

# YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ

ATATÜRK Rönesansını Devam Ettiren Üniversite



YEDİTEPE  
ÜNİVERSİTESİ

- **Medya ve İletişim Yönetimi Yüksek Lisans Programı Yoğunlaşma Alanları:**
  - Medya ve İletişim Yönetimi (Tezli/Tezsiz)
  - Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yönetimi (Tezli/Tezsiz)

## ○ Medya ve İletişim Yönetimi Yoğunlaşma Alanında Amacımız:

- Medyadaki ve dünyadaki güncel ekonomik, siyasi, toplumsal ve kültürel gelişmelerden haberdar,
- İletişim sektörünün farklı alanlarında (halkla ilişkiler, internet gazeteciliği, reklamcılık vb.) içerik üretebilen, yönetebilen ve üretilen içerikleri değerlendirebilen,
- Farklı medya ortamlarının teknik ve estetik dilini çözümleyebilen ve yönlendirebilen
- Medya ve iletişim uzmanlarını ve
- İletişim bilimcileri yetiştirmektir.

- **Medya ve İletişim Yönetimi Yoğunlaşma Alanında Eğitim Stratejimiz:**
  - Disiplinlerarası yaklaşım (siyaset, sosyoloji, antropoloji, tarih vb.)
  - Eleştirel paradigma
  - Medyaya bütüncül yaklaşım

- **Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yönetimi Yoğunlaşma Alanı'nda Amacımız:**
  - Pazarlama sektörünün;
  - Ürün ve marka geliştirme,
  - Marka farkındalığı yaratma,
  - Marka bağlılığı sağlama vb. alanlarında
  - Yönetici konumlarında görev alacak iletişim uzmanlarını ve
  - Bilimsel gelişmeye katkı sağlayacak iletişim bilimcileri yetiştirmektir.

- **Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yönetimi Yoğunlaşma Alanı'nda Eğitim Stratejimiz:**
  - Güncel gelişme ve ihtiyaçlara uygun ders içerikleri
  - Teoriyi ve pratiği harmanlayan müfredat
  - Öğrencileri sektör yöneticileriyle buluşturan eğitim-öğretim ortamı

## ○ **Mezunlarımızın çalışma alanları:**

- Tüm özel sektör ve kamu kuruluşlarının ve STK'ların halkla ilişkiler, pazarlama, müşteri ilişkileri, kurumsal iletişim, medya yönetimi vb. departmanlarında uzmanlık ve yöneticilik,
- Medya kuruluşlarında editörlük ve prodüktörlük
- Halkla ilişkiler ve danışmanlık şirketlerinde kamuoyu araştırmacılığı, arama motoru danışmanlığı, itibar yöneticiliği, sosyal medya yöneticiliği
- Reklam ajanslarında içerik üreticiliği, mobil pazarlama yöneticiliği
- Sosyal ağlar, yeni medya, olay pazarlaması vb. alanlarında girişimcilik vb.

## ○ Başvuru Koşulları:

- Yurtiçi veya yurtdışı denkliği olan bir kurumdan lisans diploması sahibi olmak
- Tezli programa başvuru için son beş yıl içinde ALES'ten herhangi bir puan türünde minimum 55 puan almış olmak
- Son beş yıl içinde YÖKDİL veya YDS'den minimum 55, TOEFL'dan minimum 66 puan almış olmak



## ○ Dil Yeterliği Hakkında:

- Programımızın eğitim dili İngilizcedir.
- Yeditepe Üniversitesi mezunlarında dil şartı aranmamaktadır.
- Dil yeterliliği olmayan adaylar, Yeditepe Üniversitesi'nde İngilizce hazırlık okuyabilirler.
- Hazırlıkta geçirilen süre, akademik programların tamamlanması için gerekli azami süreye dahil değildir.

