarlarından da yararlanabilecektir. Bilgisayar laboratuvarı hafta içi, mesai saatleri içinde kullanıma açıktır. Bilgisayar laboratuvarında bulunan 66 bilgisayar ve 1 merkez bilgisayarı lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık bilgisayarlardır. Her iki bilgisayar laboratuvarı haftanın 5 iş günü boyunca saat 08:30-17:00 arasında kullanıma açıktır. Merkez bilgisayarı ise merkez yönetimine ihtiyaç bildirildiği koşulda ve randevu yoluyla kullanıma açık olacaktır.

8. **Önerilen programla ilgili olarak üniversite ve/veya bölümünüz kütüphanesinde bulunan sürekli yayınların adları ile hangi yıldan itibaren mevcut olduklarını bir liste halinde belirtiniz.**

Arı, T. (2012). *Geçmişten günümüze Orta Doğu: Siyaset, savaş ve diplomasi*. Alfa Yayınları. ISBN: 9789751033949

Çarpar, S., & Aydın, H. İ. (Eds.). (2023). *Türkiye yüzyılına girerken diplomasi üzerine ekonomi-politik yazılar*. Çizgi Kitabevi. ISBN: 9786257197526

Çelik, B. (2019). *Balkan ittifakı ve Osmanlı diplomasisi* (F. Aral, Haz.). Tarihçi Kitabevi. ISBN: 9786052472606

Çorlu, S. M. (2015). *Geçmiş zamanlar: II. Abdülhamid devri Osmanlı diplomasisi, İstanbul ve Paris hatıraları* (A. Birinci & S. Günaydın, Haz.). Türk Tarih Kurumu Yayınları. ISBN: 9789751630766

Demir, V. (2012). *Kamu diplomasisi ve yumuşak güç*. Beta Yayınları. ISBN: 9786053778219

Demir, V. (2012). *Kamu diplomasisi ve yumuşak güç*. Beta Yayınları. ISBN: 9786053778219

Eyüboğlu, D. E. (Ed.). (2023). *Kamusal halkla ilişkiler ve uygulamaları*. Gazi Kitabevi. ISBN: 9786258223699

Gök, Y. (2020). *Spor ve kamu diplomasisi*. Nobel Akademik Yayıncılık. ISBN: 9786257048040

Gül, A. (2014). *Diplomaside erdemli güç: Dış politika konuşmaları* (S. Arslan, K. Ertaş & S. Ö. Budak, Eds.; A. Yılmaz, K. İlter & M. Güven, Katk.). TBMM Yayınları. ISBN: 9786055911492

Güler, R. (2018). *Stratejik iletişim: Güvenlik odaklı algı yönetimi paradigmaları* (H. B. Aybakır, Haz.). Nobel Akademik Yayıncılık. ISBN: 9786052290071

İnalcık, H., Seyitdanlıoğlu, M., & Yalçın, E. (Eds.). (2017). *Tanzimat: Değişim sürecinde Osmanlı İmparatorluğu*. Kronik Kitap. ISBN: 9786053602743

İnanç, G. (2007). *Büyükelçiler anlatıyor: Türk diplomasisinde Kıbrıs (1970–1991)*. Kitap Yayınevi. ISBN: 9789944482906

Kamel, A. (2014). *1923'ten günümüze Türk dış politikası ve diplomasisi* (A. Bozkurt, Ed.). IQ Kültür Sanat Yayıncılık. ISBN: 9789753994439

Karabulut, B. (Ed.). (2014). *Algı yönetimi*. Nobel Akademik Yayıncılık. ISBN: [Eksik – raftaki numara: HM 1041 A44]

Kınlı, O. (2006). *Osmanlı'da modernleşme ve diplomasi*. IQ Kültür Sanat Yayıncılık. ISBN: 975533467X

Kızıltoprak, S. (2010). *Mısır'da İngiliz işgali: Osmanlı'nın diplomasi savaşı (1882–1887)* (R. Tutumlu, Ed.). Yeditepe Yayınevi.

Kissinger, H. (2014). *Diplomasi* (İ. H. Kurt, Çev.). İş Bankası Kültür Yayınları. ISBN: 9754581118

Küçük, O. (2017). *İşletme bilgisi ve yönetimi*. Nobel Yayıncılık. ISBN: 9789750244223

Küntay, B. (Der.). (2014). *Diplomat okulu*. Platin Yayınları. ISBN: 9786055461652

Ngwa, N. R. (Ed.). (2021). *Zirve diplomasisi: Afrika'nın stratejik ortaklığında yeni bir yaklaşım* (E. Okumuş, Çev.). Uluslararası Afrika Platformu. ISBN: 9786052472613

Nye, J. S. (2005). *Yumuşak güç: Dünya siyasetinde başarının yolu* (R. İ. Aydın, Çev.). Elips Kitap. ISBN: 9758651366

Ortaylı, İ. (2017). *Osmanlı'da milletler ve diplomasi* (A. Berktaş, Ed.). Kronik Kitap. ISBN: 9789944885287

Özdal, B., & Karaca, K. (Eds.). (2021). *Diplomatic history I* (K. Özlem & Z. Özkurt, Trans.). Beta Publishing. ISBN: 9786052472606

Özdal, B., & Karaca, R. K. (Eds.). (2021). *Diplomasi tarihi II*. Beta Yayınları. ISBN: 9786059962049

Turan, N. S. (2014). *İmparatorluk ve diplomasi: Osmanlı diplomasisinin izinde*. Timaş Yayınları. ISBN: 9786053993438

Uşul, A. R., & Yaylacı, İ. (Eds.). (2020). *Dönüşen diplomasi ve Türkiye: Aktörler, alanlar, araçlar*. Küre Yayınları. ISBN: 9786057646248

Uşul, A. R., & Yaylacı, İ. (Eds.). (2020). *Dönüşen diplomasi ve Türkiye: Aktörler, alanlar, araçlar*. Küre Yayınları. ISBN: 9786057646248

Ünal, U. (Proje Yön.), Bayram, S., & Bayır, Ö. (Proje Yrd.), Albayrak, M., Atik, V., Demirbaş, U., ... Yekeler, N. (Haz.). (2016). *Cihan-penâh: Osmanlı'dan günümüze insani diplomasi = Shelter of the world: Humanitarian diplomacy from the Ottoman period to the present*. T.C. Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü. ISBN: 9786057081919

Üzmez, A. (n.d.). *Başarılı yönetimin sırları ve püf noktaları*. [Yayınevi bilgisi eksik] ISBN: 9786056578083

Yalçınkaya, A., & Özgen, Y. (Eds.). (2013). *Kamu diplomasisi*. Orion Kitabevi. ISBN: 9786055461447

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Kütüphanesi, Stratejik İletişim Yönetimi Tezsiz Yüksek Lisans Programı kapsamında yürütülecek eğitim ve araştırma faaliyetlerini destekleyecek zengin bir basılı ve dijital kaynak altyapısına sahiptir. Kütüphane koleksiyonu yalnızca fiziksel kitaplarla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda ulusal ve uluslararası ölçekte erişim sağlanan bilimsel veritabanları ile de öğrencilerin araştırma süreçlerini desteklemektedir.

ASBÜ Kütüphanesi tarafından sağlanan ve program kapsamında yararlanılabilecek başlıca elektronik veri tabanları şunlardır:

- Web of Science
- JSTOR Archive Journal Content
- Wiley Online Library
- BMJ Online Journals
- CAB Direct Abstracts
- Academic Search Ultimate
- Applied Science & Technology Index
- Applied Science & Business Periodicals
- MasterFILE Complete
- GreenFILE (Çevre ve sürdürülebilirlik temalı içerikler)
- ERIC – Education Resources Information Center
- Education Index Retrospective
- European Views of the Americas (EBSCO)
- Newspaper Source Plus
- TR Dizin (Tüm Alanlar)

9. Önerilen program disiplinlerarası (interdisipliner) nitelikte ise;

Stratejik İletişim Yönetimi Tezsiz Yüksek Lisans Programı, disiplinlerarası yapısıyla dikkat çekmektedir. Kuramsal temeli iletişim bilimleri alanına dayanan program; kamu yönetimi, işletme, siyaset bilimi, sosyoloji ve medya çalışmaları gibi farklı sosyal bilim disiplinleriyle organik bir ilişki içerisinde yapılandırılmıştır. Bu yönüyle program, yalnızca kuramsal derinlik sunmakla kalmayıp, aynı zamanda iletişim alanında uygulamaya dönük profesyonel yetkinlikler kazandırmayı hedeflemektedir. Programın, üniversitemizde hâlihazırda yürütülmekte olan lisansüstü programlardan temel farkı, iletişim süreçlerini stratejik yönetim bağlamında ele almasıdır. Kriz iletişimi, dijital diplomasi, kamu diplomasisi, kurumsal itibar yönetimi ve medya ilişkileri gibi odak alanlarla farklılaşan program, öğrencilerin akademik bilgi birikimini sahaya uyarlanabilir becerilerle pekiştirmelerini amaçlamaktadır. Programın uygulanması, mevcut akademik kadro ve fiziksel altyapı olanakları çerçevesinde sorunsuz biçimde yürütülebilecek durumdadır. Bu doğrultuda, yeni bir sınıf, laboratuvar ya da benzeri fiziki alan ihtiyacı doğmamaktadır. Aynı şekilde, programın üniversiteye ek bir mali yük getirmesi öngörülmemekte; eğitim-öğretim faaliyetlerinin mevcut kaynaklarla sürdürülebilir biçimde gerçekleştirilebileceği değerlendirilmektedir. Farklı disiplinlerden mezun öğrencilerin başvurusuna açık olarak tasarlanan program kapsamında, lisans eğitimini iletişim alanı dışında tamamlamış adayların da kabulü mümkündür. Ancak programın tezsiz niteliği ve uygulamaya dönük yapısı göz önünde bulundurularak, söz konusu adaylar için **Bilimsel Hazırlık Programı uygulanması planlanmamaktadır.**

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI AÇMAK İÇİN BAŞVURU FORMATI

Yükseköğretim Kurumları tarafından yeni bir yüksek lisans programı açılması için yapılacak başvurularda bulunması gereken bilgi ve belgeler aşağıda belirtilmiştir. Bu bilgi ve belgelerin eksiksiz ve istenilen formata uygun olarak verilmesi (cevapların soru numaralarına bire bir karşılığı gelecek biçimde), başvuruların mevcut mevzuat ve akademik kriterler kapsamında değerlendirilmesi ve en kısa sürede sonuçlandırılması için gereklidir.

Açılması önerilen programın adını belirtiniz.

STRATEJİK İLETİŞİM YÖNETİMİ TEZSİZ (İKİNCİ ÖĞRETİM) YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

1.

Değişen küresel koşullarda, kitle iletişim teknolojilerinin ve iletişim tekniklerinin çeşitlenmesi, iletişimin stratejik önemini ortaya çıkarmıştır. Hızla gelişen teknolojilerin, mesaj içeriklerinin oluşturulması ve yayılmasını kolaylaştırması, bir taraftan avantajlar sunarken diğer taraftan beraberinde sorun ve dezavantajlar da getirmiştir. Klasik manada bilgilenme ve haberdar olmayla bağlantılı olan iletişim, içeriklerin oluşturulma süreçlerinden, içeriklerin sunum şekline uzanan geniş bir alanda bir tür **anlam yaratma ve yayma** sürecinin en önemli unsuru haline gelmiştir. Özellikle kamuoyuna sunulan bilgisel ve haberlerin, kaynak ve güvenilirlik sorunu içermeleri işletmeler, kamu kurum ve kuruluşları ve uluslararası iletişim aktörleri açısından riskli bir alan oluşturmaktadır. Bu risk alanın kontrol edilmesi ve risklerin minimuma indirilebilmesi için, doğru veriler doğrultusunda hedef belirlemek, hedefler doğrultusunda iletişim yetkinliğini geliştirmek ve olası durumlarda stres yönetebilmek kritik önemdedir. Bu nedenle iletişim, işletmeler, kamu kurum ve kuruluşları ve uluslararası iletişim aktörleri açısından artık bir stratejik yönetim sürecine dönüşmüştür.

Yapılan faaliyetlerin doğru ve başarılı olması kadar, bu faaliyetlerin doğru yöntemlerle anlatılması da artık çağımızın bir gereği ve gerçeğidir. Dolayısıyla özellikle kurumsal iletişim mekanizmalarının bu gerekliliğe uyum sağlayıp, etkili iletişim stratejileri geliştirebilecek insan kaynakları ihtiyacı gün geçtikçe artmaktadır. Program bu insan kaynakları ihtiyacını karşılayabilecek uzmanlar yetiştirmeyi ve bu alanda yapılacak akademik çalışmalar yapılmasını amaçlamaktadır.

- 1. Akademik İhtiyaç:** Türkiye'de ve özelde Ankara'da Stratejik İletişim Yönetimi bütünlüklü bir yaklaşımla ele alan, disiplinlerarası yapıya sahip lisansüstü program sayısı sınırlıdır. Bu alandaki akademik yayın, araştırma ve doktora öncesi eğitim ihtiyacını karşılamak amacıyla tezli program gereklidir.
- 2. Sektörel Talep:** Stratejik İletişim Yönetimi alanında çalışan profesyoneller, mesleki uzmanlıklarını geliştirebilecekleri nitelikli lisansüstü programlara ihtiyaç duymaktadır. Tezsiz program bu ihtiyaca karşılık vermektedir.

3. **Kalkınma Planları ve Ulusal Stratejilerle Uyum:** Türkiye Cumhuriyeti'nin 11. Kalkınma Planı'nda vurgulanan yaratıcı endüstrilerin desteklenmesi, dijital dönüşümün teşvik edilmesi ve yükseköğretimde disiplinlerarası yaklaşımların güçlendirilmesi hedefleriyle program örtüşmektedir.
4. Bununla birlikte, Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile İletişim Başkanlığı bünyesinde “stratejik iletişim ve kriz yönetimine ilişkin politikaları belirlemek, bu kapsamda ulusal ve uluslararası alanda yürütülecek faaliyetlerde tüm kamu kurum ve kuruluşları arasında koordinasyonu sağlamak” görevini yerine getirmek üzere “Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığı”nın kuruluş mantığıyla da ilgili program örtüşmektedir.
5. **İş Gücü Piyasasındaki Açık:** Dijital çağın ihtiyaç duyduğu medya tasarımcıları, stratejik iletişim uzmanları, kullanıcı deneyimi tasarımcıları ve yaratıcı içerik üreticileri gibi meslek alanlarında yüksek lisans düzeyinde yetişmiş uzmanlara talep giderek artmaktadır.
6. **Mevcut Lisans Mezunları için Akademik Süreklilik:** Görsel İletişim Tasarımı, İletişim, Medya ve İletişim, Sinema-TV, Reklamcılık, Grafik Tasarım, Halkla İlişkiler, Uluslararası İlişkiler, Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi, Sosyoloji, Psikoloji, Felsefe vb gibi lisans programlarından mezun olan öğrencilerin lisansüstü düzeyde uzmanlaşmalarını sağlayacak uygun bir akademik kanalın eksikliği hissedilmektedir.

Bu gerekçeler doğrultusunda açılması planlanan Stratejik İletişim Yönetimi Yüksek Lisans Programı, yalnızca akademik bir boşluğu doldurmakla kalmayacak; aynı zamanda yaratıcı sektörler ile üniversite arasında bir köprü işlevi görerek bilgi üretimi ve uygulama arasında etkileşimli bir zemin oluşturacaktır.

2. Açılması önerilen programa öğrenci talebi ile ilgili tahmini öğrenci sayıları

	Programa Başlayacak Öğrenci Sayısı		Toplam Öğrenci Sayısı
	Güz	İlkbahar	
1. Yıl	15	15	30
2. Yıl	15	15	30
3. Yıl	15	15	30
4. Yıl	15	15	30
Genel Toplam	60	60	120

Not: Tablodaki tahmini sayıların belirlenmesinde kullanılan varsayımlar, programın açılma gerekçeleriyle uyumlu olmalıdır. Varsa, civardaki üniversitelerde bulunan ve önerilen programa benzer yapıdaki yüksek lisans programlarına olan talepler belirtilmelidir.

3. Önerilen programa öğrenci kabul koşullarını açıklayınız.

- Üniversitelerin en az 4 yıllık eğitim veren lisans programlarının herhangi birinden mezun olunmalıdır.
- Lisans mezuniyet not ortalaması 4.00 üzerinden en az 2.00 veya 100 üzerinden 50.00 olmalıdır.
- ALES (EA) puanının 60 olması veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.
- YDS / e-YDS / YÖKDİL / e-YÖKDİL (İngilizce) sınavlarından herhangi birinden en az 50 puan veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.
- Yapılacak olan Bilimsel Değerlendirme Sınavından (yazılı ve/veya sözlü) en az 60 puan alınmalıdır.
- Genel Değerlendirme puanı 65 ve üzeri olması.

4. Yüksek lisans derecesi almak için alınması gereken zorunlu ve seçmeli dersler için;

- a) Her bir dönem ayrı ayrı olmak üzere Ders, Tez veya Proje kredileri ile AKTS kredi bilgilerini tablo olarak,

(Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği Madde 6: Tezli yüksek lisans programı toplam yirmi bir krediden az olmamak koşuluyla en az yedi ders, bir seminer dersi ve tez çalışmasından oluşur. Seminer dersi ve tez çalışması kredisiz olup başarılı veya başarısız olarak değerlendirilir. Tezli yüksek lisans programı bir eğitim-öğretim dönemi 60 AKTS kredisinden az olmamak koşuluyla seminer dersi dahil en az sekiz ders ve tez çalışması olmak üzere toplam en az 120 AKTS kredisinden oluşur.

Madde 11: *Tezsiz yüksek lisans programı toplam otuz krediden ve 60 AKTS'den az olmamak kaydıyla en az on ders ile dönem projesi dersinden oluşur.)*

- b) Derslerin kodu ve içeriklerini metin olarak belirtiniz.

