

REKLAMCILIK BÖLÜMÜ DERS İÇERİKLERİ

I.DÖNEM

DERS DURUMU	DERS KODU	DERS ADI	KREDİSİ	AKTS	DERSİN AMACI	ÖĞRENİM ÇIKTILARI
Zorunlu	0907113-0908113	TÜRK DİLİ- I	2+0	2	Bu dersin amacı, öğrencilerin Türkçe kelime, gramer, anlam ve yazma becerilerini geliştirmektir.	- Yazılı ve sözlü anlatım aracı olarak Türkçeyi doğru ve güzel kullanabilme yeteneğinin kazandırılması. - Dilbilgisi konularının, kuramsal bilgiler olarak değil, metinler üzerinde yaptırılacak uygulama, gözlem ve değerlendirmelerle kavratılması. - Türkçenin dünyanın sayılı büyük dillerinden biri olduğunun ve bu dille büyük eserler verildiğinin örnekleriyle anlatılması. Öğrencilere bir bilim ve kültür dilinin taşıyıcısı olduklarının kavratılması. - Mustafa Kemal Atatürk'ün bilimsel temeller üzerine kurarak gerçekleştirdiği yazı ve dil devrimlerini yüksek öğretim öğrencilerinin de bilimsel bir anlayışın sonucu olarak doğru biçimde kavrayıp değerlendirebilmelerinin sağlanması - Öğrencilere dinlediklerini, okuduklarını, incelik ve derinlikleriyle kavratmak öğrencilerin duyduklarını, gördüklerini, düşündüklerini ve anladıklarını söz ve yazı ile planlı, etkili ve akıcı bir biçimde anlatma yeteneklerinin geliştirilmesi
Zorunlu	0907114-0908114	ATATÜRK İLKE VE İNKILÂP TARİHİ-I	2+0	2	Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Dersi'nin amacı öğrencilere Türkiye Cumhuriyeti'nin hangi koşullarda nasıl kurulduğunu anlatarak, devletin temelini oluşturan Atatürk İlkelerini benimsetmek, Atatürk'ün asker kişiliği kadar, büyük devlet adamı, inkılâpçı kişiliği ve önderliğini, ırkçılığı reddeden milliyetçilik anlayışını, uluslararası barışın kurulması	- İmparatorluktan millî devlete geçiş sürecini gerekçeleri ile birlikte anlar ve değerlendirir - Mustafa Kemal Atatürk'ün, Türkiye'nin muasır medeniyet seviyesinin üzerine çıkarılması, fikrini anlar. - Konular ile ilgili kavramları bilir. - Güncel konuları tarihi bilgiler ışığında değerlendirebilme yeteneği kazanır. - Osmanlı Devleti'nin yıkılma nedenlerini bilir. - Birinci Dünya Savaşının nedenleri ve Savaş sürecinde Osmanlı Devleti'nin durumu hakkında bilgi sahibi olur. - Sömürgecilik faaliyetleri ve Osmanlı Devletinin bu faaliyetlerden nasıl etkilendiği hakkında fikir edinir.