## ○ Başvuruda istenen belgeler:

- Lisans diplomasının fotokopisi
- Tezli programa başvuran öğrenciler için ALES sınav sonuç belgesinin fotokopisi
- Yeditepe Üniversitesi mezunları dışındaki öğrenciler için YÖKDİL, YDS, TOEFL vb. sonuç belgesinin fotokopisi
- 2 adet referans mektubu
- Niyet mektubu (İngilizce)

## o Niyet mektubu hakkına:

- Adaylar, niyet mektuplarında

- a) Hangi yoğunlaşma alanına başvurduklarını ve
- b) Tezli programa mı yoksa tezsiz programa mı başvurduklarını belirtmeli,
- c) Akademik geçmişleri ve (varsa) iş yaşamındaki deneyimleri hakkında bilgi vermeli,
- d) Uzun erimli kariyer hedeflerini özetlemeli,
- e) Yüksek lisans eğitimiyle kazanmak istediği bilgi ve becerilerin neler olduğunu açıklamalı,
- f) Medya ve İletişim Yönetimi Yüksek Lisans Programı'nı tercih etme nedenlerini açıklamalıdır.

## ○ Başvuru Süreci:

- <http://ebs.yeditepe.edu.tr/> adresine belgelerin yüklenmesi ve ön başvurunun yapılması
- Belgelerin Anabilim Dalı Koordinatörü'ne ([ozlem.akkaya@yeditepe.edu.tr](mailto:ozlem.akkaya@yeditepe.edu.tr)) e-posta ile gönderilmesi
- Kayıt hakkı kazanan adayların kayıt evraklarıyla Enstitü'ye başvurması ve Rektörlük Lisansüstü Ofisi'ne yönlendirilmesi
- Kayıt ücretinin ödenmesi
- Dekontun Mali İşler Departmanı'na ibrazıyla kaydın aktif hale getirilmesi
- Öğrencinin ders kaydı için Enstitü'den kullanıcı adı ve şifre alması
- Öğrencinin <https://obs.yeditepe.edu.tr> adresinden ders kaydını gerçekleştirmesi

## ○ Not:

- Ön başvuruyu ilgili dönemin ders kayıt haftasının başlangıcına kadar yapabilirsiniz.
- Kabul durumu hakkında bilgi için Anabilim Dalı Koordinatörü'yle ([ozlem.akkaya@yeditepe.edu.tr](mailto:ozlem.akkaya@yeditepe.edu.tr)) iletişime geçebilirsiniz.

## ○ Azami Bitirme Süresi:

- Tezli Yüksek Lisans Programları için: 2 dönem ders, 4 dönem tez olmak üzere toplam 6 dönem
- Tezsiz Yüksek Lisans Programları için: 3 dönem ders

## ○ Asgari Bitirme Koşulu:

- Tezli Yüksek Lisans Programları için: 7 ders (minimum ders notu: CC), 1 seminer ve Tez
- Tezsiz Yüksek Lisans Programları için: 10 ders (minimum ders notu: CC) ve Bitirme Projesi

## ○ Haftalık Ders Programı:

- Yüksek lisans programımızda dersler;
- genellikle 3 saat sürmekte olup,
- hafta içi akşamları 19.00-22.00 ya da
- Cumartesi 09.00-18.00 saatleri arasında yapılmaktadır.

MEDYA VE İLETİŞİM YÖNETİMİ (TEZLİ)						
<b>1.DÖNEM</b>		<b>T</b>	<b>U</b>	<b>L</b>	<b>Y</b>	<b>A</b>
<b>KOD</b>	<b>DERSİN ADI</b>					
MCM 506	İletişim Kuramları ve Araştırmaları	3	0	0	3	8
MCM 502	Medya Analizi	3	0	0	3	8
COMM 560	İletişim Araştırmaları ve Bilimsel Etik	3	0	0	3	8
Serbest Seçmeli	Tüm Üniversite Dersleri				3	8
	<b>TOPLAM</b>				12	32
<b>2. DÖNEM</b>						
		<b>T</b>	<b>U</b>	<b>L</b>	<b>Y</b>	<b>A</b>
<b>KOD</b>	<b>DERSİN ADI</b>					
MCM 508	İletişim Antropolojisi	3	0	0	3	8
MCM 512	Medya ve Toplumsal Bellek	3	0	0	3	8
COMM 580	İletişim Çalışmalarında Seminer	3	0	0	0	0
Serbest Seçmeli	Tüm Üniversite Dersleri				3	8
	<b>TOPLAM</b>				9	24
<b>3. DÖNEM</b>						
		<b>T</b>	<b>U</b>	<b>L</b>	<b>Y</b>	<b>A</b>
<b>KOD</b>	<b>DERSİN ADI</b>					
MCM 599	Tez	3	0	0	0	64
	<b>TOPLAM</b>	0	0	0	0	64
<b>TOPLAM YEDİTEPE KREDİSİ: 21, TOPLAM AKTS: 120</b>						