1. Yarı Yıl						
Kodu	Ders	Z/S	T	P	K	AKTS
SIY701	Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği	Z	3	0	3	6
SIY703	İletişim Kuramları ve Modelleri	Z	3	0	3	6
SIY705	Görsel Kültür	S	3	0	3	6
SIY707	Stratejik İletişimde Yeni Yaklaşımlar	S	3	0	3	6
SIY711	Kurumsal İletişim ve İtibar Yönetimi	S	3	0	3	6
SIY713	Kültürlerarası ve Uluslararası İletişim	S	3	0	3	6

SİY715	Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi	S	3	0	3	6
SİY717	İletişim Stratejileri ve Becerileri	S	3	0	3	6
SİY719	İletişim Etnografisi	S	3	0	3	6
SİY721	Sosyal Etki Mekanizmaları ve Medya	S	3	0	3	6
SİY723	Küreselleşme ve Sanal Toplum	S	3	0	3	6
Dönemlik Alınması Gereken AKTS						30

2. Yarı Yıl						
Kodu	Ders	Z/S	T	P	K	AKTS
SİY702	Stratejik İletişim Temelleri	Z	3	0	3	6
SİY704	Kriz İletişimi ve Yönetimi	Z	3	0	3	6
SİY706	Stratejik İletişim Yönetiminde Web	S	3	0	3	6
SİY708	Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri	S	3	0	3	6
SİY710	Sanal Topluluklar ve Sosyal Medya	S	3	0	3	6
SİY712	Kültürlerarası İletişim	S	3	0	3	6
SİY714	Dijital Platformlarda Stratejik İletişim	S	3	0	3	6
SİY716	Dijital Diplomasi	S	3	0	3	6
SİY718	Stratejik İletişim ve Söylem Analizi	S	3	0	3	6
SİY720	Marka Yönetim Stratejileri Analizi	S	3	0	3	6
SİY722	Küreselleşme, Kültürel Kimlikler ve Medya	S	3	0	3	6
Dönemlik Alınması Gereken AKTS						30

3. Yarı Yıl						
Kodu	Ders	Z/S	T	P	K	AKTS
SBE702	Dönem Projesi	Z	0	0	0	15
Dönemlik Alınması Gereken AKTS						15
Toplam AKTS						75

DERS İÇERİKLERİ

SİY701 – Bilimsel Araştırma Teknikleri ve Yayın Etiği: Bu ders, sosyal bilimlerde araştırma yürütmenin temel ilkelerini tanıtır. Öğrenciler, araştırma sorusu oluşturma, hipotez kurma, yöntem seçimi ve veri analizine kadar olan süreci sistemli biçimde öğrenir. Aynı zamanda bilimsel yayın etiği, intihalden kaçınma, kaynakça yönetimi ve akademik dürüstlük ilkeleri ele alınır.

SİY703 – İletişim Kuramları ve Modelleri: İletişim biliminde ortaya çıkan başlıca kuramsal yaklaşımlar bu dersin temelini oluşturur. Klasik modellerden başlayarak kültürel, eleştirel ve yapısalcı iletişim kuramlarına kadar geniş bir kuramsal çerçeve sunulur. Ders, öğrencilere kuramlarla düşünmeyi ve medyayı kuramsal olarak çözümleyebilmeyi öğretir.

SİY705 – Görsel Kültür: Görsel imgelerin toplumsal hayattaki anlamlarını çözümleme becerisi kazandıran bu ders, görsel kültürün temel kavramlarıyla birlikte ikonografi, temsil ve bakış gibi konuları ele alır. Medya, sanat, reklam gibi alanlarda kullanılan görsel öğeler üzerinden analiz pratiği yapılır.

SİY707 – Stratejik İletişimde Yeni Yaklaşımlar: İletişim teknolojilerindeki değişimle birlikte ortaya çıkan yeni stratejik iletişim pratikleri bu dersin odağındadır. Algı yönetimi, içerik mimarisi, etkileşimli iletişim ve dijital strateji gibi güncel başlıklar üzerinde durulur.

SİY5711 – Kurumsal İletişim ve İtibar Yönetimi: Kurumların hedef kitleyle kurduğu iletişimin yapılandırılması ve itibarın sürdürülebilir biçimde yönetilmesi bu dersin temel konularıdır. Ders, kurum içi ve kurum dışı iletişim stratejilerine odaklanır.

SİY713 – Kültürlerarası ve Uluslararası İletişim: Farklı kültürel bağlamlarda iletişim kurmanın zorlukları ve yöntemleri bu derste ele alınır. Kültürel kodlar, iletişim tarzları ve uluslararası medya akışları gibi konular üzerinden küresel iletişim ortamı tartışılır.

SİY715 – Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi: Siyasal aktörlerin medya ile ilişkileri, kampanya süreçleri, kamuoyu oluşturma ve kamu diplomasisi stratejileri bu dersin içeriğini oluşturur. Ders, güncel örnekler eşliğinde medya-siyaset ilişkisini analiz etmeyi hedefler.

SİY717 – İletişim Stratejileri ve Becerileri: Sözlü, yazılı ve dijital ortamlarda etkili iletişim kurma becerileri bu dersin odak noktasıdır. Sunum teknikleri, kriz iletişimi, hedef kitleye göre iletişim kurma gibi pratik beceriler kazandırılır.

SİY719 – İletişim Etnografisi: İletişim süreçlerinin günlük yaşam içindeki anlamını keşfetmeye yönelik bu ders, etnografik gözlem, derinlemesine görüşme ve alan araştırması gibi yöntemlerle medya pratiklerini analiz etmeyi öğretir.

SİY721 – Sosyal Etki Mekanizmaları ve Medya: Medya içeriklerinin birey ve toplum üzerindeki etkileri kuramsal olarak tartışılır. Gündem belirleme, çerçeveleme, ikna ve kanaat oluşturma mekanizmaları medya örnekleriyle birlikte analiz edilir.

SİY723 – Küreselleşme ve Sanal Toplum: Küreselleşme sürecinin medya sistemleri ve iletişim biçimleri üzerindeki etkisi tartışılır. Sanal topluluklar, dijital yurttaşlık ve kültürel etkileşim konuları bu bağlamda ele alınır.

2. Yarıyıl Ders İçerikleri

SİY702 – Stratejik İletişim Temelleri: Bu ders, stratejik iletişimin kuramsal çerçevesini sunar. İletişimin planlı, hedef odaklı ve ölçülebilir biçimde yürütülmesine ilişkin yaklaşımlar işlenir. Hedef kitle tanımlama, mesaj stratejileri geliştirme ve kanal seçimi gibi temel uygulama alanları üzerinde durulur.

SİY704 – Kriz İletişimi ve Yönetimi: Kurumların kriz durumlarında yürüttükleri iletişim stratejileri bu dersin merkezindedir. Kriz senaryosu oluşturma, kriz döneminde medya ile ilişki kurma, itibar koruma ve toparlanma süreci vaka analizleriyle ele alınır.

SİY706 – Stratejik İletişim Yönetiminde Web: Ders, web ortamında yürütülen stratejik iletişim faaliyetlerine odaklanır. Kurumsal web sitelerinin içerik planlaması, SEO temelli dijital görünürlük, kullanıcı deneyimi (UX) ve içerik yönetim sistemleri ele alınır.

SİY708 – Halkla İlişkiler ve Medya İlişkileri: Kurumların medya ile kurduğu ilişkilerin yönetimi ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin iletişim stratejileriyle entegrasyonu bu dersin kapsamındadır. Medya takibi, basın bülteni hazırlama ve sözcülük becerileri uygulamalı olarak öğretilir.

SİY710 – Sanal Topluluklar ve Sosyal Medya: Dijital platformlarda oluşan toplulukların yapısı, iletişim biçimleri ve kültürel dinamikleri incelenir. Hashtag hareketleri, sosyal medya kampanyaları, dijital aidiyet ve toplumsal etkileşim örneklerle tartışılır.

SİY712 – Kültürlerarası İletişim: Kültürel farklılıkların iletişim süreçlerine etkisi bu dersin odak noktasıdır. Kültürlerarası uyum, stereotipler, ön yargılar ve küresel iletişim bağlamında etkileşim sorunları teorik yaklaşımlarla ele alınır.

SİY714 – Dijital Platformlarda Stratejik İletişim: Sosyal medya ve dijital içerik alanında yürütülen stratejik iletişim faaliyetleri bu derste incelenir. Dijital reklamcılık, influencer iş birlikleri, içerik takvimi ve etkileşim analizi gibi başlıklar ders kapsamında değerlendirilir.

SİY716 – Dijital Diplomasi: Uluslararası ilişkilerde dijital platformların kullanımına odaklanan bu ders, devletlerin kamu diplomasisi stratejilerini sosyal medya üzerinden nasıl yürüttüklerini analiz eder. Yumuşak güç, uluslararası imaj ve dijital söylem üretimi gibi konular işlenir.

SİY718 – Stratejik İletişim ve Söylem Analizi: Stratejik iletişim kapsamında kullanılan söylemlerin çözümlenmesine yönelik kuramsal ve uygulamalı bilgiler sunulur. Söylem analizi teknikleriyle medya metinleri, kampanya içerikleri ve siyasi dil ele alınır.

SİY720 – Marka Yönetim Stratejileri Analizi: Marka değerinin oluşturulması, korunması ve yeniden konumlandırılması süreçlerine dair stratejik yaklaşımlar dersin ana temasını oluşturur. Marka kişiliği, hedef kitleye uygun konumlandırma ve tutundurma yöntemleri vaka örnekleriyle tartışılır.

SİY722 – Küreselleşme, Kültürel Kimlikler ve Medya: Küreselleşmenin kültürel kimlikler üzerindeki etkisi, medya aracılığıyla şekillenen temsil biçimleri ve kültürel melezleşme bu dersin odağındadır. Yerellik, küresel medya endüstrileri ve kültürel direniş pratikleri üzerinden değerlendirme yapılır.

3. Yarıyıl Ders İçerikleri

SBE5702 – Dönem Projesi: Bağımsız akademik araştırma süreci olan dönem projesi, öğrencinin bir sorunsal belirleyerek bu konuda metodolojik bir yaklaşım geliştirip yazılı bir çalışma üretmesini kapsar. Danışman gözetiminde yürütülür.

5. Önerilen program için mevcut laboratuvarların adlarını, kaç metrekare olduklarını ve her laboratuvarında bulunan önemli cihazların listesini veriniz.

Önerilen program için laboratuvar çalışması gerekmemektedir.

6. Eğitim-öğretim ve araştırma için mevcut bilgisayar ekipmanlarının dökümünü veriniz ve bunların hangi amaçla kullanıldığını belirtiniz.

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi MAYEM ve Sümerbank Binalarında bulunan toplam 90m2'lik 2 laboratuvarımızda 66 bilgisayar eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetleri için kullanılmak üzere hazır durumdadır.

7. Lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık terminal ve/veya kişisel bilgisayar sayılarını ve bunların ne kadar süre (hafta, gün, saat) ile kullanıma açık olduğunu belirtiniz.

Lisansüstü programa kabul alan öğrencilerimiz, ASBÜ bünyesindeki bilgisayar laboratuvarlarından da yararlanabilecektir. Bilgisayar laboratuvarı hafta içi, mesai saatleri içinde kullanıma açıktır. Bilgisayar laboratuvarında bulunan 66 bilgisayar ve 1 merkez bilgisayarı lisansüstü öğrencilerin kullanımına açık bilgisayarlardır. Her iki bilgisayar laboratuvarı haftanın 5 iş günü boyunca saat 08:30-17:00 arasında kullanıma açıktır. Merkez bilgisayarı ise merkez yönetimine ihtiyaç bildirildiği koşulda ve randevu yoluyla kullanıma açık olacaktır.

8. Önerilen programla ilgili olarak üniversite ve/veya bölümünüz kütüphanesinde bulunan sürekli yayınların adları ile hangi yıldan itibaren mevcut olduklarını bir liste halinde belirtiniz.

Arı, T. (2012). *Geçmişten günümüze Orta Doğu: Siyaset, savaş ve diplomasi*. Alfa Yayınları. ISBN: 9789751033949

Çarpar, S., & Aydın, H. İ. (Eds.). (2023). *Türkiye yüzyılına girerken diplomasi üzerine ekonomi-politik yazılar*. Çizgi Kitabevi. ISBN: 9786257197526

Çelik, B. (2019). *Balkan ittifakı ve Osmanlı diplomasisi* (F. Aral, Haz.). Tarihçi Kitabevi. ISBN: 9786052472606

Çorlu, S. M. (2015). *Geçmiş zamanlar: II. Abdülhamid devri Osmanlı diplomasisi, İstanbul ve Paris hatıraları* (A. Birinci & S. Günaydın, Haz.). Türk Tarih Kurumu Yayınları. ISBN: 9789751630766

Demir, V. (2012). *Kamu diplomasisi ve yumuşak güç*. Beta Yayınları. ISBN: 9786053778219

Demir, V. (2012). *Kamu diplomasisi ve yumuşak güç*. Beta Yayınları. ISBN: 9786053778219

Eyüboğlu, D. E. (Ed.). (2023). *Kamusal halkla ilişkiler ve uygulamaları*. Gazi Kitabevi. ISBN: 9786258223699

Gök, Y. (2020). *Spor ve kamu diplomasisi*. Nobel Akademik Yayıncılık. ISBN: 9786257048040

Gül, A. (2014). *Diplomaside erdemli güç: Dış politika konuşmaları* (S. Arslan, K. Ertuş & S. Ö. Budak, Eds.; A. Yılmaz, K. İlter & M. Güven, Katk.). TBMM Yayınları. ISBN: 9786055911492

Güler, R. (2018). *Stratejik iletişim: Güvenlik odaklı algı yönetimi paradigmaları* (H. B. Aybakır, Haz.). Nobel Akademik Yayıncılık. ISBN: 9786052290071

İnalçık, H., Seyitdanlioğlu, M., & Yalçın, E. (Eds.). (2017). *Tanzimat: Değişim sürecinde Osmanlı İmparatorluğu*. Kronik Kitap.
ISBN: 9786053602743

İnanç, G. (2007). *Büyükelçiler anlatıyor: Türk diplomasisinde Kıbrıs (1970–1991)*. Kitap Yayınevi.
ISBN: 9789944482906

Kamel, A. (2014). *1923'ten günümüze Türk dış politikası ve diplomasisi* (A. Bozkurt, Ed.). IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
ISBN: 9789753994439

Karabulut, B. (Ed.). (2014). *Algı yönetimi*. Nobel Akademik Yayıncılık.
ISBN: [Eksik – raftaki numara: HM 1041 A44]

Kınlı, O. (2006). *Osmanlı'da modernleşme ve diplomasi*. IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
ISBN: 975533467X

Kızıltoprak, S. (2010). *Mısır'da İngiliz işgali: Osmanlı'nın diplomasi savaşı (1882–1887)* (R. Tutumlu, Ed.). Yeditepe Yayınevi.

Kissinger, H. (2014). *Diplomasi* (İ. H. Kurt, Çev.). İş Bankası Kültür Yayınları.
ISBN: 9754581118

Küçük, O. (2017). *İşletme bilgisi ve yönetimi*. Nobel Yayıncılık.
ISBN: 9789750244223

Küntay, B. (Der.). (2014). *Diplomat okulu*. Platin Yayınları.
ISBN: 9786055461652

Ngwa, N. R. (Ed.). (2021). *Zirve diplomasisi: Afrika'nın stratejik ortaklığında yeni bir yaklaşım* (E. Okumuş, Çev.). Uluslararası Afrika Platformu.
ISBN: 9786052472613

Nye, J. S. (2005). *Yumuşak güç: Dünya siyasetinde başarının yolu* (R. İ. Aydın, Çev.). Elips Kitap.
ISBN: 9758651366

Ortaylı, İ. (2017). *Osmanlı'da milletler ve diplomasi* (A. Berktaş, Ed.). Kronik Kitap.
ISBN: 9789944885287

Özdal, B., & Karaca, K. (Eds.). (2021). *Diplomatic history I* (K. Özlem & Z. Özkurt, Trans.). Beta Publishing.
ISBN: 9786052472606

Özdal, B., & Karaca, R. K. (Eds.). (2021). *Diplomasi tarihi II*. Beta Yayınları.
ISBN: 9786059962049

Turan, N. S. (2014). *İmparatorluk ve diplomasi: Osmanlı diplomasisinin izinde*. Timaş Yayınları.
ISBN: 9786053993438

Usul, A. R., & Yaylacı, İ. (Eds.). (2020). *Dönüşen diplomasi ve Türkiye: Aktörler, alanlar, araçlar*. Küre Yayınları.
ISBN: 9786057646248

Usul, A. R., & Yaylacı, İ. (Eds.). (2020). *Dönüşen diplomasi ve Türkiye: Aktörler, alanlar, araçlar*. Küre Yayınları.
ISBN: 9786057646248

Ünal, U. (Proje Yön.), Bayram, S., & Bayır, Ö. (Proje Yrd.), Albayrak, M., Atik, V., Demirbaş, U., ... Yekeler, N. (Haz.). (2016). *Cihan-penâh: Osmanlı'dan günümüze insani diplomasi = Shelter of the world: Humanitarian diplomacy from the Ottoman period to the present*. T.C. Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü.
ISBN: 9786057081919

Üzmez, A. (n.d.). *Başarılı yönetimin sırları ve püf noktaları*. [Yayınevi bilgisi eksik]
ISBN: 9786056578083

Yalçınkaya, A., & Özgen, Y. (Eds.). (2013). *Kamu diplomasisi*. Orion Kitabevi.
ISBN: 9786055461447

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Kütüphanesi, Stratejik İletişim Yönetimi Tezsiz Yüksek Lisans Programı kapsamında yürütülecek eğitim ve araştırma faaliyetlerini destekleyecek zengin bir basılı ve dijital kaynak altyapısına sahiptir. Kütüphane koleksiyonu yalnızca fiziksel kitaplarla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda ulusal ve uluslararası ölçekte erişim sağlanan bilimsel veritabanları ile de öğrencilerin araştırma süreçlerini desteklemektedir.