					hususundaki çabalarını anlatmaktadır.	• Mondros Mütarekesi ve sonuçlarını bilir. • Milli Mücadele dönemi hakkında bilgi edinerek mücadelenin ruhunu kavrar. • Birinci T.B.M.M.'nin neden, nasıl açıldığını ve faaliyetlerini bilir.
Zorunlu	0907115-0908115	YABANCI DİL- I	2+0	2	Dersin amacı, İngilizce diline ait gramer kurallarının öğrenilmesi, uygulanması ve bu dilde okuma, yazma, dinleme ve konuşma yetenekleri oluşturulması ve geliştirilmesidir.	• İngilizce dil bilgisi kuralları bilgisine sahip olur. • İngilizce dilinde yazılmış bir metni tanıyabilir ve yorumlayabilir. • İngilizce temel kelime bilgisine sahip olur. • Beginner seviyeden başlayarak Pre-intermediate seviyesindeki metinleri okuyup anlayabilir. • Kendisini İngilizce olarak tanıtabilir ve kısa sorulara yanıt verebilir.
Zorunlu	0907121-0908121	TEMEL BİLGİSAYAR UYGULAMALARI	3+0	3	Öğrencinin dijital okuryazar olmasını sağlayacak temel teknolojik kavramları öğretmek ve temel düzeyde bilgisayar kullanabilme (Windows işletim sistemi kullanımı, internet kullanımı, eposta işlemleri vb.) ve öğrencilik/mesleki hayatlarında ihtiyaç duyacakları işlemleri (metin belgesi hazırlama, hesap tabloları oluşturma, sunum hazırlama vb.) ofis yazılımlarıyla gerçekleştirebilme yetkinliğini kazandırmak	• Bilgisayar gelişimi ve tarihi hakkında bilgi sahibi olur. • Bilgisayarın teknik yapısı ve temel donanım parçaları hakkında genel bilgi düzeyine sahip olur. • İnternet hakkında temel kavramları ve internetin bilinçli kullanımı için dikkat etmeleri gerekenleri öğrenir. • Windows işletim sistemini kullanabilir, ayarlarında değişiklik yapabilir. • Dijital teknolojileri etkili ve sorumlu bir şekilde kullanma, anlama, değerlendirme ve iletişim kurma becerisi kazanır. • Ofis programlarının neler olduğunu ve ne amaçlı kullanılacakları hakkında genel bilgi edinir • Word programını tanıır temel düzeyde (yazılı belge hazırlama, biçimlendirme, çıktı alma vb.) kullanabilir. • Excel programını tanıır ve temel düzeyde (elektronik tablo oluşturma, formüllerle çalışma, hesaplamalar yapma, grafik oluşturma vb.) kullanabilir. • Powerpoint programını tanıır ve temel düzeyde (sunum hazırlama, tasarım ve efekt kullanabilme, görsel ve yazı ile etkili bilgi aktarımı vb.) kullanabilir. • Bilgisayardan ve ofis programlarından daha etkin ve verimli yararlanma kabiliyeti kazanır.

Zorunlu	0907128-0908128	EKONOMİ	3+0	3	Öğrencilere işletmelerin ekonomik çevre içinde nasıl stratejik kararlar aldığını kavratmayı amaçlamaktadır. Dersin hedefi, öğrencilere mikro ve makroekonomik analizlerle birlikte maliyet yönetimi, piyasa yapıları, rekabet stratejileri ve finansal karar süreçleri hakkında stratejik bir bakış açısı kazandırmaktır.	• Öğrenciler, mikro ve makroekonomik analizleri kullanarak işletmelerin tüketici davranışlarına yönelik stratejik kararlarını yorumlar. • Öğrenciler, arz-talep dengesi ve piyasa esnekliklerini değerlendirerek işletmelerin rekabetçi stratejilerini tartışır. • Öğrenciler, maliyet yönetimi ve finansal karar süreçlerini vaka analizleriyle ilişkilendirerek stratejik çözümler geliştirir. • Öğrenciler, farklı piyasa yapıları ve uluslararası iş ortamlarını karşılaştırarak işletmelerin konumlanma ve strateji geliştirme yöntemlerini eleştirel biçimde değerlendirir. • Öğrenciler, güncel ekonomik ve finansal verileri kullanarak işletmelerin stratejik planlama ve raporlama süreçlerine katkı sağlar. • Öğrenciler, girişimcilik kavramlarını açıklayarak işletme, girişimci ve yönetici rollerini birbirinden ayırır. • Öğrenciler, iş fikirlerini temel düzeyde geliştirip iş planı oluşturma sürecinde ekonomik karar mekanizmalarıyla ilişkilendirir. • Öğrenciler, finansal piyasaların işleyişini ve işletme finansmanı arasındaki bağlantıyı örneklerle açıklar. • Öğrenciler, işletmenin masraf ve gelir yapısını analiz ederek temel işletmecilik fonksiyonlarını birbirine bağlar. • Öğrenciler, grup çalışmaları ve sunumlar aracılığıyla farklı ekonomik ve girişimcilik bakış açılarını ifade eder.
Zorunlu	0907122-0908122	DAVRANIŞ BİLİMLERİ-I	3+0	4	Dersin amacı davranış bilimlerinin temel kavram ve ilkelerini tanıtmak ve insan davranışlarının bireysel ve toplumsal kökenleri ile ilgili bilimsel bakış elde etmektir. Psikoloji disiplininin temel kavram ve ilkelerini reklam ve ikna tekniklerini anlamak ve yapılandırmak üzere kullanabilmek. Öğrenme, davranış değişikliği ve iletişim-	• Davranış bilimlerinin temel kavram ve yaklaşımlarını tanımlar, insan davranışlarını bireysel ve toplumsal düzeyde açıklar. • Psikoloji biliminin tarihsel gelişimini ve temel bakış açılarını değerlendirerek davranışa yönelik farklı perspektifleri karşılaştırır. • Algılama, güdülenme, duygu ve öğrenme süreçlerini açıklayarak tüketici davranışlarının psikolojik temellerini yorumlar • Tutum, kişilik ve kalıp yargıların bireysel karar süreçleri ve toplumsal yapı üzerindeki etkilerini analiz eder.