MEDYA VE İLETİŞİM YÖNETİMİ (TEZSİZ)						
1.DÖNEM		T	U	L	Y	A
KOD	DERSİN ADI					
MCM 506	İletişim Kuramları ve Araştırmaları	3	0	0	3	8
MCM 502	Medya Analizi	3	0	0	3	8
COMM 560	İletişim Araştırmaları ve Bilimsel Etik	3	0	0	3	8
Serbest Seçmeli	Tüm Üniversite Dersleri				3	8
<b>TOPLAM</b>					12	32
2. DÖNEM		T	U	L	Y	A
KOD	DERSİN ADI					
MCM 508	İletişim Antropolojisi	3	0	0	3	8
MCM 512	Medya ve Toplumsal Bellek	3	0	0	3	8
Serbest Seçmeli	Tüm Üniversite Dersleri				3	8
<b>TOPLAM</b>					9	24
3. DÖNEM		T	U	L	Y	A
KOD	DERSİN ADI					
Serbest Seçmeli	Tüm Üniversite Dersleri				3	8
Serbest Seçmeli	Tüm Üniversite Dersleri				3	8
Serbest Seçmeli	Tüm Üniversite Dersleri				3	8
MCM 597	Bitirme Projesi	3	0	0	0	10
<b>TOPLAM</b>					9	34
<b>TOPLAM YEDİTEPE KREDİSİ: 30, TOPLAM AKTS: 90</b>						



BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ (TEZLİ)						
1. DÖNEM		T	U	L	Y	A
KOD	DERSİN ADI					
IMC 511	Bütünleşik Pazarlama İletişimi	3	0	0	3	8
IMC 513	Marka Yönetimi ve Kurumsal İletişim	3	0	0	3	8
COMM 560	İletişim Araştırmaları ve Bilimsel Etik	3	0	0	3	8
Serbest Seçmeli	Tüm Üniversite Dersleri				3	8
	<b>TOPLAM</b>				12	32
2. DÖNEM		T	U	L	Y	A
KOD	DERSİN ADI					
IMC 563	Dijital Pazarlama İletişimi	3	0	0	3	8
IMC 512	Medya Planlama ve Satın Alma	3	0	0	3	8
COMM 580	İletişim Çalışmalarında Seminer	3	0	0	0	0
Serbest Seçmeli	Tüm Üniversite Dersleri				3	8
	<b>TOPLAM</b>				9	24
3. DÖNEM		T	U	L	Y	A
KOD	DERSİN ADI					
IMC 599	Tez	0	0	0	0	64
	<b>TOPLAM</b>	0	0	0	0	64
<b>TOPLAM YEDİTEPE KREDİSİ: 21, TOPLAM AKTS: 120</b>						

BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ (TEZSİZ)						
1.DÖNEM		T	U	L	Y	A
KOD	DERSİN ADI					
IMC 511	Bütünleşik Pazarlama İletişimi	3	0	0	3	8
IMC 513	Marka Yönetimi ve Kurumsal İletişim	3	0	0	3	8
COMM 560	İletişim Araştırmaları ve Bilimsel Etik	3	0	0	3	8
Serbest Seçmeli	Tüm Üniversite Dersleri				3	8
	<b>TOPLAM</b>				12	32
2. DÖNEM		T	U	L	Y	A
KOD	DERSİN ADI					
IMC 563	Dijital Pazarlama İletişimi	3	0	0	3	8
IMC 512	Medya Planlama ve Satın Alma	3	0	0	3	8
Serbest Seçmeli	Tüm Üniversite Dersleri				3	8
	<b>TOPLAM</b>				9	24
3. DÖNEM		T	U	L	Y	A
KOD	DERSİN ADI					
Serbest Seçmeli	Tüm Üniversite Dersleri				3	8
Serbest Seçmeli	Tüm Üniversite Dersleri				3	8
Serbest Seçmeli	Tüm Üniversite Dersleri				3	8
IMC 572	Bitirme Projesi	3	0	0	0	10
	<b>TOPLAM</b>				9	34
<b>TOPLAM YEDİTEPE KREDİSİ: 30, TOPLAM AKTS: 90</b>						