ASBÜ Kütüphanesi tarafından sağlanan ve program kapsamında yararlanılabilecek başlıca elektronik veri tabanları şunlardır:

- **Web of Science**
- **JSTOR Archive Journal Content**
- **Wiley Online Library**
- **BMJ Online Journals**
- **CAB Direct Abstracts**
- **Academic Search Ultimate**
- **Applied Science & Technology Index**
- **Applied Science & Business Periodicals**
- **MasterFILE Complete**
- **GreenFILE** (Çevre ve sürdürülebilirlik temalı içerikler)
- **ERIC – Education Resources Information Center**
- **Education Index Retrospective**
- **European Views of the Americas (EBSCO)**
- **Newspaper Source Plus**
- **TR Dizin (Tüm Alanlar)**

9. Önerilen program disiplinlerarası (interdisipliner) nitelikte ise;

Stratejik İletişim Yönetimi Tezsiz Yüksek Lisans Programı, disiplinlerarası yapısıyla dikkat çekmektedir. Kuramsal temeli iletişim bilimleri alanına dayanan program; kamu yönetimi, işletme, siyaset bilimi, sosyoloji ve medya çalışmaları gibi farklı sosyal bilim disiplinleriyle organik bir ilişki içerisinde yapılandırılmıştır. Bu yönüyle program, yalnızca kuramsal derinlik sunmakla kalmayıp, aynı zamanda iletişim alanında uygulamaya dönük profesyonel yetkinlikler kazandırmayı hedeflemektedir. Programın, üniversitemizde hâlihazırda yürütülmekte olan lisansüstü programlardan temel farkı, iletişim süreçlerini stratejik yönetim bağlamında ele almasıdır. Kriz iletişimi, dijital diplomasi, kamu diplomasisi, kurumsal itibar yönetimi ve medya ilişkileri gibi odak alanlarla farklılaşan program, öğrencilerin akademik bilgi birikimini sahaya uyarlanabilir becerilerle pekiştirmelerini amaçlamaktadır. Programın uygulanması, mevcut akademik kadro ve fiziksel altyapı olanakları çerçevesinde sorunsuz biçimde yürütülebilecek durumdadır. Bu doğrultuda, yeni bir sınıf, laboratuvar ya da benzeri fiziki alan ihtiyacı doğmamaktadır. Aynı şekilde, programın üniversiteye ek bir mali yük getirmesi öngörülmemekte; eğitim-öğretim faaliyetlerinin mevcut kaynaklarla sürdürülebilir biçimde gerçekleştirilebileceği değerlendirilmektedir. Farklı disiplinlerden mezun öğrencilerin başvurusuna açık olarak tasarlanan program kapsamında, lisans eğitimini iletişim alanı dışında tamamlamış adayların da kabulü mümkündür. Ancak programın tezsiz niteliği ve uygulamaya dönük yapısı göz önünde bulundurularak, söz konusu adaylar için **Bilimsel Hazırlık Programı uygulanması planlanmamaktadır.**

İSLAMİ ARAŞTIRMALAR ENSTİTÜSÜ
2025-2026 GÜZ YARIYILI ÖĞRENCİ ALIMI BAŞVURU ŞARTLARI DEĞİŞİKLİK TABLOSU

Anabilim Dalı	Program	Başvuru ve Kabul Şartları	
		Önceki Şart	Yeni Şart
İslam Ekonomisi ve Finansı Anabilim Dalı	İslam Ekonomisi ve Finansı Türkçe Tezli Yüksek Lisans Programı	i. Programa başvurabilmek için adayın aşağıda belirtilen lisans programlarının birinden 4'lük sisteme göre 2.50 ve üzeri; veya 100'lük sisteme göre 65 ve üzeri puan ortalaması ile mezun olması gerekmektedir. ii. YDS/e-YDS veya YÖKDİL sınavlarının herhangi birinden en az 55 puan veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak.	i. Programa başvurabilmek için adayın aşağıda belirtilen lisans programlarının birinden 4'lük sisteme göre 2.00 ve üzeri; veya 100'lük sisteme göre 53.33 ve üzeri puan ortalaması ile mezun olması gerekmektedir. ii. YDS/e-YDS veya YÖKDİL sınavlarının herhangi birinden en az 50 puan veya Eşdeğerliliği Yükseköğretim Kurulunca kabul edilen bir sınavdan en az buna eşdeğer bir puan almış olmak veya % 100 yabancı dilde eğitim veren bir lisans programından mezun olmak.
		i. Programa başvurabilmek için adayın aşağıda belirtilen lisans programlarından birinden 4'lük sisteme göre 2.50 ve üzeri; veya 100'lük sisteme göre 65 ve üzeri puan ortalaması ile mezun olması gerekmektedir.	i. Programa başvurabilmek için adayın aşağıda belirtilen lisans programlarından birinden 4'lük sisteme göre 2.00 ve üzeri; veya 100'lük sisteme göre 55 ve üzeri puan ortalaması ile mezun olması gerekmektedir.

**ANKARA SOSYAL BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ BÜNYESİNDE
KURULMASI PLANLANAN FAKÜLTE BİLGİLERİ**

1. Kurulması Planlanan Enstitünün adını belirtiniz.

KREATİF ENDÜSTRİLER VE YENİLİK FAKÜLTESİ

2. Kurulması Planlanan Enstitünün İngilizce adını belirtiniz.

CREATIVE INDUSTRIES AND INNOVATION SCHOOL

3. Yurtdışı örnekleri belirtiniz.

Fakülte	Bağlı Olduğu Üniversite	Ülke
Cambridge School of Creative Industries	Anglia Ruskin University	Birleşik Krallık
Faculty of Creative Industries	University of the Arts Singapore	Singapur
School of Performance and Cultural Industries	University of Leeds	Birleşik Krallık
Faculty of Creative Industries	Berlin School of Business and Innovation	Almanya
Faculty of Creative Industries	City University Malaysia	Malezya
College of Cultural Industries	Chungkang	Güney Kore
School of Cultural Industries	Nanjing University of The Arts	Çin
School of Creative Industries	Telkom University Universitas Swasta Terbaik	Endonezya
Faculty of Creative Industries	Universiti Tunku Abdul Rahman	Malezya
Faculty of Creative Industries	Higher School of Economics (HSE) University	Rusya
School of Culture and Creative Arts	University of Glasgow	Birleşik Krallık
School of Creative Industries	New Zealand Institute of Skills and Technology	Yeni Zellanda
The Creative School	Toronto Metropolitan	Kanada
The School of Arts and Creative Industries	University of East London	Birleşik Krallık
School of Creative Arts, Performance and Visual Cultures	University of Warwick	Birleşik Krallık

4. Yurtiçi benzer programları belirtiniz.

Fakülte Adı / Bölüm Adı	Program türü	Üniversite
Sanat ve Kültür Fakültesi	Lisans Derecesi	İstanbul Bilgi Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi Çizgi Film ve Animasyon Bölümü Grafik Sanatları Bölümü	Lisans Derecesi	Anadolu Üniversitesi
İletişim Fakültesi Çizgi Film ve Animasyon Bölümü Dijital Oyun Tasarımı Bölümü	Lisans Derecesi	Bahçeşehir Üniversitesi
Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi Çizgi Film ve Animasyon Bölümü Dijital Medya ve Pazarlama Bölümü	Lisans Derecesi	İzmir Ekonomi Üniversitesi
Sanat ve Tasarım Fakültesi Dijital Oyun Tasarımı Bölümü	Lisans Derecesi	Beykoz Üniversitesi

5. İlişkilendirilecek ISCED Kodlarını yazınız.

21, 28, 31, 39, 41, 61, 68

6. Kurulması teklif edilen Fakülte bünyesinde öncelikli olarak açılması planlanan anabilim dallarının isimlerini yazınız.

- Dijital Girişimcilik ve Start-up Geliştirme
- Sanat, Teknoloji ve Yapay Zeka
- Dijital Medya ve Oyun Tasarımı
- Kültürel Miras ve Turizm İnovasyonu
- Yaratıcı Yazarlık ve Hikâye Anlatımı
- Moda ve Tasarım Yönetimi
- Film, Müzik ve Performans Yönetimi
- Sürdürülebilir Yaratıcılık ve Etki Tasarımı

7. Fakültenin açılma gerekçesini somut olarak açıklayınız.

Fakültenin açılma gerekçesine yönelik kuramsal ve uygulamaya dair tartışma açıklamalar EK'teki dosyada "Konsep Tasarımı" olarak sunulmaktadır.



ANKARA SOSYAL BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ

KREATİF ENDÜSTRİLER ve YENİLİK FAKÜLTESİ

--Konsept Tasarımı--



İÇERİK

ARKA PLAN TARTIŞMASI (İHTİYAÇ ANALİZİ & GEREKÇE)	5
1. SEKTÖR TANIMI VE KARAKTERİSTİK NİTELİKLERİ	7
2. SEKTÖRÜN İHTİYAÇ ANALİZİ VE EKOSİSTEM TASARIM GEREKÇESİ	13
3. FAKÜLTE KURULMASINA DAİR İHTİYAÇ VE GEREKÇELER	17
4. "ASBÜ ARAŞTIRMA VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ" VE KREATİF ENDÜSTRİLER	24
AMAÇ VE KATKILAR	27
FAKÜLTE ARAŞTIRMA VİZYONU	31
FAKÜLTE EĞİTİM VİZYONU	33
GİRİŞİMCİLİK: KARIYER VE GELECEK	38

ARKA PLAN TARTIŞMASI (İHTİYAÇ ANALİZİ & GEREKÇE)

Kreatif endüstriler, genellikle insan yaratıcılığı, bilgi ve beceriye dayalı ekonomik faaliyetler olarak tanımlanır. İlk kez 1990'larda Birleşik Krallık'ta, yaratıcı endüstriler kavramı resmi olarak tanıtılmış ve ekonomik büyüme, inovasyon ve kültürel çeşitliliğin bir aracı olarak görülmüştür.

Bu endüstriler, sanat, medya, tasarım, yazılım geliştirme, müzik, film ve oyun gibi çeşitli alanları kapsar. UNESCO ve UNCTAD gibi uluslararası kuruluşlar, kreatif endüstrileri hem ekonomik kalkınmanın hem de kültürel kimliğin korunmasının kritik bir bileşeni olarak görmektedir.

Kreatif endüstriler, farklı kuramsal yaklaşımların kesişim noktasında yer alır. *Kültürel çalışmalar ve yaratıcılığın rolü olarak* kültürel çalışmalar, kreatif endüstrilerin ideolojik, sosyal ve ekonomik işlevlerini anlamada önemli bir çerçeve sunar. *Pierre Bourdieu'nün Alan Teorisi ile* yaratıcı üretim, ekonomik, kültürel ve sosyal sermayenin kesişiminde gerçekleşir. Kreatif endüstrilerde, özellikle "kültürel sermaye" olarak adlandırılan bilgi ve estetik yetkinlikler kritik öneme sahiptir. *Raymond Williams ve Kültürün Demokrasiyle İlişkisi ile* kültürün yalnızca elit bir etkinlik değil, toplumsal ve ekonomik bağlamda herkesin katılabileceği bir alan olduğunu vurgulamıştır. Kreatif endüstriler, bu demokratikleşme sürecinde merkezi bir rol oynar.

Yaratıcı ekonomi ve kapitalizm eleştirisi olarak kreatif endüstriler, yaratıcı ekonominin merkezi bir bileşenidir. Richard Florida'nın "Yaratıcı Sınıf" teorisi, ekonomik büyümenin yaratıcı bireylerin ve sektörlerin yoğunlaştığı bölgelerde hızlandığını savunur. Ancak *David Harvey ve Mekânsal Adaletsizlik yaklaşımında* yaratıcı endüstriler, kentsel dönüşüm ve mekânsal eşitsizlikler yaratabilir. Örneğin, "kültürleştirilmiş gentrifikasyon" (sanatçılar ve kreatif işgücü tarafından mahallelerin dönüştürülmesi), düşük gelirli grupları dışlayabilir. Ayrıca, *Guy Debord, Gösteri Toplumu Eleştirisi ile* yaratıcı endüstrilerin kapitalizmin "gösteri" unsurlarını güçlendirdiğini ve tüketimi teşvik ettiğini öne sürer.

Teknoloji ve Dijitalleşmeyle yaratıcılıkta yeni bir dönem paradigması kreatif endüstriler, dijitalleşmenin getirdiği teknolojik değişimlerle şekillenmektedir. Manuel Castells'in "Ağ Toplumu" teorisi, yaratıcı üretimin dijital ağlar üzerinden globalleştiğini ve merkezi olmayan bir yapıya geçtiğini ifade eder. Bu bağlamda, Alvin Toffler'in *Prosumer (Üretici-Tüketici) kavramı* dijitalleşme sayesinde bireylerin hem üretici hem de tüketici olduğu yeni bir dinamik

yaratıldığını savunur. Örneğin, YouTube ve TikTok gibi platformlar kreatif ekonominin demokratikleşmesini sağlamıştır.

Kreatif endüstriler, kültür, ekonomi ve teknoloji arasındaki kesişim noktasında önemli bir yere sahiptir. Kültürel çalışmalar, ekonomik teoriler ve dijitalleşme dinamikleri bu alanın hem avantajlarının hem de sorunlarının anlaşılmasını sağlar. Günümüzde kreatif endüstriler, ekonomik büyüme ve kültürel çeşitliliğin sağlanması için vazgeçilmez bir role sahiptir. Ancak, bu alanın sosyal adalet, sürdürülebilirlik ve kapsayıcılık gibi ilkelere dayalı olarak geliştirilmesi önemlidir.

Kreatif endüstriler karakteristiği gereği sanat, bilim ve teknolojinin etkileşimine sahiptir. Bu üç olgunun birbirini beslemesi ve dönüştürmesinin oluşturduğu bir dinamik alanda kreatif endüstrileri teorik ve uygulama olarak var etmektedir. Bu üç alan arasındaki etkileşim, yeni yaratıcı ürünlerin ortaya çıkmasını, sanatsal ifade biçimlerinin çeşitlenmesini ve teknolojik gelişmelerin hızlanmasını sağlamaktadır. Sanat, bilim ve teknolojinin birbirini beslemesi kreatif endüstrilere yönelik önemli etkiler yaratmaktadır. Bu etkileşimin etkileri endüstriler açısından şu şekilde tasvir edilebilir:

- ***Sanatın Bilim ve Teknolojiye İlham Vermesi:*** Sanat, soyut kavramlar ve görsel imgelerle bilim insanlarına ve mühendislere yeni fikirler ve perspektifler sunarak inovasyonu teşvik eder.
- ***Bilimin Sanatı Dönüştürmesi:*** Bilimsel gelişmeler, sanatçıların yeni malzemeler, araçlar ve teknikler kullanarak daha önce mümkün olmayan eserler yaratmalarına olanak tanır.
- ***Teknolojinin Sanat ve Bilimi Birleştirmesi:*** Teknoloji, sanatçıların ve bilim insanlarının daha etkili bir şekilde iletişim kurmalarını ve işbirliği yapmalarını sağlar.

Kreatif endüstrilerin temel karakteristiği olan bu üç olgunun etkileşiminin meydana getirdiği çeşitli sonuçlar söz konusudur. Bu sonuçlar, sosyal, ekonomik, eğitim ve bilimsel araştırmalar temelinde şu şekilde belirlenmektedir:

- ***Yeni Sanat Formlarının Ortaya Çıkması:*** Dijital sanat, yapay zeka sanatı, genetik sanat gibi yeni sanat formları, sanat, bilim ve teknolojinin bir araya gelmesiyle ortaya çıkmıştır.
- ***Sanatın Yaygınlaşması ve Erişilebilirliği:*** Teknoloji sayesinde sanat, daha geniş kitlelere ulaşabilmekte ve etkileşimli hale gelmektedir.

- **Bilimsel Araştırmaların Hızlanması:** Sanatçıların farklı perspektifleri, bilim insanlarına yeni sorular sormaya ve farklı çözüm yolları bulmaya teşvik etmektedir.
- **Ekonomik Büyüme:** Kreatif endüstriler, inovasyon ve yaratıcılığa dayalı olarak yüksek katma değerli ürünler ve hizmetler üretmekte ve böylece ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır.

Kreatif endüstrilerdeki bilim, sanat ve teknoloji, etkileşimi sonucu ortaya çıkan etkiler ve sonuçları rasyonel bir şekilde yönetebilmek farkındalığı yüksek nitelikli insan kaynaklarının varlığıyla doğrudan orantılıdır. İnsan kaynaklarının yetiştirilmesi bağlamında kurulacak olan bu Fakülte'nin çok disiplinli yaklaşım, yaratıcılık ve inovasyon temelli girişimcilik ve proje yönetimi, teknolojik araçların kullanıldığı ve özel sektör ile uygulayıcılarla aktif bir işbirliği odaklı eğitim müfredatıyla önemli bir rolü olacaktır.

