DERS PROGRAMI

I. SEMESTER			
Code	**Course Title**	**Course Type**	**ECTS**
LEE510	Ethics of Science and Research Techniques	Required Courses	7.5
RHİ537	Theory and Research in Digital Advertising	Required Courses	6.0
RHİ543	Strategic PR and Advertising Management with Artificial Intelligence	Required Courses	6.0
	Elective Courses		12.0
		Sum	**31.5**

II. SEMESTER			
Code	**Course Title**	**Course Type**	**ECTS**
İST534	Statistical Analysis and Evaluation	Required Courses	6.0
RHİ526	New Approaches in Public Relations	Required Courses	6.0
RHİ530	Advertising Psychology	Required Courses	6.0
SMR500	Seminar	Required Courses	7.5
	Elective Courses		6.0
		Sum	**31.5**

III. SEMESTER			
Code	**Course Title**	**Course Type**	**ECTS**
TEZ700	Thesis	Required Courses	30.0
		Sum	**30**

IV. SEMESTER			
Code	**Course Title**	**Course Type**	**ECTS**
TEZ700	Thesis	Required Courses	30.0
		Sum	**30**

Elective Courses			
Code	**Course Title**	**Laboratory + Practice**	**ECTS**
RHİ521	Global Marketing Communication (TR)	3 + 0	6.0
RHİ539	Communication Strategies in Sustainability and Social Innov. (TR)	3 + 0	6.0
RHİ541	Advertising Narrative and Analysis (TR)	3 + 0	6.0
RHİ545	The Socio-Psychological Foundations of Consumer Behavior (TR)	3 + 0	6.0

Elective Courses			
Code	**Course Title**	**Laboratory + Practice**	**ECTS**
RHİ547	Conditional Effect Approaches in Public Relations and Advertising Research (TR)	3 + 0	6.0
RHİ532	Consumer Neuroscıence (TR)	3 + 0	6.0
RHİ536	Digital Content Marketing Methods (TR)	3 + 0	6.0
RHİ538	Political Communication, Digital Media and Democracy (TR)	3 + 0	6.0
RHİ540	Digital Platforms and Data Ecosystems (TR)	3 + 0	6.0

Institute Specialization Field Course			
Code	**Course Title**	**Laboratory + Practice**	**ECTS**
UZM700	Research in Area of Specialization (TR)	5 + 0	4.5

DERS İÇERİKLERİ

LEE510 Bilim Etiği ve Araştırma Teknikleri AKTS: 7,5

Bilim ve Bilimsel Araştırma: Bilim, Bilimsel bilgi, Bilimsel yöntem, Bilimsel araştırmalarda paradigmalar; Bilimsel Araştırma Süreci; Nicel Araştırma Yaklaşımı: Nicel araştırma süreci; Nicel Araştırma Teknikleri, Örnekleme teknikleri, Ölçüm düzeyleri, Nicel analiz teknikleri; Nitel Araştırma Yaklaşımı: Nitel araştırma süreci, Nitel araştırma desenleri, Nitel araştırma teknikleri, Nitel araştırmalarda analiz; Geçerlik ve Güvenirlik; Bilimsel Araştırmalarda Raporlama; Bilimsel Araştırma Etiği.

LEE510 Ethics of Science and Research Techniques ECTS: 7,5

Science and Scientific Research: Science, Scientific knowledge, Scientific method, Paradigms in scientific research; The Scientific Research Process; Quantitative Research Approach: The quantitative research process; Quantitative research techniques, Sampling techniques, Levels of measurement, Quantitative analysis techniques; Qualitative Research Approach: The qualitative research process, Qualitative research designs, Qualitative research techniques, Analysis in qualitative research; Validity and Reliability; Reporting in Scientific Research; Research Ethics.

RHİ521 Global Pazarlama İletişimi AKTS: 6,0

Globalleşme ve Pazarlama İletişimine Etkileri; İşletmeleri Global Pazarlara Yönlendiren Nedenler; Globalleşme Süreci ve Modelleri; Global Pazarlama İletişimi ve Çevre İlişkisi: Kültürel, ekonomik ve yasal çevrenin etkileri; Global Pazarlama İletişiminde Örgütsel Yapı; Global Pazarlama İletişimi Programları ve Stratejileri: Global reklamcılık stratejileri, Global markalama ve ambalajlama stratejileri, Halkla ilişkiler ve duyurum etkinlikleri, Ticari fuar ve sergilerin önemi, Sponsorluk uygulamaları, Yeni Medya ve Pazarlama Aracı Olarak Sosyal Medya; Global Pazarlama İletişiminin Sosyal Sorumluluk ve Etik Boyutları; Global Pazarlama İletişimi Kampanyalarının Analizi.