					davranış ilişkisine yönelik bakış açısının güçlendirilmesi hedeflenmektedir.	• Çatışma, stres ve stresle başa çıkma süreçlerini değerlendirerek davranışların toplumsal ve kültürel bağlamlarını tartışır. • Davranış bilimleri verilerini kullanarak reklam iletişimini psikolojik ve sosyal boyutlarıyla yorumlar. • Sosyal bilimler araştırma yöntemlerini kullanarak insan davranışlarına ilişkin basit örnekleri analiz eder. • İnsan davranışlarına ilişkin bilgileri yenilikçi pazarlama stratejileri ve toplumsal fayda odaklı yaklaşımlarla ilişkilendirir. • Davranış bilimleri alanındaki akademik kaynakları takip eder ve bunları yazılı ya da sözlü özetler. • Davranış bilimlerinin iş sağlığı, güvenliği ve toplumsal sorumlulukla ilişkili temel tartışmalarını tanımlar.
Zorunlu	0907123-0908123	KÜLTÜREL ANTROPOLOJİ	3+0	4	İnsan, toplum ve kültür arasındaki ilişkileri anlamak. Görsel işitsel içerikleri kültürel açıdan değerlendirmek. İnsan hakları ve kültürel ayrımcılık konusunda duyarlılık kazandırmak.	• Kültürün özelliklerini, türlerini ve süreçlerini bilir. • İnsan, kültür ve toplum arasındaki ilişkileri anlar. • Kültürel çeşitliliğin kaynaklarını ve gerekliliğini bilir. • Düşünüş biçimleriyle yaşam-geçim biçimleri arasındaki ilişkiyi çözümler. • Kültürel değişimlerin nedenlerini ve kaynaklarını bilir. Aile, evlilik ve yerleşme biçimlerini bilir. • Coğrafi ve iklim koşulları ile kültür arasındaki ilişkiyi çözümler. • Flora/fauna ve kültür arasındaki ilişkiyi bilir. İnsan hakları ve kültürel ayrımcılık konusunda duyarlılık kazanır. • Görsel işitsel içerikleri kültürel açıdan değerlendirir.
Zorunlu	0907124-0908124	İLETİŞİM TEORİLERİ	3+0	5	Bu ders kapsamında öncelikle iletişime ilişkin kavramlar ve tanımlamalar yapılarak iletişimin ne olduğu, nasıl işlediği ortaya konulacaktır. Anaakım paradigma ve eleştirel yaklaşım çerçevesinde iletişim çalışmaları ele alınacaktır. Anaakım yaklaşım içerisindeki temel modeller incelenecek ve geleneksel yaklaşım	• Konuya ilişkin temel kavramları tanımlar. • Teorilerin toplumsal yaşamla olan bağlarını kurar. • Sosyal sorunlara yaklaşımda iletişim teorilerinden nasıl yararlanılabileceğini bilir. • Medyanın üretim biçimini bilir. • İletişim alanında anaakım ve eleştirel yaklaşımın birey, toplum ve kitle iletişimi çözümlemesine ilişkin değerlendirmelerde bulunur. • Eleştirel düşünce ve sorgulama yeteneği kazanır. • İçinde yaşadığı toplumun medya pratiklerini analiz eder.