1. Sektör Tanımı ve Karakteristik Nitelikleri

Kreatif endüstriler, günümüzde ekonomilerin ve kültürlerin önemli bir parçası haline gelmiştir. Sanattan tasarıma, eğlenceden medyaya kadar geniş bir yelpazede faaliyet gösteren bu sektörler hem ekonomik büyümeye katkı sağlamakta hem de toplumsal yaşamı şekillendirmektedir. Bu bağlamda, kreatif endüstrilerin kuramsal arka planını anlamak, sektörün dinamiklerini daha iyi kavramak ve gelecekteki gelişmelerini tahmin etmek için oldukça önemlidir. Kreatif endüstriler, yaratıcılık ve bilgiye dayalı faaliyetlerin ekonomik değere dönüştürüldüğü sektörler olarak tanımlanabilir. Bu sektörler, genellikle yüksek katma değerli ürün ve hizmetler üretmekte ve küresel pazarda rekabet edebilme kapasitesine sahiptir. Kreatif endüstriler, aşağıdaki gibi çeşitli alt sektörleri içerir:

- **Sanat:** Görsel sanatlar, müzik, edebiyat, performans sanatları
- **Tasarım:** Moda, grafik tasarım, endüstriyel tasarım
- **Medya:** Film, televizyon, radyo, dijital medya
- **Eğlence:** Oyun, konser, festival
- **Yazılım:** Bilgisayar oyunları, mobil uygulamalar

Kreatif endüstrilerin kuramsal temelleri, farklı disiplinlerden beslenir. Bu disiplinler arasında ekonomi, sosyoloji, antropoloji, kültür çalışmaları ve iletişim bilimleri sayılabilir. Kreatif endüstrileri anlamak için aşağıdaki kuramsal çerçeveler öne çıkar:

- **Yaratıcılık Ekonomisi:** Bu yaklaşım, yaratıcılığın ekonomik büyüme için kritik bir faktör olduğunu ve yaratıcı endüstrilerin bu büyümeye önemli katkılar sağladığını vurgular.
- **Kültür Endüstrileri:** Bu yaklaşım, kültürün üretim ve tüketim süreçlerindeki rolünü inceler ve kültürel ürünlerin ekonomik değeri üzerinde durur.
- **Bilgi Ekonomisi:** Bu yaklaşım, bilgi ve bilginin işlenmesinin ekonomik büyümenin temelini oluşturduğunu ve kreatif endüstrilerin bu ekonomide önemli bir yer tuttuğunu savunur.
- **Sürdürülebilir Kalkınma:** Kreatif endüstrilerin çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik ile ilişkisini inceleyen bu yaklaşım, sektörün uzun vadeli başarısı için sürdürülebilirlik ilkelerinin önemini vurgular.

Kreatif endüstriler, hızlı teknolojik gelişmeler, küreselleşme ve dijital dönüşüm gibi faktörlerle birlikte bir dizi zorlukla karşı karşıyadır. Bu zorluklar arasında telif hakları, fikri mülkiyet hakları, dijital platformların gücü, finansmana erişim ve yetenekli insan kaynağı eksikliği sayılabilir. Gelecekte kreatif endüstrilerin daha da büyümesi ve gelişmesi beklenmektedir. Yapay zeka, sanal gerçeklik gibi teknolojilerin gelişmesiyle birlikte yeni yaratıcı ürün ve hizmetler ortaya çıkacak ve sektörün yapısı dönüşecektir. Ayrıca, sürdürülebilirlik, sosyal sorumluluk ve kültürel çeşitlilik gibi konuların önemi artacaktır. Kreatif endüstriler, günümüz dünyasında ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan büyük öneme sahiptir. Bu sektörlerin kuramsal arka planını anlamak, sektörün dinamiklerini daha iyi kavramak ve gelecekteki gelişmelerine hazırlanmak için önemlidir. Kreatif endüstriler, sürekli değişen ve gelişen bir yapıya sahip olduğundan, bu alandaki araştırmaların da sürekli güncellenmesi gerekmektedir.

Kreatif endüstrileri yaratıcılık, yenilik ve teknoloji becerileri üzerinde yükselmektedir. Günümüzde hızla ilerleyen teknoloji hızla ilerlemekte ve bu ilerleme birçok işi otomatikleştirerek ortadan kaldırmaktadır. Ancak, yaratıcılığın bir makine tarafından gerçekleştirilemeyecek yüksek bir zekâ ürünü olması, ilerleyen yıllarda yaratıcı meslek sahiplerine ve endüstrilerine olan talebi artıracaktır. Bu nedenle, ulusal eğitim sistemi her seviyede bu becerilerin kazandırılmasını sağlayacak şekilde yeniden tasarlanmalıdır. Bu bağlamda ASBÜ'nün önemi ve atılacak adımlar önemli hale geliyor.

Kreatif Endüstriler terimi, kültür, sanat, tasarım, medya ve teknolojinin birleşiminden doğan bir ekonomi modelini ifade eder. Bu endüstriler, yaratıcılığı ve yenilikçiliği temel alarak

ekonomik değer yaratmayı hedefler. Kreatif endüstriler, sanat, kültür, tasarım, dijital medya ve teknoloji gibi alanlardaki yaratıcı faaliyetlerin birleşimiyle *ortaya çıkan ekonomik sektörlerdir*. Örneğin, film, müzik, moda, video oyunları, grafik tasarım, reklamcılık, yayıncılık, dijital sanatlar ve el sanatları gibi çeşitli alanlar bu kategoriye girer. Kavram olarak, kreatif endüstriler hem sanatsal ifade biçimlerini hem de ticari değeri birleştirir. Bu sektörde faaliyet gösteren birey ve örgütler, genellikle yenilikçi, yaratıcı fikirler geliştirerek toplumsal, kültürel ve ekonomik fayda sağlarlar.

Stratejik anlamda kreatif endüstrilerin karakteristik nitelikleri şu şekilde tasvir edilebilir:

- *İnovasyon ve yaratıcı düşüncenin teşviki*: Yaratıcılık ve yenilik, sektördeki temel itici güçlerdir.
- *Kültürel değerlerin ekonomik fırsatlara dönüştürülmesi*: Kültür, sanat ve tasarım ürünleri hem kültürel bir zenginlik sunar hem de ekonomik katkılar sağlar.
- *Dijitalleşme ve küresel pazarlara açılma*: Dijital platformlar ve internet, kreatif endüstrilerin küresel ölçekte erişim sağlamasını ve yeni pazarlara açılmasını kolaylaştırmıştır.

Nihayetinde kreatif endüstriler, inovatif iş modelleri ve teknolojik altyapı kullanarak hem ekonomik hem de kültürel büyüme yaratmak için stratejik olarak odaklanılacak bir sektördür. Stratejik karakteristiğın uygulamada kapasitesinin güçlendirilerek endüstrilerdeki verimliliği arttırmak ve inovatif projeleri üretmek için operasyonel süreçlerin yapılandırılmasında gereken hususlar şu şekilde ifade edilmektedir:

- *Disiplinlerarası Araştırmalar*: Yaratıcı içerik üretimi ve nihai teknolojik ürünlerin geliştirilmesi için sanatçılar, tasarımcılar, akademisyenler ve diğer yaratıcı profesyonellerin fikirlerini somutlaştıracak disiplinlerarası araştırma geliştirme çalışmaları ve ticari projeler geliştirilmesi.
- *Nitelikli insan kaynağı yetiştirilmesi*: Geleceğın iş ve meslekleri bağlamında kreatif endüstrilerin ihtiyaç duyacağı insan kaynağının akademi-sektör işbirliğiyle planlanması.
- *Proje yönetimi ve süreç takibi*: Yaratıcı projelerin baştan sona kadar takibi ve yönlendirilmesi, özellikle zaman ve bütçe açısından verimli bir üretim süreci sağlanması.
- *Pazarlama ve dağıtım*: Yaratıcı ürünlerin hedef kitlelere etkili bir şekilde ulaşması için stratejik pazarlama ve dağıtım kanallarının belirlenmesi.
- *İşbirliği mekanizmaları*: Endüstri profesyonelleri, girişimcileri, akademi ve diğer ekosistem paydaşlarını bir araya gelmesini sağlayacak etkinliklerin düzenlenmesi.

Kreatif endüstrilerin piyasadaki potansiyeli açısından tasvir edildiğinde en çok fırsat barındıran, ürünü alıcıya en hızlı ulaştıran ve hızla yükselişte olan dijital tabanlı sektörlerine ağırlık verilmektedir. Bu dijital tabanlı kreatif endüstriler kapsamında yer alan sektörler ve alt sektörler şu şekilde tanımlanmaktadır:

1. Dijital Medya ve İçerik Üretimi	<i>Dijital medya, özellikle internetin yaygınlaşması ve dijital platformların büyümesiyle birlikte oldukça hızlı bir şekilde gelişmiştir. Bu sektör hem içerik üretimi hem de dağıtımı açısından geniş fırsatlar sunmaktadır.</i>	
	<i>Video İçerik Üretimi</i>	YouTube, TikTok, Twitch gibi platformlar, video içerik üreticilerinin büyük bir pazar oluşturmaya olanak sağlamıştır. Ayrıca dijital yayıncılık ve video prodüksiyon şirketleri de hızla büyümektedir.
	<i>Podcasting</i>	Sesli içerik üretimi ve podcast platformları son yıllarda önemli bir pazar haline gelmiştir.
	<i>Sosyal Medya ve Dijital Pazarlama</i>	Sosyal medya platformları ve dijital pazarlama stratejileri, markaların hedef kitlelerine ulaşmasında merkezi bir rol oynamaktadır.
2. Film, Dizi ve Animasyon Üretimi	<i>Sinema ve televizyon sektörü, yaratıcı endüstriler içinde önemli bir yer tutar. Dijital platformların (Netflix, Disney+, Amazon Prime, vb.) artan popülaritesi ile bu sektör daha da büyümüştür.</i>	
	<i>Dizi ve Film Üretimi</i>	Özellikle dijital yayın platformları, diziler ve filmler için büyük fırsatlar yaratmıştır. Hem büyük bütçeli yapımlar hem de bağımsız yapımlar, hızla artan bir izleyici kitlesine ulaşmaktadır.
	<i>Animasyon</i>	Animasyon filmleri ve içerikleri hem çocuklar hem de yetişkinler için geniş bir pazar bulmaktadır. Hem geleneksel animasyon teknikleri hem de bilgisayar animasyonu (CGI) büyük bir pazar oluşturmıştır.
3. Müzik ve Ses Endüstrisi	<i>Müzik sektörü, dijitalleşme ile büyük bir dönüşüm yaşamıştır. Dijital müzik platformları ve online konserler, müzik endüstrisinin büyümesinde önemli bir rol oynamaktadır.</i>	
	<i>Dijital Müzik Dağıtımı</i>	Spotify, Apple Music, YouTube gibi platformlar, sanatçılar için global bir dinleyici kitlesine ulaşma imkanı sağlamaktadır.
	<i>Canlı Performanslar</i>	Konserler, müzik festivalleri ve dijital canlı yayınlar, müzik sektörü için önemli gelir kaynakları oluşturmaktadır.
	<i>Müzik Prodüksiyonu ve Ses Tasarımı</i>	Film ve televizyon yapımlarında müzik ve ses prodüksiyonu giderek daha önemli hale gelmiştir.
4. Moda Tasarımı ve Perakende	<i>Moda sektörü, her zaman yaratıcı endüstrilerin en aktif alanlarından biri olmuştur. Ancak son yıllarda dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve e-ticaretin yükselmesi ile büyük bir dönüşüm geçirmiştir.</i>	
	<i>E-ticaret ve Dijital Moda</i>	Çevrimiçi alışverişin artmasıyla, markalar dijital mağazalar üzerinden doğrudan tüketicilere ulaşmaya başlamıştır.

	<i>Sürdürülebilir Moda</i>	Çevre dostu, etik ve sürdürülebilir moda, son yıllarda büyük bir eğilim haline gelmiştir.
	<i>Moda Influencer'ları ve Sosyal Medya</i>	Moda sektörü, influencer pazarlaması ve sosyal medyanın etkisiyle büyük bir dönüşüm yaşamaktadır.
5. Video Oyunları	<i>Video oyunları, dijital eğlence sektörünün en hızlı büyüyen ve aktif alanlarından biridir. Hem gençler hem de yetişkinler arasında büyük bir pazar bulunan oyun sektörü, hızla gelişen teknolojiyle birlikte daha da büyümektedir.</i>	
	<i>Mobil Oyunlar</i>	Akıllı telefonların artan kullanımının etkisiyle mobil oyunlar, büyük bir pazar haline gelmiştir.
	<i>E-spor</i>	Profesyonel video oyun yarışmaları ve dijital turnuvalar, hızla büyüyen bir endüstri oluşturmıştır.
	<i>Sanat ve Teknolojinin Buluşması</i>	Oyun tasarımcıları, sanatı ve teknolojiyi birleştirerek interaktif hikayeler ve görsel açıdan etkileyici oyunlar üretiyor.
6. Reklamcılık ve Kreatif Ajanslar	<i>Reklamcılık sektörü, markaların tüketicilere ulaşma biçimlerini sürekli yenileyen ve dijitalleşen bir alandır. Yaratıcı ajanslar, dijital pazarlama, sosyal medya reklamcılığı ve içerik üretimi gibi alanlarda önemli roller üstlenmektedir.</i>	
	<i>Dijital Reklamcılık</i>	Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads gibi dijital reklam platformları, reklamcılığı yeniden şekillendirmiştir.
	<i>Influencer Pazarlama</i>	Markalar, sosyal medya influencer'ları aracılığıyla ürünlerini tanıtarak geniş kitlelere ulaşmaktadır.
	<i>Sosyal Medya Yönetimi ve İçerik Üretimi</i>	Sosyal medya içerikleri, markaların hedef kitleleriyle doğrudan etkileşime girmesini sağlamaktadır.
7. Sanal Gerçeklik (VR) ve Artırılmış Gerçeklik (AR)	<i>VR ve AR teknolojileri, yaratıcı endüstrilerin çok çeşitli alanlarında büyük fırsatlar yaratmaktadır. Bu teknolojiler hem eğlence hem de eğitim sektörlerinde geniş kullanım alanları bulmaktadır.</i>	
	<i>Oyun ve Eğlence</i>	VR ve AR, video oyunlarından eğlenceye kadar pek çok farklı alanda interaktif deneyimler sunmaktadır.
	<i>Eğitim ve Sağlık</i>	Bu teknolojiler, eğitimde ve sağlıkta simülasyonlar, eğitim programları ve terapötik uygulamalar için kullanılmaktadır.
8. Sanat ve Kültür	<i>Sanat ve kültür sektörü, her zaman yaratıcı endüstrilerin temel taşlarından biri olmuştur. Bu sektörün dijitalleşmesi, galerilerin, müzelerin ve sanatçıların küresel bir pazara ulaşmalarına olanak sağlamaktadır.</i>	
	<i>Sanat Galerileri ve Sanal Etkinlikler</i>	Fiziksel ve sanal galeriler, sanat dünyasının dijitalleşmesine katkı sağlamaktadır.

Kreatif endüstriler, günümüzde ekonomilerin ve kültürlerin önemli bir parçası haline gelerek eğitim ve istihdam üzerinde derin etkiler oluşturmaktadır. Eğitim ve istihdam olguları üzerindeki etkileri şu şekildedir:

- **Yeni beceri gereksinimlerinde** kreatif endüstriler, sürekli değişen ve gelişen bir yapıya sahiptir. Bu nedenle, bu sektörlerde çalışan bireylerin yaratıcılık, inovasyon, problem çözme, iletişim ve ekip çalışması gibi becerilere sahip olması gerekmektedir. Bu durum, eğitim sistemlerinin bu becerilere yönelik olarak yeniden yapılandırılmasını zorunlu hale getirmiştir.

- **Disiplinlerarası yaklaşım hem eğitim üzerinde değişim etkisi hem de ihtiyaç duyduğu eğitim tasarımı bağlamında önem arz etmektedir.** Kreatif endüstriler, genellikle farklı disiplinlerin bir araya geldiği multidisipliner bir yapıya sahiptir. Bu nedenle, eğitim sistemleri, öğrencilere farklı disiplinler arasında köprü kurabilecekleri bir bakış açısı kazandırmaya çalışmaktadır.

- Teknolojinin gelişmesiyle birlikte öğrenme ortamları da değişmektedir. Kreatif endüstriler, öğrencilerin aktif olarak katılım gösterdiği, deneyimsel öğrenmenin ön planda olduğu ve iş birliğine dayalı öğrenme ortamlarının önemini vurgulamaktadır.

- Kreatif endüstriler, girişimcilerin ortaya çıkması ve büyümesi için uygun bir ortam sunmaktadır. Bu nedenle, eğitim sistemleri, öğrencilere girişimcilik becerileri kazandırmaya yönelik programlar sunmaktadır.

- Kreatif endüstriler, geleneksel sektörlerin yanı sıra yeni iş alanları yaratmaktadır. Oyun tasarımcısı, sosyal medya yöneticisi, içerik üreticisi gibi meslekler, kreatif endüstrilerin doğurduğu yeni iş alanlarına örnek olarak verilebilir.

- Kreatif endüstrilerde, geleneksel 9-5 çalışma saatlerinin dışında, serbest çalışma, uzaktan çalışma gibi esnek çalışma modelleri yaygınlaşmaktadır. Bu durum, çalışanların iş ve özel hayatlarını daha iyi dengelemelerine olanak tanımaktadır.

- Kreatif endüstriler, genellikle yüksek katma değerli ürün ve hizmetler üretmektedir. Bu nedenle, bu sektörlerde çalışan bireyler, daha yüksek gelir düzeylerine ulaşabilmektedir.

- Küreselleşmeyle birlikte kreatif endüstrilerde çalışan bireyler, dünya genelinde iş bulabilme imkanına sahip olmaktadır.

Sonuç olarak, kreatif endüstriler, eğitim ve istihdam üzerinde önemli ve dönüştürücü etkiler yaratmaktadır. Bu etkiler, bireylerin becerilerini geliştirmelerine, yeni iş alanlarının ortaya çıkmasına, esnek çalışma modellerinin yaygınlaşmasına ve yüksek katma değerli işlere ulaşmalarına olanak tanımaktadır. Ancak, bu etkilerin tam olarak gerçekleşebilmesi için eğitim sistemlerinin ve iş dünyasının kreatif endüstrilerin gerektirdiği becerilere ve koşullara uyum sağlaması gerekmektedir.