RHİ521 Global Marketing Communication ECTS: 6,0

Globalization and Effects on Marketing Communications Activities; Reasons for Globalization for Business and brands; Globalization Process and Patterns; Global Marketing and Environment: Cultural, legal and economic environment; Organizational Structures in Global Marketing Communications; Global Marketing Communications Programs and Strategies: Global branding and Packaging, Public relations and publicity, The importance of trade fairs and exhibitions in global marketing communications, Sponsorship; Social Media As a Global Media and Marketing Tool; Social Responsibility and Ethics in Global Marketing Communications; Analysis of Global Communication Campaigns

---

RHİ530 Reklam Psikolojisi AKTS: 6,0

Reklam Etkilerini Anlamak: İletişim ve psikolojik etkiler; Reklam Etkinliğini Kavramsallaştırmada Klasik ve Çağdaş Yaklaşımlar; Tüketicinin Reklamdan Bilgi Elde Etmesi ve Bilgiyi İşlemesi; Reklamın Tüketici Hafızasını Etkileyişi; Ürüne Yönelik Tutum Oluşumu; İkna ve Tutum Değişimi Prensipleri; Reklamın Satın Alma Davranışına Etkisi; İknanın Ötesinde; Online Reklamcılığı Anlamak; Online Bireysel İletişim Yoluyla İkna; Örnek Olay Çalışmaları.

RHİ530 Advertising Psychology ECTS: 6,0

UUnderstanding Advertising Effects: Communication and psychologic effects; Classical and Contemporary Approaches in Conceptualisation Advertising Activity; Data Processing and Knowledge Acquisition of Consumers; Advertising Influence to Consumer’s Memory; Consistency of Attitude towards Product; Principles of Persuasion and Attitude Changes; Effects of Advertising to Buying Behavior; Beyond Persuasion; Understanding Online Advertising; Persuasion through Online Personal Communication; Case Studies.

RHİ532 Tüketici Nörobilimi AKTS: 6,0

Tüketici Nasıl Karar Verir?: Sinirbilim ve tüketici, İnsan beyninin çalışma şekli, Beyinde satın alma kararlarının oluşum süreçleri, Tüketicinin davranışlarının nörobilimsel temelleri; Duyguların Karar Verme Sürecindeki Yeri: Duygular, algılama, dikkat, öğrenme ve hafıza gibi bilişsel süreçler, Alışkanlıkların gücü; Nöropazarlama: Pazarlama stratejileri ve nörobilim, Nöropazarlama metodolojileri ve teknolojileri, Nöropazarlamanın etiği.

RHİ532 Consumer Neuroscıence ECTS: 6,0

How Does the Consumer Decide?: Neuroscience and the consumer, The way the human brain works, The formation processes of purchasing decisions in the brain, Neuroscientific basis of consumer behavior; The Place of Emotions in the Decision Making Process: Feelings and, cognitive processes such as perception, attention, learning and memory, The power of habits; Neuromarketing: Marketing strategies and neuroscience, Neuromarketing methodologies and technologies, Ethics of neuromarketing.

RHİ536 Dijital İçerik Pazarlaması Yöntemleri AKTS: 6,0

İçerik: Kavram, Önem; İçerik Pazarlaması: Kavram, Tarihsel Gelişim, Markalar Açısından Önemi; Dijital İçerik Pazarlaması Araçları: Sosyal Ağlar, Web Sitesi ve Bloglar, Video Platformları, Podcast, Influencer Pazarlama, Transmedya Pazarlama; Sosyal Ağlar: Kavram, Sosyal Medya, Önem, Sosyal Medya Platformları, Sosyal Ağlarda Araştırma, Sosyal Ağlarda Ölçüm ve Analiz; Web Sitesi ve Bloglar: Kavram, Önem, Arama Motoru Pazarlaması (SEM), Web Analitik Araçları; Video Platformları: Kavram, Önem, Araştırma, Ölçüm ve Analiz; Podcast: Kavram, Önem; Influencer Pazarlama: Kavram, Önem, Araştırma ve Analiz.