					çerçevesinde çözümleme yapan kuramcıların görüşleri değerlendirilecektir. Anaakım yanında eleştirel araştırmaların iletişimi anlamlandırma biçimleri; Marksist paradigmanın birey, toplum ve iletişim çözümlemelerindeki temel kavramlar; kuramcıların görüşleri; Frankfurt Okulu'nun tarihsel gelişimi; Yapısalcılık; Ekonomi Politik Yaklaşım; Kültürel Çalışmalar; Alımlama Çalışmaları; Feminist Medya Çalışmaları ders kapsamında anlatılacaktır.	• Medyadaki ırkçı, cinsiyetçi, ayrımcı söylemleri çözümler. • İktidar ilişkilerini çözümler. • Alanının kuramsal boyutunda yetkinlik gösterir.
Zorunlu	0907127-0908127	PAZARLAMA VE İLETİŞİMİ	3+0	5	Öğrencinin pazarlama ile satışın arasındaki farkı bilmesini sağlamak, pazarlama iletişim sürecini reklam ve marka ile bağdaştırabilen ve swot analizi yaparak pazarlama stratejileri üretebilmesini sağlamaktır.	• Pazarlama iletişiminde etik ilkelere ve toplumsal sorumluluk bilincine uygun hareket edebilme. • Pazarlama ve iletişim kavramlarını, süreçlerini ve işletmelerdeki önemini açıklayabilme. • Tüketici davranışlarını, hedef kitleyi ve pazar dinamiklerini analiz edebilme. • Pazarlama stratejileri ile kurumsal iletişim planlarını bütünleştirebilme. • Reklam, halkla ilişkiler, dijital pazarlama ve sosyal medya iletişimi gibi araçları etkin kullanabilme. • Reklam, halkla ilişkiler, dijital pazarlama ve sosyal medya iletişimi gibi araçları etkin kullanabilme • Hedef kitleye uygun, ikna edici ve yaratıcı iletişim mesajları tasarlayabilme. • Ulusal ve uluslararası pazarlama iletişim uygulamalarını karşılaştırabilme • Gerçek hayattan alınan vaka analizlerinde çözüm önerileri geliştirebilme • Kriz iletişimi süreçlerini analiz eder. • Etik ve sürdürülebilir pazarlama ilkelerini değerlendirir.

						• Takım çalışması içinde pazarlama projesi geliştirir. • Pazarlama iletişimi alanında araştırma yapar ve rapor hazırlar. • Güncel pazarlama trendlerini yorumlar.
--	--	--	--	--	--	---

II. DÖNEM

DERS DURUMU	DERS KODU	DERS ADI	KREDİSİ	AKTS	DERSİN AMACI	ÖĞRENİM ÇIKTILARI
Zorunlu	0907216-0908216	TÜRK DİLİ-II	2+0	2	Bu dersin amacı, öğrencilerin Türkçe kelime, gramer, anlam ve yazma becerilerini geliştirmektir.	• Yazılı ve sözlü anlatım aracı olarak Türkçeyi doğru ve güzel kullanabilme yeteneğinin kazandırılması. • Dilbilgisi konularının, kuramsal bilgiler olarak değil, metinler üzerinde yaptırılacak uygulama, gözlem ve değerlendirmelerle kavratılması. • Türkçenin dünyanın sayılı büyük dillerinden biri olduğunun ve bu dille büyük eserler verildiğinin örnekleriyle anlatılması. Öğrencilere bir bilim ve kültür dilinin taşıyıcısı olduklarının kavratılması. • Mustafa Kemal Atatürk'ün bilimsel temeller üzerine kurarak gerçekleştirdiği yazı ve dil devrimlerini yüksek öğretim öğrencilerinin de bilimsel bir anlayışın sonucu olarak doğru biçimde kavrayıp değerlendirebilmelerinin sağlanması • Öğrencilere dinlediklerini, okuduklarını, incelik ve derinlikleriyle kavratmak öğrencilerin duyduklarını, gördüklerini, düşündüklerini ve anladıklarını söz ve yazı ile planlı, etkili ve akıcı bir biçimde anlatma yeteneklerinin geliştirilmesi
Zorunlu	0907214-0907214	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILÂP TARİHİ II	2+0	2	Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Dersi'nin amacı öğrencilere Türkiye Cumhuriyeti'nin hangi koşullarda nasıl kurulduğunu anlatarak, devletin temelini oluşturan Atatürk İlkelerini benimsetmek, Atatürk'ün asker	• İtilaf Devletlerinin Osmanlı Devleti'ni paylaşma projelerini bilir. • İmparatorluktan millî devlete geçiş sürecini gerekçeleri ile birlikte anlar ve değerlendirir. • Atatürk Dönemi dış politikasını bilir.