2. Sektörün İhtiyaç Analizi ve Ekosistem Tasarım Gerekçesi

Kreatif endüstriler; reklam, tasarım, dijital medya, moda, sinema, animasyon, oyun tasarımı, müzik, edebiyat ve kültürel miras gibi yaratıcı sektörleri kapsar. Bu sektörler, ekonomik büyümenin önemli bir itici gücü olup inovasyon ve istihdam olanakları sunar. Kreatif endüstriler farklı toplumsal katkıları söz konusudur. Bu katkıları şu şekilde sınıflandırılabilir:

- *Ekonomiye Katkı:* Kreatif endüstriler, küresel ekonomide önemli bir paya sahip ve istihdam yaratma potansiyeli yüksek sektörlerdir. Türkiye'de de bu sektörlerin büyümesi, ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayabilir.
- *Kültürel Zenginlik:* Kreatif endüstriler, bir ülkenin kültürel zenginliğini ortaya koyar ve uluslararası alanda tanıtımına katkı sağlar.
- *İnovasyon:* Bu sektörler, sürekli değişen ve gelişen bir yapıya sahiptir. Bu nedenle, inovasyon ve yaratıcılık sürekli olarak teşvik edilmelidir.
- *Genç Nüfusun Potansiyeli:* Türkiye'nin genç nüfusunun büyük bir kısmı, yaratıcı ve yenilikçi fikirlerle doludur. Bu potansiyelin sistematik bir eğitimle desteklenmesi gerekmektedir.

Kreatif endüstrilerin doğrudan ilişkili olduğu katma değeri yüksek ekonomiye dair ülkemizin göstergeleri göz önüne alındığında aslında önemli bir potansiyel ve ihtiyacın olduğu görülmektedir:

- Türkiye, OECD ülkeleri arasında yaratıcı ekonominin ülke ekonomisi içinde ağırlığının en düşük olduğu ülkedir.
- Türkiye'deki kreatif endüstriler ekonominin geleneksel sektörleriyle (imalat ve inşaat sektörleri) kıyaslandığında bu sektörlerden daha yüksek bir katma değer oranına (katma değer in üretim içindeki payı) sahiptir.
- Türkiye'de kreatif endüstrilerin istihdam ve girişim sayısında son yıllarda hızlı bir artış söz konusudur.
- Çeşitli göstergelere göre (ciro, istihdam, katma değer, emek verimliliği vb.) Türkiye'de kreatif endüstriler arasında en iyi performansa sahip endüstri olarak “*bilgisayar programlama faaliyetleri (6201)*” öne çıkmaktadır. Bunu, “*bilgisayar danışmanlık faaliyetleri (6202)*” takip etmektedir.
- Türkiye'deki “*bilgisayar programlama faaliyetleri (6201)*” endüstrisinin katma değer oranı birçok OECD ülkesindekinden daha yüksek düzeydedir.

- Beş İBBS-2 bölgesi (TR10, TR51, TR42, TR31 ve TR61) Türkiye'nin yaratıcı ekonomi cirosunun % 90'ından fazlasını gerçekleştirmektedir.
- Yaratıcı ekonomide uzmanlaşma tespit edilen üç bölge bulunmaktadır. Bunlar, TR10 (İstanbul), TR51(Ankara) ve TR61 (Antalya, Isparta, Burdur) bölgeleridir.
- Türkiye, el sanatları ürünleri ihracatında dünyada ikinci; tasarım ürünleri ihracatında ise onuncu sıradadır.

Kreatif Endüstrilerin potansiyelinden maksimum yararlanılması için Yüksek öğretim kurumlarının yapması gerekenler söz konusudur. Sürdürülebilir kalkınma hedefleri bağlamında entelektüel sermayenin işler hale gelmesi için şu hususlar öne çıkmaktadır:

- Kreatif endüstriler, Türkiye'de hızla yükselen bir ekonomik sektör olmasına rağmen bu alandaki yüksek öğrenim ve eğitimde aynı hızlı gelişimi gösterilmemektedir. Endüstrilerin, ihtiyaç duyduğu nitelikli insan kaynağının yetiştirilmesi açısından üniversitelerde bu alanda uzmanlaşmış bölüm ve fakültelerin kapasitesinin stratejik planlama temelli artırılması önemlidir.
- Kreatif endüstrilerin rekabetçiliği ve dolayısıyla sürekliliği için bir girişimcilik ekosistemine ihtiyaç duyar. Bu ekosistemin araştırma, eğitim ve ilgili destek altyapısı mekanizmaları bağlamında geliştirilmesi gerektiğinden akademide bu alanda derinlemesine bir uzmanlık sağlayacak bölüm ve anabilim dallarının oluşturulması önemlidir.
- Mikro ölçekte, yaratıcı düşünceler üzerine yükselen bir girişimcilik ekosisteminin de (laboratuvar, merkez, atölye vb. teknolojik altyapılar) kurulması elzemdir. Bu bağlamda "ASBÜ Araştırma ve Girişimcilik Ekosistemi"nde yer alan ASBÜ Sosyokent Teknoloji Geliştirme Bölgesi'ndeki girişimci ve işletmeler önemli bir avantaj olarak kabul edilmektedir.
- Kreatif endüstriler özü itibariyle disiplinlerarası bir alandır. Bu alanda kapasitenin geliştirilmesi ve uzmanlaşmanın derinleştirilerek sektörde rekabetçiliğin artırılması için gerekli olan bilimsel ve teknolojik bilginin üretilmesi ve tasarımın geliştirilmesi, disiplinlerarası temelli eğitim, araştırma ve proje çalışmaları gerekmektedir.
- Kreatif endüstriler ağırlıklı olarak bölgesel bir nitelik arz eder. Bölgesel kalkınma çalışmaları için önemli bir aktör olarak bölgesel ve ulusal inovasyon ağının kurulmasına katkı verecek şekilde bölüm ve ders müfredatları tasarlanmalıdır. Akademi-sektör işbirliği temelli planlama ve uygulamanın yürütülmesi önem arz etmektedir.
- Ankara'nın endüstrilerin mevcut ve potansiyel yetkinliğini ölçen araştırmaların yapılması gerekir. Yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri ile akademik araştırma ağlarının

oluşturulmasına katkı sağlayacak ulusal ve uluslararası projelerin geliştirilmesi ve yürütülmesi için üniversiteler öncü olmalıdır.

- Tasarım yeteneğini arttırmak endüstrilerin gelişimi açısından çok önemlidir. Tasarım ile ilgili ileri düzey eğitimlerin olduğu ihtisas lisans bölümüne ihtiyaç vardır.
- Fikri Mülkiyet konusu sektörün temel sorun alanlarından biridir. Bu alanda bilinç geliştirilmesi, farkındalığın artırılması, eksik mevzuatların tespiti ve cari mevzuatların etkin bir şekilde uygulanmasına dair kurumsal kapasiteyi geliştirecek akademik etkinlikler ve çalışmalar gerçekleştirilmelidir.
- En başta belirli alanlar belirlenmeli ve o alanlarla ilgili bölüm çalışmaları yapılmalı.
- Bu alanda hem İstanbul hem de İzmir Kalkınma Ajanslarının raporlarında piyasa bilincinin yetersizliğinden bahsedilmektedir. Bu alanda da ortak eğitim içerikleri hazırlanabilir.
- Farklı kurumlarla iş birliği içerisinde toplumsal farkındalığında artırılması ve gençlerin kreatif endüstri alanlarına yönlendirecek çalışmaların oluşturulması gereklidir. Örneğin dijital oyun ve bilişim sektörleri hızla büyüyen sektörlerdir. Son derece modern alanlar olması genç kuşakların buralara yönelmesini sağlanabilir. Türkiye’de aktif genç nüfusun fazlalığı kreatif endüstrilerin gelişmesi için en olumlu unsurlardan bir tanesidir. Bu nedenden ötürü üniversiteler eğitim ve araştırma katkıları açısından çok önemli aktörlerdir.

Ankara, video oyun ve dijitalleşme alanında önemli bir potansiyele sahip olmasına rağmen, bu potansiyeli tam olarak gerçekleştirebilmek için bazı eksiklikleri gidermesi gerekmektedir. Özellikle oyun tasarımı ve geliştirme alanında uzmanlaşmış eğitim programları, pratik uygulamalara yönelik eğitim, Ar-Ge çalışmalarına destek ve girişimcilik eğitimi gibi konulara odaklanılarak Ankara, bu alanda önemli bir merkez haline gelebilir.

Ankara'nın kreatif endüstriler bağlamında mevcut durum ve kapasitesi ülkede önemli bir liderlik konumu sunmaktadır. Ankara'nın başkent olması ve merkezi konumu, sektör temsilcileriyle kolay iletişim kurulmasını ve işbirliği yapmayı sağlar. Genç ve dinamik bir nüfusa sahip olan Ankara, yeni teknolojilere açık ve yaratıcı bir havaya sahiptir. Türkiye’de büyüyen oyun pazarı, Ankara'daki oyun geliştiricileri için önemli bir fırsat sunmaktadır. Çeşitli unsurlar bağlamında bu konumu şu şekilde ifade edilebilir:

- Ankara'da ODTÜ gibi köklü üniversitelerin yanı sıra birçok özel üniversitede bilgisayar mühendisliği, yazılım mühendisliği ve ilgili bölümler bulunmaktadır. Bu bölümler, video oyun geliştirme için temel altyapı sağlamaktadır.
- Ankara'da özellikle savunma sanayii ve yazılım alanında faaliyet gösteren birçok teknoloji firması bulunmaktadır. Bu firmalar, sektöre deneyimli personel sağlamakta ve Ar-Ge çalışmalarına katkı sağlamaktadır.
- Ankara'da genç girişimcilere destek veren kuluçka merkezleri ve teknoparklar bulunmaktadır. Bu ekosistem, video oyun geliştirme alanında yeni şirketlerin kurulmasına ve büyümesine olanak tanımaktadır.
- Ankara Kalkınma Ajansı başta olmak üzere diğer ilgili kurum ve kuruluşlar video oyun sektörünü desteklemek amacıyla çeşitli projeler yürütmektedir. Bu projeler, sektörün büyümesi ve istihdam yaratılması için önemli bir katkı sağlamaktadır.

Kreatif endüstrilerin rekabetçiliği bağlamında ihtiyaç duyduğu eğitim ve araştırma kapasitesi şu hususlarda geliştirilmesi önerilmektedir:

- **Tasarım ve Geliştirme Odaklı Eğitim Programları:** Mevcut eğitim programları, daha çok yazılım geliştirmeye odaklanmaktadır. Oyun tasarımı, senaryo yazımı, görsel efektler gibi spesifik alanlarda uzmanlaşmış eğitim programlarına ihtiyaç duyulmaktadır.
- **Pratik Uygulamalara Yönelik Eğitim:** Teorik bilginin yanı sıra oyun geliştirme araçlarını kullanma, ekip çalışması, proje yönetimi gibi pratik becerilerin geliştirilmesine yönelik eğitimlerin artırılması gerekmektedir.
- **Ar-Ge Çalışmalarına Destek:** Oyun yapay zekası, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik gibi geleceğin teknolojileri üzerine odaklanan Ar-Ge çalışmalarına destek verilmelidir. Üniversite-sanayi işbirliğiyle bu alanda çalışmalar yürütülebilir.
- **Girişimcilik Eğitimi:** Fikir geliştirme ve tasarım sürecinde ortaya çıkan fikirlerin ticarileştirilmesi için girişimcilik eğitimi verilmelidir.
- **Uluslararası İşbirlikleri:** Yabancı üniversiteler ve küresel şirketlerle işbirliği yaparak öğrencilerin ve akademisyenlerin uluslararası deneyim kazanmaları sağlanmalıdır.
- **Endüstri Odaklı Eğitim:** Sektörün ihtiyaçlarına göre güncellenen eğitim müfredatları oluşturulmalı ve öğrencilerin sektöre hazır hale gelmeleri sağlanmalıdır.

3. Fakülte Kurulmasına Dair İhtiyaç ve Gerekçeler

Kreatif endüstriler, dünya genelinde ekonomik büyüme, istihdam yaratma ve inovasyonun ana motorlarından biri olarak kabul edilir. İnsan yaratıcılığı, kültürel zenginlik ve teknolojiyi bir araya getiren bu sektörler, dijitalleşmenin de etkisiyle hızlı bir büyüme göstermektedir. Kreatif endüstriler dünya genelinde yıllık yaklaşık 2.25 trilyon dolar değerinde bir ekonomik katkı sağlamaktadır. Bu, küresel GSYH'nin yaklaşık %3'üne karşılık gelir. Bu sektörler dünya genelinde 30 milyon kişiye doğrudan istihdam sağlamaktadır. En hızlı büyüyen segmentler arasında dijital içerik, yazılım geliştirme ve oyun sektörü yer almaktadır. Sadece dijital oyun endüstrisi, 2023 itibarıyla 200 milyar dolarlık küresel bir piyasa değerine ulaşmıştır ve 2025'e kadar yıllık %8 büyüme öngörülmektedir. Streaming platformları (ör. Netflix, Spotify) kreatif içerik tüketiminde büyük bir pazar oluşturmuş, medya ve eğlence endüstrisinin dijitalleşmesini hızlandırmıştır. Kültürel mirasın korunması, tasarım ve el sanatları gibi alanlarda büyüme, turizm ve kültürel ihracatla paralel olarak ilerlemektedir. Asya-Pasifik, kreatif endüstrilerde en hızlı büyüyen bölge konumundadır. Çin ve Güney Kore, küresel pazara önemli katkı sağlamaktadır.

Parametre	Dünya	Türkiye
GSYH'ye Katkı	%3	%1.5
İstihdam	30 milyon kişi	350.000 kişi
İhracat	624 milyar dolar	500 milyon dolar (diziler)
Dijital Oyun Pazarı	200 milyar dolar	1.2 milyar dolar
Kültürel Ürün ve Hizmetler	Büyüyen küresel bir trend	Bölgesel odaklı büyüme

Tablo: Türkiye ve Dünya Kıyaslaması

Türkiye'de kreatif endüstrilerin GSYH içindeki payı yaklaşık %1.5 civarındadır. Bu oran, küresel ortalamanın altında kalmakla birlikte büyüme potansiyeli taşımaktadır. Kreatif endüstrilerde çalışan kişi sayısı yaklaşık 350.000 olarak tahmin edilmektedir. Bu, toplam iş gücünün %1'inden azını temsil eder. Türk dizileri, kültürel ihracatın en önemli bileşenidir. Türkiye, dünya çapında en çok dizi ihraç eden ikinci ülke konumundadır ve 2022 itibarıyla yıllık 500 milyon dolarlık bir gelir elde edilmiştir. Türkiye'de oyun sektörü, 2023 itibarıyla 1.2 milyar dolar büyüklüğe ulaşmıştır. Özellikle mobil oyunlar ve bağımsız stüdyolar bu büyümenin itici gücü olmuştur. Peak Games ve Dream Games gibi şirketler, uluslararası başarılarla dikkat çekmiştir. Türk televizyon dizileri, Orta Doğu, Latin Amerika ve Avrupa'da yoğun talep görmektedir. Bu sektör, hem ekonomik hem de kültürel diplomasi açısından

stratejik bir öneme sahiptir. Türkiye'nin tekstil ve moda sektöründeki geleneksel güçlü konumu, kreatif tasarımlarla birleşerek katma değeri artırma potansiyeline sahiptir. Kitap, dergi ve dijital yayıncılık sektörleri büyüme göstermektedir. Özellikle dijital kitap platformlarının yaygınlaşması, yeni fırsatlar yaratmıştır. Kültürel endüstrilerin gelecekteki büyüme potansiyeli yüksektir. Bu potansiyelin Türkiye açısından çeşitli fırsatları ve zorlukları söz konusudur. Ülkemizin küresel olarak bu büyüme potansiyelindeki payının artırılması için farkında olması gereken fırsatlar şu şekilde ifade edilebilir:

- Kültürel mirasın dijitalleşmesi ve sürdürülebilir turizme entegre edilmesi.
- Eğitim programlarının kreatif sektörler odaklı reformlarla güncellenmesi.
- Teknoloji ve yaratıcı fikirleri birleştiren start-up ekosisteminin teşvik edilmesi.
- Türkiye'nin kreatif endüstrilerde büyüme göstermesi için dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve inovasyon odaklı bir strateji benimsemesi.

Bu fırsatları elde edip küresel pazardaki rekabetçi konumunun güçlenirilmesi için aşılması gereken bazı zorlukların farkında olmak gerekmektedir. Bu zorluklar şu şekilde özetlenebilir:

- Kreatif sektörlerdeki mesleki eğitim ve çalışacak nitelikli iş gücünün eksikliği, sektörel büyümeyi sınırlandırmaktadır.
- Kreatif girişimler için yatırım ve destek mekanizmaları sınırlılığı bağlamında finansman sorunları söz konusudur.
- Ulusal kreatif endüstrileri, özellikle dijital içerik üretimi ve teknoloji entegrasyonunda uluslararası rakiplerin gerisinde kalabilmesinin sonucunda küresel rekabet dezavantajı yaşamaktadır.

Kreatif endüstriler, Türkiye'de ekonomik büyüme, inovasyon ve kültürel diplomasi açısından stratejik önem taşımaktadır. Ancak bu sektörün sürdürülebilir gelişimi, nitelikli iş gücü arzına ve eğitim sisteminin sektörel ihtiyaçlara yanıt verebilme kapasitesine bağlıdır. Türkiye'deki eğitim kurumlarının kreatif endüstrilere yönelik programları ve sektörün iş gücü talebi arasındaki ilişki, önemli fırsatlar ve eksiklikler barındırmaktadır.

Türkiye'de kreatif endüstrilere yönelik eğitim veren üniversiteler genellikle şu alanlarda programlar sunmaktadır:

- **Güzel Sanatlar ve Tasarım:** Resim, heykel, grafik tasarım, endüstriyel tasarım.
- **İletişim ve Medya:** Sinema, televizyon, reklamcılık, dijital medya.
- **Performans Sanatları:** Tiyatro, müzik, dans.

- **Dijital ve Teknolojik Yaratıcılık:** Yazılım geliştirme, oyun tasarımı, animasyon.