RHİ536 Digital Content Marketing Methods ECTS: 6,0

Content: Concept, Importance; Content Marketing: Concept, Historical Development, Importance for Brands; Digital Content Marketing Tools: Social Networks, Websites and Blogs, Video Platforms, Podcasts, Influencer Marketing, Transmedia Marketing; Social Networks: Concept, Social Media, Importance, Social Media Platforms, Researches in Social Networks, Measurement and Analysis in Social Networks; Websites and Blogs: Concept, Importance, Search Engine Marketing (SEM), Web Analytics Tools; Video Platforms: Concept, Importance, Researches, Measurement and Analysis; Podcast: Concept, Importance; Influencer Marketing: Concept, Importance, Research and Analysis.

RHİ537 Dijital Reklamcılıkta Teori ve Araştırma AKTS: 6,0

Temel Kavramlar: Dijital medya, Aktif izleyici, Etkileşim, Kullanıcının ürettiği içerik, Topluluğun gücü, Reklamcılığın dönüşümü, Dijital medyada reklam biçimleri, İçerik tüketimi-paylaşımı-üretimi, Kişiselleştirme, Hedefleme, Kullanıcı gizliliği, Reklam araştırmaları, Reklam modelleri, Yeni tüketici ve teknoloji trendleri, Yeni araştırma yaklaşımları, İnternette veri toplama, Veri çıkarım/işleme yöntemlerini kullanarak sosyal bilim, Veri toplama uygulaması.

RHİ537 Theory and Research in Digital Advertising ECTS: 6,0

Course outline: Digital media, Active audience, Interactivity, User generated content, Crowd-based power, transformation of advertising, user generated content, Ad formats in digital advertising, Content consumption-sharing-creation, Personalization, Targeting, User privacy, Advertising research, Advertising models, Emerging consumer and technology trends, Emerging research approaches, Data collection on the internet, Computational social science, Data collection practice.

RHİ538 Siyasal İletişim, Dijital Medya ve Demokrasi AKTS: 6,0

Siyasal İletişim ve Dijital Medyaya Giriş: Temel kavramlar ve tarihsel gelişim; Demokrasi, Kamuoyu ve Dijitalleşme: Dijitalleşme ile demokrasi ve kamuoyu tartışmalarındaki dönüşüm; Dijital Medya ve Siyasal Kampanyalar; Sosyal Medya ve Kamuoyu; Propaganda ve Manipülasyon Teknikleri; Siyasal Kampanyalar ve Seçim Stratejileri; Siyasal Söylem Analizi ve Medya Uygulamaları; Dijital Medya ve Siyasal Kutuplaşma; Dijitalleşme, Popülizm, Otoriterlik ve Medya; Dijital Medya ve Demokrasi: Olanaklar ve Sınırlar; Gözetim ve Dijital Demokrasi; Yapay Zeka ve Siyasal İletişimin Geleceği.

RHİ538 Political Communication, Digital Media and Democracy ECTS: 6,0

Introduction to Political Communication and Digital Media: Basic concepts and historical development; Democracy, Public Opinion and Digitalization: Transformation in debates on democracy and public opinion through digitalization; Digital Media and Political Campaigns; Social Media and Public Opinion; Propaganda and Manipulation Techniques; Political Campaigns and Election Strategies; Political Discourse Analysis and Media Practices; Digital Media and Political Polarization; Digitalization, Populism, Authoritarianism and Media; Digital Media and Democracy: Opportunities and Limitations; Surveillance and Digital Democracy; AI and the Future of Political Communication.

RHİ539 Sürdürülebilirlik ve Sosyal İnovasyonda İletişim Stratejiler AKTS: 6,0

Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı ve Gelişimi; Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinin İletişim Kapsamında Değerlendirilmesi; Sürdürülebilir Kalkınma Bağlamında Yenilik; Kurumsal Sürdürülebilirlik Açısından Sosyal İnovasyon; KSS ve Sosyal İnovasyon Bağımlılığı; Sosyal İnovasyonda Pazarlamanın Önemi; Sürdürülebilir Kalkınma: İş, Toplum ve Ekoloji Arayüzünde Sosyal İnovasyon; Sosyal İnovasyon Araçları; Sosyal İnovasyon Uygulamaları; Sürdürülebilirlik ve Sosyal İnovasyona Yönelik Farkındalık Platformları; Sosyal İnovasyon ve Sosyal Etki Yaratmada İletişimin Rolü; Sosyal İnovasyon ve Sürdürülebilirlikte Dijital İletişimin Etkisi; Sosyal İnovasyon Örnek Olayların Analizi.