## ○ Ders İçerikleri:

- MCM 506 İletişim Kuramları ve Araştırmaları: Bu ders, iletişim bilimlerindeki temel kuramsal yaklaşımları eleştirel bir perspektiften ele alır. Derste, iletişim ve medyaya dair olgu, sorun ve konular, tarihsel bir bağlam içinde ekonomik, politik ve toplumsal yönleriyle incelenir. Dersi tamamlayan öğrenci, alanın kuramsal bilgisini kavrayacak ve alana dair eleştirel değerlendirme ve karşılaştırma becerisine kavuşacaktır.

## ○ Ders İçerikleri:

- MCM 502 Medya Analizi: Bu ders öğrencilere, medya metinlerinde anlamın nasıl üretildiğini ve bu üretimin ideoloji, sınıf, ulus, toplumsal cinsiyet vb. gibi daha geniş iktidar yapılarıyla ilişkisini çözümlemek için gerekli eleştirel becerileri kazandırmayı amaçlar. Derste Marksizm, feminizm, semiyoloji, yapısalcılık, post-yapısalcılık, psikanaliz ve post-modernizm gibi düşünce akımlarının temel kuram ve nosyonları aracılığıyla çeşitli medya metinleri ve türleri incelenecektir.

## ○ Ders İçerikleri:

- MCM 508 İletişim Antropolojisi: Bu dersin amacı öğrencilerin iletişim ve kültür kavramları arasındaki ilişkiyi derinlemesine incelemelerine yardımcı olmaktır. Öğrenciler dil-iletişim-kültür kavramlarını, antropolojik perspektiften analiz etme becerileri kazanırlar.
- MCM 512 Medya ve Toplumsal Bellek: Bu ders öğrencilere medya ve toplumsal bellek ilişkisine eleştirel, tarihsel ve kültürel açıdan bakma ve medyanın toplumsal belleği şekillendirici etkisini anlama becerilerini kazandırmayı amaçlar.

## ○ Ders İçerikleri:

- IMC 511 Bütünleşik Pazarlama İletişimi: Bu ders, öğrencilerin bütünleşik pazarlama iletişiminin (IMC) pazarlama karmaesindeki önemini ve rolünü anlamalarını sağlar. Derste, öğrenciler belirlenmiş zaman ve maliyet parametreleri içinde, net ve stratejik hedefler doğrultusunda, pazar bölümlemesine ve hedef pazarlara dayalı etkili pazarlama kampanyaları tasarlamak için gerekli becerileri kazanırlar.

## ○ Ders İçerikleri:

- IMC 513 Marka Yönetimi ve Kurumsal İletişim: Bu derste öğrencilere, kurumsal iletişimin anlamını ve önemini anlatmak, kurumlardaki uygulamaları tanıtmak, kurumsal iletişimi bir bütün olarak değerlendirebilme ve uygulama becerileri kazandırmak ve öğrencilerin bu becerileri marka geliştirme ve yönetme stratejilerinde kullanmalarına yardımcı olmak amaçlanmaktadır. Ders marka, markalaşma kavramı ve tarihi, marka kimliği/kişiliği, konumlandırma, kurumsal iletişim, kurumsal kimlik ve kurum-medya ilişkileri gibi konu başlıklarını içermektedir.

## ○ Ders İçerikleri:

- IMC 563 Dijital Pazarlama İletişimi: Dersin amacı öğrencilerin dijital pazarlama ve e-businessin temellerini anlamalarına yardımcı olmaktır. Derste dijital medya okuryazarlığı, arama motorları ve sosyal medya kanallarının algoritması, dijital analiz-hedefleme-bölümleme-ölçme, içerik pazarlaması, dijital medya reklamları, dijital ajans brifi, sosyal medya yönetimi, video pazarlama, dijital iletişim hukuku ve dijital medyada kampanya planlaması gibi konular işlenmektedir.
- IMC 512 Medya Planlama ve Satın Alma: Bu derste öğrenciler, hedef kitleye ulaşmak ve pazarlama ve medya hedeflerini gerçekleştirmek için medya alternatiflerinin seçimini, kullanımını, birçok temel medya kavramını öğrenirler ve örnek vaka analizleriyle değerlendirmeler yaparlar.