2023 itibarıyla Türkiye’deki **80’den fazla üniversitede** yaratıcı endüstrilere yönelik lisans veya lisansüstü program bulunmaktadır. Ancak, bu programlar genellikle teorik ağırlıklıdır ve sektörle entegrasyonu sınırlıdır veya kreatif endüstrilerin karakteristik ve niteliklerine uyum sağlamaktan uzaktır. Kreatif endüstrilere yönelik sertifika programları, özellikle dijital medya, grafik tasarım ve oyun geliştirme gibi alanlarda yoğunlaşmıştır. Özel eğitim kurumları ve çevrim içi platformlar (ör. Udemy, Coursera), sektöre hızlı uyum sağlamak isteyenler için esnek eğitim fırsatları sunmaktadır. **Mevcut eğitim sisteminde karşılaşılan zorlukları şu şekildedir:**

- **Uygulamalı Eğitim Eksikliği:** Üniversitelerdeki eğitim genellikle teori odaklıdır ve endüstri uygulamalarıyla yeterince entegre değildir.
- **Güncel Teknolojik Donanım Eksikliği:** Özellikle dijital yaratım ve oyun geliştirme gibi alanlarda, eğitim kurumlarının teknolojik altyapısı yetersizdir.
- **Kapsayıcı ve Çeşitlendirilmiş Eğitim Eksikliği:** Mevcut programlar kreatif endüstrilerin tüm alt sektörlerini kapsamamaktadır.

Türkiye’de kreatif endüstrilerdeki iş gücü talebi, özellikle dijitalleşme ve küresel pazarlara entegrasyonun artmasıyla hızla büyümektedir. İşgücü talebi olarak öne çıkan sektörler ve nitelik beklentileri şöyle ifade edilebilir:

- **Dijital Oyun ve Yazılım Geliştirme:** Oyun sektörü, hem teknik hem de yaratıcı pozisyonlarda büyük bir istihdam talebi yaratmaktadır.
- **Medya ve Eğlence:** Video içerik üretimi, reklamcılık ve dijital pazarlama alanlarında artan bir talep söz konusudur.
- **Tasarım ve Yaratıcı Teknolojiler:** Grafik tasarım, kullanıcı deneyimi (UX) tasarımı ve animasyon alanları öne çıkmaktadır.

Nitelikli işgücü eksikliği önemli bir sorun alanı olarak kabul edilmektedir. Bu sorun işgücü talebi ile arzı arasındaki uyumsuzluktan kaynaklanmaktadır. Üniversite mezunlarının kazandığı teorik bilgi ile sektörün talep ettiği uygulamalı beceriler arasında bir uyumsuzluk bulunmaktadır. Hızla değişen teknolojik trendler, mevcut müfredatların geride kalmasına neden olmaktadır. Nitelik olarak üç temel husus öne çıkmaktadır. Bu hususlar sektörlerdeki meslek ve nitelikler bağlamında şu şekilde tanımlanmaktadır:

- **Teknik Yetenekler:** Programlama, animasyon yazılımları, 3D modelleme gibi teknik becerilerde iş gücü eksikliği yaşanmaktadır.

- **Dijital İçerik Üretimi:** Video prodüksiyon ve dijital platformlarda içerik yönetimi alanlarında nitelikli personel açığı bulunmaktadır.
- **Küresel Pazarlara Uyumluluk:** Yabancı dil bilgisi, uluslararası standartlarda proje geliştirme becerisi gibi küresel yetkinliklere sahip bireylerin azlığı, sektördeki önemli bir açığı temsil etmektedir.

İşgücü alanında ücretler ve çalışma koşulları açısından bakıldığında kreatif endüstrilerde çalışanlar genellikle freelance veya proje bazlı çalışmakta, bu da güvencesizlik sorunlarını beraberinde getirmektedir. Özellikle yeni mezunlar için başlangıç ücretleri düşüktür ve bu durum sektöre girişte motivasyon kaybına yol açabilmektedir. Türkiye’de kreatif endüstriler alanındaki eğitim arzı, hızla büyüyen sektör ihtiyaçlarını karşılamakta yetersiz kalmaktadır. Bu durum, hem iş gücü piyasasında nitelikli personel eksikliğine yol açmakta hem de sektörün rekabet gücünü sınırlamaktadır. Üniversite-sektör iş birliklerinin artırılması, müfredatların güncellenmesi ve sürekli eğitim olanaklarının teşvik edilmesi, bu açığı kapatmada kritik rol oynayacaktır. Eğitim arzı ve iş gücü talebi arasındaki bu uyumun sağlanması, Türkiye’nin kreatif endüstrilerdeki küresel rekabet gücünü artıracaktır.

Türkiye ve özellikle Ankara gibi büyük bir şehir, hızla gelişen küresel kreatif endüstriler ekosisteminin bir parçası haline gelme potansiyeline sahiptir. Ancak bu potansiyeli tam olarak gerçekleştirebilmek için, mevcut eğitim sisteminin bazı eksikliklerini gidermek ve yeni bir fakülte ile bu alandaki eğitimi güçlendirmek gerekmektedir.

Ankara, Türkiye'nin başkenti olarak sahip olduğu güçlü altyapı, eğitim kurumları ve genç nüfusuyla video oyun ve dijitalleşme alanlarında önemli bir potansiyele sahiptir. Ancak bu potansiyeli tam olarak gerçekleştirebilmek için bazı eksiklikleri gidermek ve kapasitesini artırmak gerekmektedir. Türkiye ve Ankara şehri özelinde kreatif endüstrilerdeki ihtiyaçlar, mevcut eğitim kurumlarının bu alandaki yetersizlikleri ve yeni bir fakültenin kurulmasına dair ihtiyacı analiz şu başlıklar altında değerlendirilebilir:

a) *Nitelikli iş gücü:* Ankara, Türkiye'nin başkenti olarak bürokrasi, teknoloji ve savunma sanayisinde öne çıksa da kreatif endüstrilerde ulusal ve uluslararası düzeyde tanınan markalar ve bireylerin yetişmesi sınırlıdır. Tasarımcılar, dijital medya uzmanları, oyun geliştiricileri ve kültürel miras alanında uzman bireylerin yetişmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

b) Multidisipliner yaklaşımların eksikliği: Türkiye'deki sanat, tasarım ve iletişim fakültelerinin müfredatları genellikle geleneksel yöntemlere odaklanmakta, teknolojik inovasyonu içselleştiren bir yapıya sahip değildir. Kreatif endüstriler için teknik becerilerin (ör. oyun motorları, görsel efekt araçları, veri odaklı tasarım) yanı sıra eleştirel düşünce, pazarlama ve iş geliştirme gibi becerilerin eğitimi eksiktir. Ankara'da bulunan eğitim kurumlarının birçoğu (ör. Gazi Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi) kreatif endüstrilere yönelik bölümlere sahip olsa da çoğunlukla geleneksel sanat dallarına odaklanır. Dijital oyun tasarımı, animasyon, kültürel miras yönetimi gibi çağdaş kreatif alanlarda eğitim olanakları sınırlıdır. Ayrıca, mevcut fakülteler, kreatif endüstrilerdeki küresel trendler ve uluslararası bağlantılar konusunda yetersizdir.

c) Küresel rekabetçilik: Türkiye'nin kreatif ürün ve hizmet ihracatı (örneğin dizi ve oyun sektöründeki girişimler) artış gösterse de yeterli değildir. Ankara, özellikle yaratıcı teknoloji tabanlı alanlarda küresel rekabet gücünü artırmalıdır.

d) Teknoloji ve yaratıcılık entegrasyonu: Kreatif endüstrilerde dijital dönüşümün benimsenmesi, yapay zeka, VR/AR ve veri analitiği gibi teknolojilerin kullanımı düşük seviyededir. Bu alanlarda gelişim potansiyeli büyüktür.

e) Yerel kültürel zenginliğin ekonomiye katkısı: Ankara'nın kültürel mirası (ör. müzeler, tarihî alanlar) ve üniversite yoğunluğu, kreatif projeler için güçlü bir altyapı sunar. Ancak bu potansiyel ekonomik değere dönüştürülmede eksik kalmaktadır.

f) Yeteneklerin uygulamalı gelişimine odaklanamama: Stüdyo çalışmaları, sektör bağlantıları, staj ve uygulamalı projeler gibi pratik eğitimin sınırlı olması öğrencilerin reel iş dünyasına hazırlanmasını zorlaştırmaktadır.

g) Pratik uygulamaların yetersizliği: Teorik bilginin yanı sıra, pratik uygulamalara yönelik eğitimlerin yetersizliği, mezunların iş hayatına uyum sağlamalarını zorlaştırmaktadır. Üniversiteler ile sektör arasında yeterli işbirliği olmadığı için, eğitim programları sektörün ihtiyaçlarına tam olarak cevap verememektedir.

Türkiye'nin yaratıcı ekonomideki potansiyelini daha da güçlendirmek ve başkentin kültürel ve ekonomik dinamizmini artırmak açısından önemli bir adım olacaktır. Ankara ili bağlamında şu gerekçeler ifade edilebilir:

a. Yaratıcı Ekonomideki Büyüme ve İhtiyaç:

- *Küresel Trend:* Yaratıcı endüstriler, dünya genelinde ekonomik büyümenin önemli bir lokomotifine haline gelmiştir. Film, müzik, tasarım, oyun geliştirme gibi alanlarda yaşanan hızlı büyüme, bu alanda nitelikli insan gücüne olan talebi artırmıştır.
- *Türkiye'nin Potansiyeli:* Türkiye'nin zengin kültürel mirası ve genç nüfusunun yaratıcılığı, ülkemizi bu alanda önemli bir oyuncu haline getirme potansiyeli taşımaktadır.
- *İstihdam:* Kreatif endüstriler, istihdam yaratma potansiyeli yüksek sektörlerdir. Yeni mezunlara ve deneyimli profesyonellere geniş iş olanakları sunar.

b. Ankara'nın Stratejik Konumu:

- *Başkent Olmanın Avantajları:* Ankara, Türkiye'nin başkenti olarak merkezi bir konuma sahiptir. Bu durum, siyasi, ekonomik ve kültürel alanda önemli bir çekim merkezi olmasını sağlar.
- *Kültürel Miras:* Ankara, zengin bir tarihi ve kültürel mirasa sahiptir. Bu miras, yaratıcı endüstriler için ilham kaynağı olabilir.
- *Eğitim Altyapısı:* Ankara'da bulunan çok sayıda üniversite, güçlü bir eğitim altyapısı sunmaktadır. Kreatif Endüstriler Fakültesi, bu altyapıyı daha da güçlendirecektir.

c. Eğitimde Dönüşüm:

- *Multidisipliner Yaklaşım:* Kreatif endüstriler, farklı disiplinlerin bir araya geldiği multidisipliner bir alandır. Bu fakülte, öğrencilere bu alanda gerekli olan geniş bir bilgi ve beceri seti kazandıracaktır.
- *Pratik Eğitim:* Teorik bilginin yanı sıra pratik uygulamalara da önem veren bir eğitim modeli, öğrencilerin sektöre hazır hale gelmesini sağlayacaktır.
- *Girişimcilik ve İnovasyon:* Fakülte, öğrencilerin girişimcilik ve inovasyon becerilerini geliştirerek kendi işlerini kurmalarına destek olacaktır.

d. Sektörle İşbirliği:

- *Sanayi-Üniversite İşbirliği:* Fakülte, sektörle yakın işbirliği içinde çalışarak öğrencilerin staj yapmalarını ve mezuniyet sonrası iş bulmalarını kolaylaştıracaktır.
- *Ar-Ge Çalışmaları:* Fakülte, sektörün ihtiyaçlarına yönelik Ar-Ge çalışmaları yaparak Türkiye'nin yaratıcı endüstriler alanındaki rekabet gücünü artıracaktır.

e. Kültürel Kalkınma:

- *Kültürel Değerlerin Korunması ve Yaygınlaştırılması:* Fakülte, Türkiye'nin kültürel değerlerinin korunması ve yeni nesillere aktarılmasında önemli bir rol oynayacaktır.

- *Kültürel Turizm:* Yaratıcı endüstriler, kültürel turizmi canlandırmak ve ülke ekonomisine katkı sağlamak açısından büyük öneme sahiptir.

Sonuç olarak, Ankara'da Kreatif Endüstriler Fakültesi kurulması, Türkiye'nin yaratıcı ekonomideki potansiyelini en üst düzeye çıkaracak, başkentin kültürel ve ekonomik dinamizmini artıracak ve gençlere yeni iş olanakları sunacaktır.

4. "ASBÜ Araştırma ve Sosyal Girişimcilik Ekosistemi" ve Kreatif Endüstriler

ASBÜ, 2013 yılında sosyal bilimlerde ihtisas araştırma üniversitesi olma iddiasıyla kurulmuştur. ASBÜ'nün misyonuna yön veren en önemli sorun tespiti Türkiye'de sosyal bilim araştırma geleneğinin zayıf olmasıdır. Bu sorunun en önemli görüngüsü de sosyal bilimler içinde dahi disiplinlerarasılığın sağlanamamış olmasıdır. Oysa hem nitelikli sosyal bilim bilgisinin üretilmesi hem de karmaşık sosyal sorunların çözülmesi için farklı kuramsal ve yöntemsel yönelimlere sahip sosyal bilimcilerin bir arada çalışması gereklidir. ASBÜ, kuruluşunu takiben sosyal bilimlerde araştırma kapasitesinin artırılması ve bu sayede Türkiye'de sosyal bilim geleneğinin güçlenmesi; aynı zamanda yürütülen faaliyetlerden de toplumun fayda sağlaması için önemli girişimlerde bulunmuş ve önemli kazanımlar elde etmiştir.

İlk olarak, sosyal bilimler alanında araştırma ve geliştirme kapasitesinin geliştirilmesi ve bu bağlamda bilimsel-teknolojik bilgi üretme yetkinliğinin sağlanmasına yönelik olarak geliştirilen “*Sosyal Bilimler Disiplinlerarası Araştırma Altyapısı Projesi*” için T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı'ndan destek alınmıştır. Ülkemizde ilk defa sosyal bilimler alanında araştırma altyapısı kurgulanmış ve devlet tarafından desteklenmeye uygun bulunmuştur. 15 Ocak 2022 Tarih ve 31720 Sayılı Resmî Gazete'de yayınlanan 2022 Yılı Yatırım Programının Kabulü ve Uygulanmasına Dair Karar'da “İnterdisipliner Araştırma Altyapı Projesi” olarak yayınlanan bu projenin temel misyonu bilimsel ve teknolojik bilginin üretilmesi ve toplum faydasına sunulmasıdır. Araştırma altyapısı ile kısa vadede öncelikli araştırma alanlarında veri toplama ve analizi faaliyetleri yürütülmesi, uzun vadede ise toplumsal ve sosyal sorunların tümüne interdisipliner bir şekilde odaklanması yolu izlenecektir. Farklı uzmanlık alanlarından paydaşların katkısıyla oluşturulacak araştırma altyapısı çeşitli sektörlerle ilişkin İnovasyon, Göç ve Dijitalleşme uzmanlık alanlarını ve altyapı mekanizmalarını kapsamaktadır.

İkinci olarak, sosyal girişimcilik ve inovasyon alanında ihtisaslaşmayı hedefleyen bir ekosistem modeli olan “*ASBÜ Sosyokent Teknoloji Geliştirme Bölgesi*” ASBÜ'nün önderliğinde 2020 yılının başında ODTÜ, Altındağ Belediyesi, Güven Hastanesi, STM A.Ş. ve ODTÜ Teknokent ortaklığıyla kurulmuştur. 2022 Ocak ayı itibarıyla Ar-Ge proje başvuruları alınmaya başlanmış ve Ankara'nın tarihi eski şehir bölgesi olan Ulus'ta tarihi binada girişimcilere yer tahsisine başlanmıştır. Aslında girişimci üniversite yetkinliğinin geliştirilmesine yönelik bir arayüz

görevi gören teknoloji geliştirme bölgeleri ile akademi arasında etkileşimin artırılması için araştırma altyapılarının bilimsel ve teknolojik bilgiyi toplumsal sorunlara çözüm sağlayacak olan girişimcilerin kullanımına sunulması beklenmektedir. İnterdisipliner araştırma ve çalışmalar sadece günümüz akademisi açısından değil, iş dünyası ve farklı profesyonel alanlarda da neredeyse bir anahtar sözcük halini almıştır. ASBU Sosyokent TGB'de şu an 30 kadar ar-ge firması faaliyet göstermektedir. Bölgeye kabul edilen girişimcilerin kreatif endüstriler alanında ar-ge projelerine öncelik tanınmaktadır. Bölgenin Kuluçka Merkezi sadece kreatif endüstriler alanındaki girişimcilere tahsis yapılmaktadır. Bu durum ASBÜ Sosyokent'in kreatif endüstriler alanında ihtisaslaşan konumlandırma stratejisine sahip olduğunu göstermektedir.

ASBÜ Sosyokent TGB, sosyal inovasyon alanında faaliyet gösterecek firmaların toplumsal sorunlara teknoloji tabanlı çözümler sunması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda, inovasyona önem veren ve ticarileştirilebilir yenilik sunan girişimcilerin üniversiteyle etkileşimi için akademik araştırmalar ve disiplinlerarası eğitim programlarının arayüz mekanizması işlevi görerek üniversite-özel sektör etkileşimine katkı sunacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda akademiye disiplinlerarası eğitim programlarının müfredatı ve bu alandaki bitirme projeleri ile öğrenci stajları özellikle farklı sektörel paydaşlar arasındaki iletişim, etkileşim ve iş birliği boşluğunun doldurulması ve toplumsal fayda üretilmesinde önemli bir role sahip olacaktır.



Ülkemizde sosyal inovasyon alanında ihtisaslaşan ilk üniversite olması ve YÖK tarafından ASBÜ'ye dijital sosyal bilimler alanında ihtisaslaşma hedefi sonucunda ASBÜ'nün kreatif endüstriler bağlamında bir merkez olmasının rasyonel bir konumlandırma stratejisi geliştirmenin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Sosyal inovasyonun alt alanı olarak hem kamusal hizmetlerin dijitalleşmesi hem de kreatif endüstriler bağlamında merkezi bir rol üstlenebilmesi için nitelikli işgücünün yetiştirilmesi, araştırma kapasitesine katkı sağlanması, ASBÜ Sosityokent'in temsil ettiği girişimcilik ekosistemine katkı sağlanması açısından ihtisas ve disiplinlerarası Fakülteye ihtiyaç duyulmaktadır.