RHİ539 Communication Strategies in Sustainability and Social Innov. ECTS: 6,0

The Concept of Sustainable Development and Its Development; Evaluation of Sustainable Development Goals in the Scope of Communication; Innovation in the Context of Sustainable Development; Social Innovation for Corporate Sustainability; CSR and Social Innovation Addiction; The Importance of Marketing in Social Innovation; Sustainable Development: Social Innovation at the Interface of Business, Society and Ecology; Social Innovation Tools;Social Innovation Applications; Awareness Platforms for Sustainability and SI; The Role of Communication in SI and Social Impact; The Impact of Digital Communication on SI and Sustainability; Analysis of SI Case Studies.

RHİ540 Dijital Platformlar ve Veri Ekosistemleri AKTS: 6,0

Temel Kavramlar; Platformlar, Dijital altyapı, Platformlaşma, Veri çıkarımı, Algoritmik yönetişim, İçerik moderasyonu, Veri temelli reklamcılık, Dijital eşitsizlik ve savunmasızlık; Platformların Kuramsal ve Politik Ekonomik Temelleri; Veri Temelli İş Modelleri, Değer üretimi ve güç ilişkileri; Algoritmik Sistemler; Görünürlük ve İçerik düzenleme; Veri Ekosistemi ve Altyapı; Veri Aracılığı, İzleme, Bulut sistemleri ve maddi altyapı; Platform Deneyimi; Algılar, Riskler ve okuryazarlığın sınırları; Araştırma ve Müdahale; Arayüz ve Politika Analizi, Araştırma tasarımı ve veri savunuculuğu.

RHİ540 Digital Platforms and Data Ecosystems ECTS: 6,0

Core Concepts; Platforms, Digital infrastructure, Platformization, Data extraction, Algorithmic governance, Content moderation, Data-driven advertising, Digital inequality and vulnerability; Theoretical and Political-Economic Foundations; Data-Driven Business Models, Value creation and power relations; Algorithmic Systems; Visibility and Content Regulation; Data Ecosystems and Infrastructure; Data Brokerage, Tracking, Cloud systems and material infrastructures; Platform Experience; Perceptions, Risks and digital literacy limits; Research and Intervention; Interface and Policy Analysis, Research design and data advocacy.

RHİ541 Reklam Anlatısı ve Analizi AKTS: 6,0

Anlatı, Hikaye, Edebiyat, Sanat, Yaratıcılık, Kültür, Reklam analizi; Reklam ve Sanat İlişkisi: Sanat akımları, Modernizm, Postmodernizm, Pop-art, Sahne sanatları, Dram sanatı, Müzik, Görsel anlatı sanatı, Görsel tasarım, Hikaye tasarımı; Reklam ve Kültür İlişkisi: Kültür kavramı, Popüler kültür, Tüketim kültürü, Dijital kültür, Reklam ve toplum; Dijital Çağda Reklam Anlatısı: Veri kavramı, Dijitalleşme ve yaratıcılık, Dijital hikaye anlatıcılığı, Transmedya.

RHİ541 Advertising Narrative and Analysis ECTS: 6,0

Narrative, Story, Literature, Art, Creativity, Culture, Advertising analysis; Relationship between Advertising and Art: Art movements, Modernism, Postmodernism, Pop-art, Performing arts, Drama, Music, Visual narrative art, Visual design, Story design; Relationship between Advertising and Culture: Concept of culture, Popular culture, Consumption culture, Digital culture, Advertising and society; Advertising Narrative in the Digital Age: Concept of data, Digitalization and creativity, Digital storytelling, Transmedia.

RHİ543 Yapay Zekâ ile Stratejik PR ve Reklam Yönetimi AKTS: 6,0

Temel Kavramlar; Stratejik İletişim, Halkla ilişkiler (PR), Reklam tasarımı, Yapay zeka (YZ); YZ Ekosistemi; Algoritmalar, Veri temelli karar verme, Platform optimizasyonu; İçerik ve Tasarım; Metin Tabanlı İçerik Üretimi, Görsel ve video içerik üretimi, Stratejik kampanya tasarımı; Yönetim ve Görünürlük; Algoritmik Görünürlük Yönetimi, İtibar yönetimi, Platform yönetimi; Analiz; Hedef Kitle Analizi, Segmentasyon, Veri madenciliği; Etik ve Hukuk; YZ Etiği, Şeffaflık, Sorumluluk, Hukuki boyutlar; Akademik Yetkinlik; Stratejik Yetkinlik, Proje raporlama, Literatür değerlendirmesi.