## ○ Ders İçerikleri:

- COMM 560 İletişim Araştırmaları ve Bilimsel Etik: İletişim bilimlerinde kullanılan nicel (anket, içerik analizi vb.) ve nitel (derinlemesine görüşme, katılımlı gözlem, odak grup çalışması vb.) yöntemlerin işleneceği dersin amacı, öğrencilere iletişim araştırmaları tasarlamak ve yürütmek için gerekli olan becerileri ve etik farkındalığı kazandırmayı amaçlamaktadır.
- COMM 580 İletişim Çalışmalarında Seminer (sadece tezli program): Bu ders öğrencilerin tez yazımına dair konu ve sorunlar hakkında uzmanlaşmalarını ve yazma biçimine dair daha kapsamlı bilgi sahibi olmalarını sağlamayı amaçlar. Derste bilimsel bilgi ve argümanları tez yazımı için gerekli kurallara uygun şekilde ifade etme biçimleri incelenir.
- MCM 597 / IMC 572 Bitirme Projesi (sadece tezsiz program): Derste öğrenciler, mezuniyete hak kazanmak için iletişim bilimlerinin çeşitli alanlarında gerçekleştirecekleri araştırma projelerinin sözlü ve yazılı sunumlarını hazırlarlar.

## ○ Öğrencilerimizin Seçmeli Derslerde Tercih Ettikleri Bazı Anabilim Dalları:

- Görsel İletişim Tasarımı
- Sanat Yönetimi
- İşletme
- Antropoloji
- Sosyoloji
- Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler
- İnsan Kaynakları Yönetimi
- Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetimi
- Elektronik Ticaret ve Teknoloji Yönetimi vb.

## ○ Öğrencilerimizin yazdıkları tezlerden örnekler:

- Pelinsu Altan (2019), Intercultural communication in the context of international migration
- Özge Küçük (2019), The socio-cultural communication patterns of e-sports
- Burcu Oğuz (2019), The framing of terrorism in print newspapers: The case of October 10 Ankara Attack
- Dilşah Çetindağ (2019), The effect of celebrity usage as the face of a brand on consumer behavior
- Günsu Servan Çakmak (2019), Crisis preparedness in educational institutions in Turkey: perception of crisis management in private schools
- Cemal İve (2019), Is social media the new mainstream? / Rise of alternative media channels in the light of 2019 Turkish local elections

- Öğrencilerimizin yazdıkları tezlerden örnekler:
- Cangül Akar (2019), The impact of the digital transformation on the human resources process
- Beren Sekin (2019), Brand equity and the use of social media: A study on brands in the banking system
- Deniz Gönç (2019), The impact of call centers on recognition and representation of corporate identities: A research on Call Centers Association
- Gülçin Akar (2019), Gender discourse in Wattpad as a youth subculture
- Tuğba İkbâl Soğukpınar (2019), Representation of identity simulations through consumption posts on Instagram
- Can Durmaz (2019), A case of embedded marketing on the air: The placement of Oğuz Atay's novels in the TV series Poyraz Karayel and its impact on the youth's attitudes on literature

- **Öğrencilerimizin yazdıkları tezlerden örnekler:**
- Atakan Ürer (2018), Gender differences on online consumer behaviour in Turkey
- Zeynep Çetin (2018), The effect of word of mouth marketing on consumer buying decisions: a practice aimed at the students of Yeditepe University
- Cansu Mayadağlı (2018), The role of brand personality on consumer based brand equity: A research on automobile brands in Turkey
- Burcu Şahin (2017), The relationship between reality and hyperreality in TV adaptations regarding popular culture: A case study of Big Brother TV program in Turkey

## ○ Tez Yazım Süreci:

- Tezli akademik programın ilk iki dönemindeki derslerini başarıyla tamamlayan öğrenciler;
- Bir sonraki ders kayıt dönemi öncesinde tez danışmanı olarak birlikte çalışmak istedikleri öğretim üyesiyle iletişime geçerler.
- Enstitü'nün web sayfasından erişebilecekleri “Tez Başvuru Formu”nu doldurur ve Anabilim Dalı Başkanlığı'nın onayına sunarlar.
- Tez başvurusu onaylanan öğrenci, ilgili tez dersine kaydolar.
- Öğrenci en fazla dört dönem içinde tezini (İngilizce olarak) tamamlamalıdır.