Yeni bir girişimcilik alanı olarak tasvir edilen sosyal inovasyon ile kreatif endüstriler kültür, sanat, tasarım, girişimcilik, medya, eğlence, teknoloji gibi olgular bağlamında yakın bir etkileşim ve işbirliği potansiyeline sahiptir. Bu etkileşimin kesişme unsurları şu şekilde belirtilebilir:

- Endüstrilerin finansal ve kurumsal alanda ihtiyaç duyduğu süreklilik ve sürdürülebilirlik
- Teknoloji tabanlı ekosistem ve destek altyapı mekanizmaları gerekliliği
- Design thinking olgusu
- Dijitalleşme, küreselleşme ve toplumsal dönüşüm ile sosyal inovasyon arasındaki etkileşim
- Geleneksel sanat ve kültür etkinliklerin dönüşümünde girişimciliğin rolü
- Disiplinlerarası çalışma ve iş birliği ihtiyacı
- Yeni beceriler ve kabiliyetlerin kazandırılması: geleceğin iş ve meslekleri

AMAÇ ve KATKILAR

Fakültenin kurulmasıyla Ankara'da kreatif endüstrilerde kapasite ve rekabetçiliğin geliştirilmesi için nitelikli işgücünün yetiştirilmesi, araştırma yetkinliğinin desteklenmesi, inovatif projeler tabanlı girişimciliğin artırılması, kültürel zenginliğin dijital ve diğer alternatif mekanizmalarla sürdürülebilirliğinin sağlanması amaçlanmaktadır.

Ankara'nın kreatif endüstrilerde küresel bir merkez olabilmesi için nitelikli iş gücüne, disiplinlerarası ve uygulamalı eğitim programlarına ve sektörel işbirliklerine ihtiyaç vardır. Bu kurulacak yeni bir fakülte, yenilikçi eğitim anlayışıyla sadece Ankara'ya değil, Türkiye genelinde kreatif endüstrilerin gelişimine öncülük edebilir. Küresel ekonominin hızlı gelişimi ve değişen iş dünyası koşullarında, yaratıcılık ve inovasyon ön plana çıkmaktadır. Kreatif Endüstriler Fakültesi kurulması, ülkemizin ekonomik büyümesine, kültürel zenginliğine ve gençlerin istihdamına önemli katkılar sağlayacaktır. Bu katkılar şu şekilde tanımlanmaktadır:

* ***Ekonomik Potansiyel ve Yaratıcı Ekonomiye Katkı:*** Kreatif endüstriler, yüksek katma değerli ürün ve hizmetler üreterek ekonomik büyümeye önemli katkılar sağlamaktadır. Bu endüstrilerin ülke ekonomisine olan katkısını artırmak ve sürdürülebilir bir büyüme sağlamaktadır.

* ***Nitelikli İşgücü Talebi:*** Günümüzde yaratıcı endüstriler alanında nitelikli insan gücüne olan talep hızla artmakta ve şu an talebi karşılayacak nitelikli işgücü arzı yetersiz kalmaktadır. *Ankara'nın Video oyun ve Dijitalleşme alanında rekabetçiliğinin daha da geliştirilerek küresel düzeyde pazar payının artırılması için nitelikli işgücünün yetiştirilmesine katkı sağlayacaktır.*

* ***Girişimcilik Kültürü Oluşturma:*** Öğrencilerde girişimcilik bilinci ve becerilerini geliştirerek yeni işletmelerin kurulmasını teşvik ederek kültür ve sanat kabiliyetlerle girişimciliğin bütünleştirilmesi sağlanmalıdır. Böylece, ulusal kültürde girişimcilik kariyerine dair farkındalık artırılacaktır. Böylece öğrencilerin girişimcilik becerilerini geliştirerek yeni işletmelerin kurulmasına ve ekonomik büyümeye katkı sağlanacaktır.

* ***İnovatif Projelerin Geliştirilmesinde Gençlerin İlgi Alanları:*** Gençlerin yaratıcılık ve sanata olan ilgisi, bu alanda eğitim görmek istemelerine neden olmaktadır. Fakülte, öğrenci ve akademisyenlerin bir araya gelerek yenilikçi projeler geliştirmelerine ve bu projeleri hayata

geçirmelerine olanak sağlayabilir. Bu sayede Ankara, yeni teknolojiler ve yaratıcı fikirlerin merkezi haline gelecektir.

*** *Küresel Rekabette Ülke Konumunu Güçlendirmek:*** Dünyada kreatif endüstrilerin önemi giderek artmakta ve bu alanda eğitim veren üniversitelerin sayısı hızla çoğalmaktadır. Kreatif endüstrilerde dünya standartlarında yetişmiş insan gücü oluşturarak ülkemizin küresel rekabetteki konumunu güçlendirecektir.

*** *Zengin Kültürel Mirası Koruma ve Geliştirme:*** Türkiye'nin zengin kültürel mirası, yaratıcı endüstriler için önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Bu kültürel mirası günümüz teknolojileriyle birleştirerek yeni ürün ve hizmetler geliştirmektedir. Fakülte, farklı disiplinlerden öğrencileri bir araya getirerek kültürel etkileşimi artırabilir ve şehrin kültürel zenginliğini daha da güçlendirecektir.

*** *Kültürel Diplomasiye Katkı:*** Yaratıcı endüstriler aracılığıyla Türkiye'nin kültürel değerlerini dünyaya tanıtmak ve kültürel diplomasiye katkı sağlayacaktır.

*** *Şehrin Uluslararası Tanınırlığının Artması ve Turizmin Gelişmesi:*** Kreatif endüstrilerin gelişmesiyle birlikte Ankara, kültürel turizm açısından daha cazip hale gelebilir. Sanat etkinlikleri, festivaller ve sergiler gibi etkinlikler, şehrin turizm potansiyelini artıracaktır. Fakülte, Ankara'nın uluslararası arenada tanınırlığını artırarak şehri bir eğitim ve kültür merkezi haline getirebilir.

*** *ASBÜ Araştırma ve Sosyal Girişimcilik Ekosistemi:*** Bu ekosistemin bünyesindeki araştırma (sosyal inovasyon merkezi, disiplinlerarası sosyal bilimler araştırma altyapı projesi vb.) ve girişimcilik (ASBÜ Sosyokent Teknoloji Geliştirme Bölgesi) kapasitesinin derinlemesine ihtisaslaşacağı bir endüstrileri sunacaktır.

Bu bağlamda, Fakülte'nin sağlayacağı bu katkıların gerçekleşmesiyle Ankara, kreatif endüstriler alanında bir merkez haline gelmesiyle Türkiye'nin küresel bir oyuncu haline gelebilir. Gençlerin yaratıcılıkları desteklenmiş olacak ve ülke ekonomisine katkı sağlayacak yeni iş ve meslekler ortaya çıkacaktır. Dolayısıyla kreatif endüstriler alanında şu hedeflere ulaşılabilecektir:

⇒ **Eğitim hedefleri**

- *Disiplinlerarası ve Çağdaş Müfredat* ile sanat, tasarım, teknoloji ve işletme becerilerini birleştiren bir fakülte, öğrencilerin hem yaratıcı hem de analitik yeteneklerini geliştirebilir. VR/AR, yapay zeka, oyun geliştirme ve veri analitiği gibi alanlara odaklanan dersler, mezunları küresel piyasaya hazırlayabilir.
- *Uygulamalı Eğitim ve Sektör İşbirlikleriyle* yeni fakülte, yaratıcı sektörlerle güçlü bağlantılar kurarak stajlar, uygulamalı projeler ve endüstri odaklı dersler sunabilir. **Pratik uygulamalara odaklı eğitim amacıyla** stüdyolar, atölyeler ve laboratuvarlar gibi alanlarda öğrencilerin pratik yapmalarına olanak tanınarak, sektöre hazır bireyler yetiştirilebilir. **Sektörle işbirliğiyle** sektör temsilcilerinin eğitim süreçlerine dahil edilmesi, staj programlarının düzenlenmesi ve ortak projeler geliştirilmesi ile sektörün ihtiyaçlarına cevap veren bir eğitim programı oluşturulabilir.
- *Uluslararasılaşma* ile erasmus programları, yabancı akademisyenler ve ortak projeler aracılığıyla küresel kreatif endüstrilere erişim sağlanabilir. **Uluslararası işbirlikleriyle** yabancı üniversiteler ve kurumlarla işbirliği yaparak, öğrencilerin ve öğretim üyelerinin uluslararası deneyim kazanmaları sağlanabilir.

⇒ **Ekonomik hedefler**

- *Yeni İş Olanakları* bağlamında Fakülteden mezun olan yaratıcı bireyler, kendi girişimlerini kurarak veya mevcut firmalarda çalışarak istihdam yaratabilir. Girişimcilik kariyerinin yaygınlaşmasıyla özellikle dijital oyun, animasyon ve medya alanında girişimcilik teşvik edilebilir. **Girişimcilik kültürünün geliştirilmesiyle** öğrencilerin girişimcilik becerilerini geliştirerek, kendi işlerini kurmalarına ve sektöre yeni soluklar getirmesine destek olunabilir.
- *Bölgesel Kalkınma* temelli Ankara'daki potansiyel kreatif girişimler, bölge ekonomisine canlılık kazandırabilir.
- *Sanat ve Turizm Alanlarında* kültürel miras ve turizm projeleri için uzman yetiştirerek Ankara'nın tanınırlığı ve marka değeri artırılabilir.

⇒ **Sosyal hedefler**

- *Yaratıcı Düşünce Ekosistemiyle* Fakülte, yaratıcı düşünceyi teşvik eden bir kültür oluşturarak sanat ve tasarımın toplumda daha fazla yer bulmasını sağlayabilir.
- *Kültürel Değerlerin Korunması ve Yeniden Yorumlanmasıyla* Ankara'nın zengin kültürel mirasını yenilikçi yollarla geleceğe taşıyacak uzmanlar yetiştirebilir.
- **Kültürel Kalkınma** ile şehrin kültürel dokusunu zenginleştirmek ve yaratıcı bir atmosfer oluşturulabilir.

Nihayetinde Türkiye ve Ankara'da kreatif endüstriler alanında büyük bir potansiyel bulunmaktadır. Yeni bir fakülte kurarak, bu potansiyeli daha da güçlendirmek ve ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamak mümkündür. Bu fakülte, disiplinlerarası bir yaklaşımla, pratik uygulamalara odaklanan ve sektörle güçlü bağları olan bir eğitim programı sunarak, geleceğin yaratıcı profesyonellerini yetiştirebilir.

FAKÜLTE ARAŞTIRMA VİZYONU

Bu fakültenin hedeflediği disiplinlerarası eğitim başarısı ve toplumsal katkısı gerçekleştirebilmesi için gelişmiş bir araştırma altyapısına ve araştırma kabiliyetine sahip olması gerekir. Kreatif endüstriler alanında güncel araştırmaların yapılması ve yenilikçi projelerin desteklenmesi, sanayi ile işbirliği yoluyla sektörün ihtiyaçlarına cevap verecek bir müfredatın oluşturulması ve staj imkanlarının sağlanması ve nihayetinde oluşturulacak küresel ağlarla uluslararası üniversiteler ve kurumlarla işbirliği yaparak öğrencilerin uluslararası deneyim kazanmaları hem güçlü bir araştırma kapasitesini gerektirir hem de aynı zamanda bu kapasitenin güçlenmesini de sağlar.

Kreatif endüstriler, sanat, tasarım, medya ve teknoloji gibi disiplinlerin kesiştiği dinamik bir alandır. Bu nedenle, bu alanda yapılan araştırmaların da geleneksel akademik yöntemlerin ötesine geçerek daha deneysel, disiplinler arası ve uygulama odaklı olması gerekmektedir. Kreatif endüstrilerdeki araştırmalar, genellikle şu alanlara odaklanır:

- ***Yeni Medya ve Teknolojiler:*** Sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, yapay zeka gibi yeni teknolojilerin kreatif endüstriler üzerindeki etkileri, bu teknolojilerin yeni sanatsal ifade biçimleri ve deneyimleri oluşturmak için nasıl kullanılabileceği gibi konular üzerinde araştırmalar yapılır.
- ***Kültürel Ekonomi ve Politikalar:*** Kreatif endüstrilerin ekonomik etkileri, kültürel politikalar, telif hakları, pazarlama stratejileri gibi konular incelenir.
- ***İnovasyon ve Girişimcilik:*** Endüstrilerde yeni fikirlerin nasıl ortaya çıktığı, inovasyon süreçleri, girişimcilik ekosistemleri gibi konular üzerine araştırmalar yapılır.
- ***Kültürel Miras ve Kreatif Endüstriler:*** Kültürel mirasın dijitalleşmesi, kültürel mirasın yaratıcı endüstriler için bir ilham kaynağı olarak kullanılması gibi konular incelenir.
- ***Sosyal Etki ve Değişim:*** Sanat ve tasarımın sosyal sorunlara çözüm üretmedeki rolü, toplumsal bilinçlendirme ve değişim süreçlerindeki etkisi gibi konular üzerinde araştırmalar yapılır.

Kreatif endüstrilerde çoklu yöntemli yaklaşım, disiplinlerarası işbirliği, uygulama odaklılık, katılımcı araştırma gibi araştırma tasarımı özellikleri söz konusudur. Kreatif endüstriler fakültelerindeki araştırmalar, disiplinlerarası bir yaklaşımla, teknolojik gelişmeleri takip ederek ve uygulamaya yönelik bir perspektifle yapılmalıdır. Bu sayede, hem akademik dünyaya hem

de sektöre önemli katkılar sağlanabilir. Araştırma alanların çeşitlilik göstermesi beklenir. Bu alanlarda yapılan çeşitli araştırmalar genelde şu şekilde kategorize edilmektedir:

- **Oyunlaştırmanın Eğitim Üzerindeki Etkileri:** Oyunlaştırma yöntemlerinin öğrenme süreçlerine nasıl entegre edilebileceği, öğrenci motivasyonu ve başarı üzerindeki etkileri.
- **Sosyal Medya ve Marka Kimliği:** Sosyal medya platformlarının markaların kimliklerini oluşturma ve tüketicilerle etkileşim kurma şekilleri.
- **Sanal Gerçeklik ile Tedavi:** Sanal gerçeklik teknolojisinin fobi tedavisi, travma sonrası stres bozukluğu gibi psikolojik rahatsızlıkların tedavisinde kullanımı.
- **Kültürel Mirasın Dijital Korunması ve Sunumu:** Tarihi eserlerin 3 boyutlu modelleme, sanal gerçeklik gibi teknolojilerle korunması ve sergilenmesi.
- **Yapay Zeka ve Yaratıcılık:** Yapay zekanın müzik, resim, edebiyat gibi sanatsal alanlarda yaratıcılığı tetiklemesi ve yeni sanat eserleri oluşturmaları.

Kreatif Endüstriler Fakültesi'nde bu araştırma tasarımı ve belirtilen alanlarda araştırmaların gerçekleştirilmesi için altyapı ihtiyacı olacaktır. Fakültenin başarılı bir şekilde işleyişi için çeşitli laboratuvarlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu laboratuvarlar, öğrencilerin teorik bilgilerini pratiğe dökmelerine, yeni teknolojilerle tanışmalarına ve yaratıcı projeler geliştirmelerine olanak tanır. Gerekli olan araştırma altyapısı teknolojik altyapı, laboratuvarlar, kütüphane-veritabanları ve sanat-tasarım koleksiyonları şeklinde ifade edilebilir. Bu altyapı birimlerinin nitelikleri ve içerikleri şu şekilde özetlenebilir:

- **Teknolojik Altyapı:** Yüksek performanslı bilgisayarlar, 3D yazıcılar, video düzenleme yazılımları, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik araçları gibi teknolojik altyapı, yaratıcı endüstrilerdeki araştırmalar için oldukça önemlidir.
- **Laboratuvarlar:** Medya laboratuvarları, tasarım stüdyoları, ses kayıt stüdyoları gibi fiziksel çalışma alanları, deneysel araştırmalar için gereklidir.
- **Kütüphane ve Veritabanları:** Sanat, tasarım, medya ve teknoloji alanlarında güncel literatüre erişim imkanı sağlayan kütüphane ve veritabanlarına ihtiyaç vardır.
- **Proje Laboratuvarları:** Farklı disiplinlerden öğrenci ve araştırmacıların bir araya gelerek ortak projeler geliştirebilecekleri, prototip üretebilecekleri proje laboratuvarları, inovasyonu teşvik eder.
- **Sanat ve Tasarım Koleksiyonları:** Öğrencilerin ve araştırmacıların ilham almaları ve çalışmalarını geliştirmeleri için sanat ve tasarım koleksiyonlarına erişim sağlanması önemlidir.
- **Endüstri İlişkileri:** Sektörle işbirliği, araştırma konularının belirlenmesi, staj olanakları ve iş birliği projeleri gibi konularda önemlidir.

FAKÜLTE EĞİTİM VİZYONU ve TASARIMI

Eğitim vizyonu şu boyutlar çerçevesinde tanımlanmaktadır:

- **Disiplinlerarası Yaklaşım:** Dünyadaki başarılı kreatif fakültelerde disiplinlerarası projelere büyük önem verilir. Ankara'daki fakülte de tasarım, sanat, teknoloji, mühendislik ve sosyal bilimleri bir araya getiren bir yapıya sahip olmayı hedeflemektedir.
- **Toplumsal Katkı:** Ankara, bürokrasinin ve akademinin merkezi olarak toplumsal sorunlara (ör. şehir planlama, çevre projeleri, kültürel mirasın korunması) çözüm üretme potansiyeline sahiptir. Fakülte, tüm paydaşlarla iş birliği içinde projeler geliştirebileceği bir yapıya sahip olarak eğitim müfredatını geliştirecektir.
- **Üniversite-Sektör İş Birlikleri:** Kreatif endüstrilerle iş birliği yapılmalı, staj programları ve sektörel iş birlikleri artırılacaktır.
- **Müfredatın Güncellenmesi:** Dijital becerilere ve uygulamalı eğitime odaklanan programlar geliştirilmelidir.
- **Sürekli Eğitim ve Sertifikasyon:** Hızlı değişen sektöre uyum sağlamak için çevrim içi ve kısa süreli eğitim olanakları artırılmalıdır.
- **Yetenek Gelişimi ve Kapsayıcı Eğitim:** Farklı yaş gruplarına ve sosyoekonomik kesimlere yönelik kapsayıcı eğitim programları, sektörün büyümesine katkı sağlayabilir. Kadınların kreatif endüstrilere katılımını artıracak destek programları hayata geçirilecektir.