RHİ543 Strategic PR and Advertising Management with Artificial Intelligence ECTS: 6,0

Core Concepts; Strategic Communication, Public relations (PR), Advertising design, Artificial intelligence (AI); AI Ecosystem; Algorithms, Data-Driven decision making, Platform optimization; Content and Design; Text-Based Content Production, Visual and video content production, Strategic campaign design; Management and Visibility; Algorithmic Visibility Management, Reputation management, Platform management; Analysis; Audience Analysis, Segmentation, Data mining; Ethics and Law; AI Ethics, Transparency, Responsibility, Legal dimensions; Academic Competence; Strategic Competence, Project reporting, Literature evaluation.

RHİ545 Tüketici Davranışının Sosyo-Psikolojik Temelleri AKTS: 6,0

Temel Kavramlar; Tüketici, Sosyal psikoloji, Reklam; Tüketici Davranışı; Müşteri, Satın alma davranışı; Güdü ve Motivasyon, Yaklaşma güdüleri, Kaçınma güdüleri; Benlik, Gerçek benlik, İdeal benlik, Öykünme; Normlar; Grup Normları, Rol normları; Teoriler; Öz Belirleme Teorisi, Benlik uyumu teorisi, Sosyal kimlik teorisi, Sosyal karşılaştırma teorisi, Sosyal öğrenme teorisi; Dijital Platformlarda Tüketici Davranışı; Sosyal Medya, Çevrimiçi topluluklar, Dürtüsel satın alma, Etkileşim; Kaynağın Rolü; Referans Grupları, İnfluencerlar, Kaynak güvenirliği.

RHİ545 The Socio-Psychological Foundations of Consumer Behavior ECTS: 6,0

Core Concepts; Consumer, Social psychology, Advertising; Consumer Behavior, Customer, Purchase behavior; Drives and Motivation; Approach Motives, Avoidance motives; Self; Actual Self, Ideal self, Emulation; Norms; Group Norms, Role norms; Theories; Self-Determination Theory, Self-congruity theory, Social identity theory, Social comparison theory, Social learning theory; Consumer Behavior on Digital Platforms; Social Media, Online communities, Impulse buying, Interaction; The Role of the Source; Reference Groups, Influencers, Source credibility.

RHİ547 Halkla İlişkiler ve Reklam Araştırmalarında Durumsal Etki Yaklaşımları **AKTS: 6,0**

Durumsal Etki Yaklaşımlarına Giriş; Etki Yaklaşımlarında Ölçekler ve Geçerlik; Process Makrosuna Giriş; Regresyon Varsayımları; Aykırı Değer, Normallik, Doğrusal ilişki; Aracılık Yaklaşımı ve Modelleme; Halkla İlişkiler ve Reklam Alanında Basit Aracılık Analizi ve Yorum; Dolaylı Etkide Güven Aralıkları; Halkla İlişkiler ve Reklam Alanında Düzenleyicilik Analizi; Düzenleyicilik Analizinde Görselleştirme; Halkla İlişkiler ve Reklam Alanında Durumsal Modelle Analiz Yürütme; Düzenleyicilik Analizinde Tablo ve Grafik Düzeni; Genel Raporlama Dili; Dönem Projesi Analiz Planı ve Geribildirim.

RHİ547 Conditional Effect Approaches in Public Relations and Advertising Research **ECTS: 6,0**

Introduction to Conditional Effect Approaches; Scales and Validity in Effect Approaches; Introduction to the PROCESS Macro; Regression Assumptions; Outliers, Normality, Linear relationship; Mediation Approach and Modeling; Simple Mediation Analysis and Interpretation in Public Relations and Advertising; Confidence Intervals for Indirect Effects; Moderation Analysis in Public Relations and Advertising; Visualization in Moderation Analysis; Conducting Analysis with Conditional Models in Public Relations and Advertising; Table and Figure Layout in Moderation Analysis; General Reporting Language; Semester Project Analysis Plan and Feedback.