## ○ Tez Yazım Süreci:

- Tez yazım sürecini tamamlayan öğrencinin çalışması, intihal taramasına (Turnitin) sokulur.
- İntihal taramasından başarıyla geçerse, ikisi Yeditepe Üniversitesi'nden, biri başka bir üniversitenin tam zamanlı akademik kadrosundan olmak üzere üç kişilik tez jürisi oluşturulur.
- Tezin Yeditepe Akademik Yazım Merkezi tarafından biçimsel kontrolü yapılır.
- Tez savunmasında başarılı bulunan öğrenci mezuniyete hak kazanır.
- Öğrenci tez metninin 3 kopyasını savunmadan sonra en geç 1 ay içinde Enstitü'ye teslim etmelidir.
- İlk savunmasında tezi yeterli bulunmayan öğrenciye, jüri üyelerinin görüş ve önerileri doğrultusunda maksimum üç ay ek süre tanınabilir.
- İkinci savunmasında da başarısız bulunan öğrencinin programdan kaydı silinir.

- **Kayıt Dondurma Hakkı:**
  - Tezli programa kayıtlı öğrencilerin maksimum 2 dönem,
  - Tezsiz programa kayıtlı öğrencilerin maksimum 1 dönem kayıt dondurma hakkı bulunmaktadır.



## ○ Tezli/Tezsiz Programlar Arası Geçiş:

- Öğrenciler en geç ikinci dönemin sonuna kadar:

- a) Tezsiz programdan tezli programa geçmek için, son 5 yıl içinde herhangi bir puan türünden minimum 55 puan aldıkları ALES sınav sonuç belgesini, tezli programa geçiş dilekçeleriyle birlikte Anabilim Dalı Başkanlığı'na teslim etmelidir.
- b) Tezli programdan tezsiz programa geçmek için, gerekçelerini bildiren ve tez danışmanları tarafından onaylanmış bir dilekçeyi Anabilim Dalı Başkanlığı'na teslim etmelidir.

## ○ Ders Saydırma:

- Öğrenciler daha önce kayıtlı oldukları başka bir yüksek lisans programında aldıkları, Anabilim Dalı Başkanlığı ve Enstitü'nün onayından geçtiği takdirde saydırabilirler.
- Saydırılması talep edilecek dersin son beş yıl içinde İngilizce eğitim veren bir yüksek lisans programından alınmış olması ve içeriğinin müfredattaki derslerle uyumlu olması zorunludur.

## ○ Ücret:

- 2019 - 2020 Eğitim-Öğretim Yılı için:
- Tezli Yüksek Lisans Programları: 25,000 TL + %8 KDV
- Tezsiz Yüksek Lisans Programları: 22,000 TL +%8 KDV
- Ücretlerle ilgili diğer ayrıntılar için <https://www.yeditepe.edu.tr/tr/aday-ogrenci/ucretler> sayfasını ziyaret edebilirsiniz.
- Yeditepe Üniversitesi mezunlarına %25 indirim yapılmaktadır.

## ○ İdari Kadromuz:

- Anabilim Dalı Başkanı: Doç. Dr. Pelin Hürmeriç ([perguven@yeditepe.edu.tr](mailto:perguven@yeditepe.edu.tr))
- Yüksek Lisans Programları Koordinatörü: Dr. Öğr. Üyesi Özlem Akkaya ([ozlem.akkaya@yeditepe.edu.tr](mailto:ozlem.akkaya@yeditepe.edu.tr))
- Anabilim Dalı Sekreteri: Ayşe Uğur ([asipal@yeditepe.edu.tr](mailto:asipal@yeditepe.edu.tr))