Öğrenci kabulü bölüm bazlı değil, fakülte bazlı yapılarak disiplinlerarası ve uygulama tabanlı esnek bir yükseköğretim modeli sunmayı hedeflemektedir. Öğrenciler ilk iki yıl ortak bir temel eğitim aldıktan sonra, ikinci sınıfın sonundan itibaren belirli uzmanlık alanlarına yönelerek derinleşecek ve diplomalarında bu alanlar 'Minor' olarak belirtilecektir. Eğitim tasarımı şu şekilde özetlenebilir:

- Fakülteye merkezi yerleştirme sistemiyle öğrenci kabulü
- 1. yıl sonunda yönelim seminerleri ve danışmanlık süreçleriyle öğrencilerin alan tercihlerinin desteklenmesi
- Disiplinlerarası etkileşime açık modüler ders yapısı
- Uygulamalı öğrenmeyi önceleyen stüdyo ve atölye modeli
- Yurt içi ve yurt dışı yaratıcı endüstri kuruluşları ile iş birlikleri
- Her uzmanlık alanında 'Proje Temelli Mezuniyet Çalışması' zorunluluğu
- 1. ve 2. sınıf: Ortak çekirdek program (genişletilmiş temel eğitim)
- 3. ve 4. sınıf: Uzmanlık alanlarına yönelim ve uygulamalı eğitim

- Mezuniyet: Kreatif Endüstriler ve Yenilik Fakültesi diploması + Minor alanı belirtimi
- Esneklik: Alanlar arası geçiş ve çoklu minor imkanı

Alt Potansiyel Uzmanlaşma Alanları

- Dijital Girişimcilik ve Start-up Geliştirme
- Sanat, Teknoloji ve Yapay Zeka
- Dijital Medya ve Oyun Tasarımı
- Kültürel Miras ve Turizm İnovasyonu
- Yaratıcı Yazarlık ve Hikâye Anlatımı
- Moda ve Tasarım Yönetimi
- Film, Müzik ve Performans Yönetimi
- Sürdürülebilir Yaratıcılık ve Etki Tasarımı

Eğitim Müfredatı Tasarımı

Ortak Temel Dersler (1. ve 2. Sınıf)

Öğrencilere geniş bakış açısı kazandıracak, yaratıcı düşünmeyi ve dijital çağda üretken birey olmayı destekleyecek şu dersler tüm öğrenciler tarafından alınacaktır:

- Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi
- Tasarım Odaklı Düşünme
- Kültür ve Toplum
- Ekonomi ve İşletme Yönetimi
- Üretim Yönetimi ve Pazarlama
- Medya Okuryazarlığı ve Dijital Kültür
- Hikâye Anlatımı ve Yaratıcı Yazarlık Temelleri
- Temel Kodlama ve Veri Okuryazarlığı
- Sosyal Bilimlerde Yöntem ve Eleştirel Düşünme
- Sürdürülebilirlik ve Etki Temelli Yaklaşım
- Akademik Yazım ve Sunum Teknikleri
- Yabancı Dil

Uzmanlık Alanları ve Uygulamalı Dersler (3. ve 4. Sınıf)

Uzmanlık (Minor) Alanları	Öngörülen Dersler
Dijital Medya ve Oyun Tasarımı	• Oyun Motorlarına Giriş (Unity/Unreal) • Dijital Anlatı ve Storyboard

	• Medya Tasarım Atölyesi • AR/VR Uygulamaları
Kültürel Miras ve Turizm İnovasyonu	• Kültür Politikaları ve Planlama • Yaratıcı Turizm Girişimleri • Sanal Miras Teknolojileri • Saha Çalışması ve Yerel Projeler
Yaratıcı Yazarlık ve Hikaye Anlatımı	• Senaryo Yazımı • Edebiyat ve Popüler Kültür • Podcast ve Sesli Anlatım Teknikleri • Yaratıcı Yazarlık Atölyesi
Moda ve Tasarımı Yönetimi	• Moda Kültürü ve Sosyolojisi • Tasarımda Malzeme ve Sürdürülebilirlik • Dijital Moda ve 3D Modelleme • Koleksiyon Geliştirme Projesi
Film, Müzik ve Performans Yönetimi	• Etkinlik ve Festival Organizasyonu • Performans Sanatları Yönetimi • Müzik Üretimi ve Dijital Dağıtım • Film Yapım Uygulamaları
Dijital Girişimcilik ve Start-up Geliştirme	• İş Modeli Geliştirme • MVP Tasarımı ve Test Süreçleri • Yatırımcı Sunumu Hazırlama • Girişimcilik Atölyesi (Endüstri-Mentorlar işbirliğinde)
Sanat, Teknoloji ve Yapay Zeka	• Yapay Zeka ve Yaratıcılık • Generatif Sanat ve Kodlama • Yeni Medya Kuramları • Proje Stüdyosu: Sanat+Teknoloji
Sürdürülebilir Yaratıcılık ve Etki Tasarımı	• Toplumsal Etki Ölçümleme • Sosyal Tasarım ve Katılımcılık • STEM-STEAM Uygulamaları • Etki Girişimi Tasarımı

Fakülte modeli, klasik bölümlere sıkışmayan, disiplinlerarası geçişe açık, uygulamalı ve çağdaş bir eğitim yaklaşımı sunarak yaratıcı sektörlerin geleceğini şekillendirecek bireyleri yetiştirmeyi amaçlamaktadır.

Eğitim Programı Yapısı Stratejisi:

- *Dijital ve Fiziksel Tasarım:* Sanat, mimarlık, grafik tasarım, endüstriyel tasarım ve yeni medya gibi alanlar.
- *Teknoloji ve Yaratıcılık:* Yapay zeka, artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR) ve oyun tasarımı gibi dijital yeniliklere yer veren programlar.
- *Kültür ve Sanat Yönetimi:* Ankara'daki sanat galerileri, müzeler ve kültürel etkinliklerle bağlantı kurarak bu alanda yenilikçi programlar.

- *İnovasyon ve Girişimcilik:* Öğrencilerin projelerini hayata geçirebilmeleri için start-up destekleri, kuluçka merkezleri ve iş birlikçi çalışma alanları.

Eğitim Mekansal Tasarımı:

- *Açık Atölyeler ve Laboratuvarlar:* Hem bireysel hem de grup çalışmaları için açık erişimli, yüksek teknolojiye atölye ve laboratuvarlar.
- *Modüler Mekanlar:* Kullanıcıların ihtiyaçlarına göre değiştirilebilen sınıf ve stüdyo ortamları.
- *Doğa ile İç İçe Yapı:* Ankara'nın iklimi ve doğal peyzajı dikkate alınarak sürdürülebilir mimari benimsenmeli. Fakülte, güneş enerjisi ve yeşil çatılar gibi yenilikçi çözümler sunabilir.
- *Toplumla Entegrasyon:* Fakültenin bir kısmı, halka açık sergi, etkinlik ve eğitim alanları olarak kullanılabilir. Böylece fakülte, kente katkı sağlayan bir kültür merkezi işlevi görür.

Uluslararasılaşma ve İş Birlikleri:

- *Değişim Programları:* Dünyanın önde gelen kreatif fakülteleriyle (Bauhaus, MIT Media Lab, École des Beaux-Arts gibi) öğrenci değişim programları yapılabilir.
- *Global İş Birlikleri:* Fakülte, uluslararası tasarım yarışmaları, sergiler ve projelerle global bir ağın parçası olmalı.
- *Çift Diploma Programları:* Avrupa ve Amerika'daki fakültelerle ortaklaşa yürütülebilecek çift diploma programları, Ankara'daki öğrencilerin dünyaya açılmasını sağlar.

Ankara'ya Özgü Öğeler:

- *Yerel Kimlik:* Ankara'nın zengin tarihi (ör. Roma dönemi eserleri, Selçuklu ve Osmanlı mirası) fakültenin kimliğine işlenebilir. Öğrencilere bu kültürel mirastan ilham alacak projeler geliştirme imkanı sunulabilir.
- *Anadolu Sanatı:* Geleneksel Anadolu sanatları (örneğin dokuma, seramik, ahşap işçiliği) modern tasarım anlayışıyla harmanlanabilir.
- *Stratejik Lokasyon:* Fakülte, Ankara'nın kültürel merkezlerinden birine (ör. Hamamönü, CerModern veya Eymir Gölü çevresi gibi) yerleştirilebilir.
- *Yerel Sanatçılarla İşbirliği:* Yerel sanatçılarla atölye çalışmaları, seminerler ve sergiler düzenlenmeli

Teknoloji ve Sürdürülebilirlik:

- *Yeşil Kampüs:* Enerji verimliliği sağlayan, karbon ayak izini azaltan bir kampüs tasarımı yapılmalı.
- *Dijitalleşme:* Sanal derslikler, artırılmış gerçeklik atölyeleri ve uzaktan eğitim seçenekleriyle teknolojik altyapı güçlü olmalı.

Esnek ve Öğrenci Odaklı Bir Eğitim Sistemi:

- Seçmeli Dersler: Öğrencilerin ilgi alanlarına göre ders seçebilecekleri bir sistem oluşturulmalı.
- Bireysel Mentorluk: Öğrencilerin kariyer hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olacak mentorluk programları düzenlenmeli.
- Topluluk Projeleri: Şehirdeki sorunlara çözüm üreten, sosyal sorumluluk projeleri geliştirilmeli.
- Sosyal Girişimcilik Dersleri: Öğrencilerin kendi işlerini kurmalarını destekleyen dersler ve mentorluk programları düzenlenmeli.

Ankara için önerilen kreatif endüstriler fakültesi, yalnızca bir eğitim kurumu değil, aynı zamanda topluma ilham veren, yenilikçi projelerin üretildiği ve yerel kültürle global tasarım anlayışını birleştiren bir merkez olmalıdır. Böyle bir fakülte, Ankara'nın hem ulusal hem de uluslararası arenada yaratıcı bir cazibe merkezi haline gelmesine katkı sağlayabilir.

GİRİŞİMCİLİK: KARIYER ve GELECEK

Kreatif Endüstriler Fakültesi kurulması, ülkemizin geleceği için önemli bir yatırımdır. Bu fakülte, gençlerin yaratıcılıklarını geliştirmelerine, yeni iş fikirleri ortaya çıkarmalarına ve ülkemizin kültürel ve ekonomik gelişimine katkıda bulunmalarına olanak sağlayacaktır. Fakülte öğrencileri için kariyer planlaması, dinamik ve sürekli değişen bir sektörde başarıya ulaşmak için oldukça önemlidir. Bu planlama, öğrencilerin kişisel ilgi alanlarını, yeteneklerini ve sektördeki fırsatları bir araya getirerek, mezuniyet sonrası hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmalıdır.

Kariyer planlaması eğitim kalitesi ve hedeflere ulaşılması açısından önem arz etmektedir. Hedef odaklı çalışma bağlamında öğrencilerin daha bilinçli çalışmasını sağlar. Planlama sürecini aktif olarak yönetilmesi ve ekosistemdeki paydaşlarla etkileşim bir ilişki ağı yapısının geliştirilmesiyle mevcut ve gelecekteki fırsatların tespiti ve değerlendirmesinde mezunlar daha kabiliyetli olacaktır. Pratik hayatın gerçeklerinin farkında olan ve bu konuda özgüveni artmış olan bireyler (mezunlar) motivasyonu yüksek bir durumda hedeflerine ulaşma süreçlerinde daha rasyonel kararlar verecektir.

Kariyer planlama tasarımı, öğrencilerin mezuniyet sonrası başarılı bir kariyere adım atmalarını sağlamak için oldukça önemlidir. Bu süreçte aşağıdaki hususlara dikkat edilmesi, öğrencilerin kendilerini daha iyi tanımalarına ve doğru kariyer yolunu çizmelerine yardımcı olacaktır: Kreatif Endüstriler Fakültesi için kariyer planlama tasarımı önerileri şu hususları içerebilir:

a) Kişisel Değerlendirme:

- **İlgi Alanları ve Yetenekler:** Öğrencilerin hangi alanlara daha fazla ilgi duydukları, hangi yetenekleri geliştirdikleri ve hangi becerilere sahip oldukları belirlenmelidir. (örn: grafik tasarım, animasyon, müzik prodüksiyonu, oyun geliştirme)
- **Kariyer Hedefleri:** Kısa, orta ve uzun vadeli kariyer hedefleri netleştirilmelidir. (örn: freelance çalışmak, bir ajansa girmek, kendi şirketini kurmak)
- **Kişilik Özellikleri:** Öğrencilerin yaratıcılık, problem çözme, iletişim gibi kişisel özellikleri değerlendirilmelidir.

b) Sektör Analizi:

- **Pazar Araştırması:** Kreatif endüstrilerdeki güncel trendler, iş olanakları ve gelecekteki beklentiler analiz edilmelidir.
- **Rekabet Analizi:** Farklı şirketlerin çalışma biçimleri, kültürleri ve sundukları imkanlar incelenmelidir.
- **Ağ Kurma:** Sektör profesyonelleri ile tanışmak ve mentörlük programlarına katılmak önemlidir.

c) Eğitim ve Gelişim:

- **Ek Yetenekler:** Sektörde öne çıkan yazılımlar (Adobe Creative Suite, Unity, Unreal Engine gibi) ve diller (Python, JavaScript gibi) öğrenilmelidir.
- **Staj ve Projeler:** Pratik deneyim kazanmak için staj yapmalı ve kişisel projeler geliştirmelidir.
- **Lisansüstü Eğitim:** İleri düzeyde uzmanlaşmak isteyen öğrenciler için yüksek lisans veya doktora programları değerlendirilebilir.

d) Kariyer Planı Oluşturma:

- **Hedef Belirleme:** Kısa, orta ve uzun vadeli spesifik hedefler belirlenmelidir.
- **Eylem Planı:** Hedeflere ulaşmak için yapılacaklar listesi oluşturulmalı ve zaman çizelgesi belirlenmelidir.
- **Alternatif Senaryolar:** Farklı olasılıkları göz önünde bulundurarak alternatif planlar hazırlanmalıdır.

e) Kariyer Danışmanlığı:

- **Bireysel Danışmanlık:** Kariyer danışmanları ile düzenli görüşmeler yapılarak, öğrencilerin kendilerini daha iyi tanımaları ve doğru kararlar vermeleri sağlanmalıdır.
- **Kariyer Fuarları:** Farklı şirketlerin katıldığı kariyer fuarlarına katılarak, sektör hakkında bilgi edinme ve iş fırsatları yakalama imkanı elde edilmelidir.

Fakülte mezunları, günümüzün hızla değişen ve gelişen dünyasında oldukça geniş bir yelpazede uzmanlaşma imkanına sahiptirler. Mezunlar, yaratıcılıklarını, teknik bilgi ve becerilerini kullanarak birçok farklı alanda kariyer yapabilirler. *Fakülte mezunlarının ilgili endüstrilerde istihdam edilecek pozisyonlar veya meslek tanımları açısından şu şekilde bir sınıflandırma yapılabilir:*

- **Grafik Tasarımcı:** Marka kimlikleri, web siteleri, mobil uygulamalar gibi görsel materyaller tasarlar.
- **Animasyon Yönetmeni:** Film, reklam veya oyun için animasyonlar oluşturur.
- **Müzik Prodüktörü:** Müzik kayıtları yapar, mix ve mastering işlemlerini gerçekleştirir.
- **Oyun Geliştiricisi:** Bilgisayar veya mobil oyunlar tasarlar ve geliştirir.
- **UX/UI Tasarımcısı:** Kullanıcı deneyimi ve arayüz tasarımı yapar.
- **Sosyal Medya Uzmanı:** Markaların sosyal medya stratejilerini yöneterek, içerik üretimi ve etkileşimde bulunur.
- **İçerik Yazarı:** Blog yazıları, senaryolar, reklam metinleri gibi içerikler üretir.
- **Etkinlik Yönetmeni:** Konserler, festivaller, konferanslar gibi etkinliklerin planlanması ve yönetilmesi
- **Moda Tasarımı:** Giyim, aksesuar veya tekstil tasarımları yapabilirler.
- **Girişimci/Serbest Çalışan:** Kendi işini kurarak farklı projelerde yer alır.

Kreatif endüstriler fakültesi öğrencileri için hazırlanan kariyer planlama tasarımı, öğrencilerin kişisel ve profesyonel gelişimlerine katkı sağlayacak ve başarılı bir kariyere adım atmalarına yardımcı olacaktır.

Mevcut Elektronik İmzalar

Öğretim Üyesi - Doç. Dr. Hakan Demiröz 18.06.2025 15:51
 Öğretim Üyesi - Prof. Dr. Abdullah Şevki Duymaz 18.06.2025 18:23
 Rektör - Prof. Dr. Musa Kazım Arıcan 18.06.2025 18:30
 Öğretim Üyesi - Prof. Dr. Bilal Çakıcı 18.06.2025 22:11
 Öğretim Üyesi - Prof. Dr. Enver Arpa 19.06.2025 07:57
 Öğretim Üyesi - Prof. Dr. Mehmet Hilmi Demir 19.06.2025 09:10
 Öğretim Üyesi - Prof. Dr. İsmail Çakır 19.06.2025 09:42
 Öğretim Üyesi - Prof. Dr. Ali Osman Kurt 19.06.2025 10:04
 Öğretim Üyesi - Prof. Dr. Selim Ferruh Adalı 19.06.2025 10:21
 Öğretim Üyesi - Prof. Dr. Mehmet Hakan Türkçapar 19.06.2025 11:36