SMR500 Seminer **AKTS: 7,5**

Ölçme ve Değerlendirmede Güncel Yönelimler; Alanla İlgili Güncel Araştırma ve Uygulamalardan Hareketle Sorunların Analiz Edilmesi; Saptanan Sorunlara Yönelik Özgün Bir Araştırma Konusunun Belirlenmesi; Araştırma Konusuna İlişkin Literatür Taramasının Yapılması; Problemin Tanımlanması, Araştırma Gerekçesinin Yazılması ve Amaçların Belirlenmesi; Yöntemin Geliştirilmesi: Araştırma modelinin belirlenmesi, Katılımcıların tanımlanması, Veri toplama araçlarının geliştirilmesi; Araştırma Önerisinin Hazırlanması ve Raporlaştırılması; Araştırma Önerisinin Sunulması, Tartışılması ve Revize Edilmesi.

SMR500 Seminar **ECTS: 7,5**

Current Trends in Measurement and Evaluation; Analyzing Problems Based on Current Research and Practices in the Field; Determining an Original Research Topic Aimed at Addressing the Identified Problems; Conducting a Literature Review Related to the Research Topic; Defining the Problem, Writing the Research Rationale, and Determining the Objectives; Developing the Method: Determining the research model, Identifying the participants, and Developing data collection instruments; Preparing and Reporting the Research Proposal; Presenting, Discussing, and Revising the Research Proposal.

TEZ700 Tez **AKTS: 30,0**

Araştırma ve Uygulama Projesinin Belirlenmesi ve Tartışılması; Literatür Taramasının Yapılması, Araştırma Sorununun Belirlenmesi ve Geliştirilmesi; Araştırmanın Amacının ve Yönteminin Belirlenmesi; Verilerin Toplanması; Verilerin Analiz Yöntemlerinin Belirlenmesi, Verilerin Analizi ile İlişki Kurularak Tartışılması; Sonuçların Yorumlanması; Uygulama Projesinin Sunumu; Yüksek Lisans Tezinin Yazım Kurallarına Göre Yazılması.

TEZ700 Thesis **ECTS: 30,0**

Identification and Discussion of the Research and Practice Project; Conducting the Literature Review, Identification and Refinement of the Research Problem; Determination of the Purpose and Method of the Study; Data Collection; Determination of Data Analysis Methods and Discussion in Relation to the Data Analysis; Interpretation of the Findings; Presentation of the Practice Project; Preparation of the Master’s Thesis in accordance with the Thesis Writing Guidelines.

TEZ700 Tez **AKTS: 30,0**

Araştırma ve Uygulama Projesinin Belirlenmesi ve Tartışılması; Literatür Taramasının Yapılması, Araştırma Sorununun Belirlenmesi ve Geliştirilmesi; Araştırmanın Amacının ve Yönteminin Belirlenmesi; Verilerin Toplanması; Verilerin Analiz Yöntemlerinin Belirlenmesi, Verilerin Analizi ile İlişki Kurularak Tartışılması; Sonuçların Yorumlanması; Uygulama Projesinin Sunumu; Yüksek Lisans Tezinin Yazım Kurallarına Göre Yazılması.

TEZ700 Thesis **ECTS: 30,0**

Identification and Discussion of the Research and Practice Project; Conducting the Literature Review, Identification and Refinement of the Research Problem; Determination of the Purpose and Method of the Study; Data Collection; Determination of Data Analysis Methods and Discussion in Relation to the Data Analysis; Interpretation of the Findings; Presentation of the Practice Project; Preparation of the Master’s Thesis in accordance with the Thesis Writing Guidelines.

UZM700 Uzmanlık Alan Dersi **AKTS: 4,5**

Tez Çalışması Kapsamında Olası Çalışma Konularının Belirlenmesi; Araştırılan Konulara İlişkin Çalışmaların İncelenmesi; Araştırılan Konulara İlişkin Çalışmaların Tartışılması; Tez Çalışması Kapsamında Araştırılan Konuya İlişkin Önerilerin Geliştirilmesi; Seçilen Araştırma Konusuna İlişkin İlgili Alan Yazın Taramasının Gerçekleştirilmesi; Araştırma Önerisinin Hazırlanması; Araştırma Önerisinin Sunulması.

UZM700 Research in Area of Specialization **ECTS: 4,5**

Identification of Potential Research Topics within the Scope of the Thesis; Review of Studies Related to the Investigated Topics; Discussion of Studies Related to the Investigated Topics; Development of Recommendations Concerning the Research Topic within the Scope of the Thesis; Conducting a Relevant Literature Review on the Selected Research Topic; Preparation of the Research Proposal; Presentation of the Research Proposal.