## ○ Tam Zamanlı Akademik Kadromuz:

- Prof. Dr. Mahmut Oktay (BA: Marmara, MA: Boğaziçi, PhD: İstanbul)
- Doç. Dr. Pelin Hürmeriç (BA: Marmara; MA: Yeditepe; PhD: Marmara)
- Doç. Dr. Kaan Taşbaşı (BA: Marmara, MA: Marmara, PhD: Marmara)
- Dr. Öğr. Üyesi Gülşah Aydın (BA: Yeditepe, MA: Yeditepe, PhD: Marmara)
- Dr. Öğr. Üyesi Özlem Akkaya (BA: Boğaziçi, MA: Boğaziçi, PhD: Boğaziçi)
- Dr. Öğr. Üyesi Gözde Dalan Polat (BA: Yeditepe, MA: Yeditepe, PhD: Yeditepe)
- Dr. Öğr. Üyesi Nazlı Çetin Gündoğdu (BA: Yeditepe, MA: Yeditepe, PhD: İstanbul)

- **Programlarımızda Çeşitli Dönemlerde Ders Veren Part-Time Öğretim Görevlileri:**
  - Doç. Dr. Bilgen Başal (Koç Üniversitesi)
  - Dr. Öğr. Üyesi Duygu Aydın Aslaner (İstanbul Kent Üniversitesi)
  - Dr. Sertaç Doğanay (Social Touch Ajans Başkanı)
  - Yakup Barouh (İlancılık Reklam Ajansı Başkanı)
  - Faruk Bil (Kangaroo İletişim Ajansı Eş Kurucusu)
  - Sinan Köksal (Turkuvaz Medya Marka ve Pazarlama Grup Başkanı)
  - Pınar Güzey (Quick Sigorta Genel Müdür Yardımcısı)
  - Nazlı Reyhan Ertür (İstek Okulları Öğrenci ve Veli İlişkileri Koordinatörü)

## ○ Sektör Buluşmalarımızdan Örnekler:



**DENEYİM**  
**EKONOMİSİNDE**  
**YENİ NESİL**  
**MARKA DENEYİMİ**  
Medya, Teknoloji, İçerik Üretimi,  
İnsan Gerçeği.

**KONUK:**  
**LİZE KARABOĞA KAPTAN**  
Ajans Ultra Yönetici Ortağı  
ve Cannes Lions  
Uluslararası Yaratıcılık  
Festivali Jüri Üyesi

**DÜZENLEYEN:**  
**FARUK BİL**  
Bütünleşik Pazarlama  
İletişimi Yönetimi  
Bölümü

**14 KASIM**  
**ÇARŞAMBA**  
**HUKUK Z-10**  
**19:00**



**Medyanın İçinden...**  
**DİJİTAL**  
**DÖNÜŞÜMDE**  
**NEREDEYİZ?**

**05.12.2018 Çarşamba 19.00**  
Hukuk Z06

**Cem Aydın**  
VİTİTİVİ Yönetim Kurulu Başkanı  
Tims Prodüksiyon Yönetim Kurulu Üyesi  
Doğuş Yayın Grubu Eski Genel Müdürü

Düzenleyen: Medya ve İletişim Yönetimi  
Anabilim Dalı / Öğr. Gör. Faruk Bil

[www.yeditepe.edu.tr](http://www.yeditepe.edu.tr)  
[info@yeditepe.edu.tr](mailto:info@yeditepe.edu.tr)

[f YeditepeKurultusu](#) [t Yeditepe](#) [i YeditepeKurultusu](#)

**YEDİTEPE**  
**ÜNİVERSİTESİ**

## ○ Web sitelerimiz:

- Medya ve İletişim Yönetimi Yoğunlaşma Alanı: <https://sbe.yeditepe.edu.tr/tr/medya-ve-iletisim-yonetimi-yuksek-lisans-programi>
- Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yoğunlaşma Alanı: <https://sbe.yeditepe.edu.tr/tr/butunlesik-pazarlama-iletisimi-yonetimi-yuksek-lisans-programi>

## ○ Sosyal medya hesaplarımız:

- Facebook: Yeditepe MCM
- Instagram: yeditepemcm
- Twitter: @MCMyeditepe



# Yeditepe Üniversitesi

## TEŞEKKÜRLER



YEDİTEPE  
ÜNİVERSİTESİ



Yeditepeuniversitesi



YeditepeUni



Yeditepeuniversitesi



Yeditepe Üniversitesi