					kişiliği kadar, büyük devlet adamı, inkılâpçı kişiliği ve önderliğini, ırkçılığı reddeden milliyetçilik anlayışını, uluslararası barışın kurulması hususundaki çabalarını anlatmaktadır.	• Mustafa Kemal Atatürk'ün, Türkiye'nin muasır medeniyet seviyesinin üzerine çıkarılması, fikrini anlar. • Atatürk Dönemi ekonomi politikasını bilir. • Milli Mücadele dönemi hakkında bilgi edinerek mücadelenin ruhunu kavrar. • Güncel konuları tarihi bilgiler ışığında değerlendirebilme yeteneği kazanır. • Konu alanı ile ilgili kavramları bilir. • Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunu ve yapılan İnkılâpları bilir. • Çok Partili hayata geçiş sürecini öğrenir.
Zorunlu	0907215-0908215	YABANCI DİL-II	2+0	2	Dersin amacı, İngilizce diline ait gramer kurallarının öğretilmesi, uygulanması ve bu dilde okuma, yazma, dinleme ve konuşma yetenekleri oluşturulması ve geliştirilmesidir.	• İngilizce dil bilgisi kuralları bilgisine sahip olur. • İngilizce dilinde yazılmış bir metni tanıyabilir ve yorumlayabilir. • İngilizce temel kelime bilgisine sahip olur. • Pre-intermediate seviyeden başlayarak Intermediate seviyesindeki metinleri okuyup anlayabilir. • Kendisini İngilizce olarak tanıtabilir ve kısa sorulara yanıt verebilir.
Zorunlu	0907221-0907221-	İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ	2+0	2	Bu dersin amacı, öğrencilerin iş sağlığı ve güvenliği alanına ilişkin temel kavramları, mevzuatı, risk değerlendirme süreçlerini ve önleyici yaklaşımları öğrenmelerini sağlamak, iş kazaları ve meslek hastalıklarının nedenlerini analiz edebilen, güvenli çalışma kültürünü benimseyen ve sürdürülebilir bir iş ortamı oluşturulmasına katkı sunabilecek bilgi ve farkındalığa sahip bireyler yetiştirmektir.	• İş sağlığı ve güvenliği kavramlarını ve temel ilkelerini tanımlayabilir. • İş sağlığı ve güvenliğinin çalışma yaşamındaki önemini ve kapsamını açıklayabilir. • İş sağlığı ve güvenliği algısını bireysel ve örgütsel düzeyde değerlendirebilir. • İş kazaları ve meslek hastalıklarının nedenlerini ve sonuçlarını analiz edebilir. • İş kazalarının ve meslek hastalıklarının önlenmesine yönelik temel yaklaşımları açıklayabilir. • İş güvenliği hizmetlerinin kapsamını ve işlevlerini açıklayabilir. • İş yerlerinde iş sağlığı ve güvenliği organizasyon yapısını tanımlayabilir. • İş sağlığı ve güvenliği ile ilgili mevzuatın temel çerçevesini açıklayabilir.

						İş sağlığı ve güvenliği alanına ilişkin kavram ve terminolojiyi doğru şekilde kullanabilir.
Zorunlu	0907222-0908222-	DAVRANIŞ BİLİMLERİ-II	3+0	4	Bu dersin amacı, birey ve toplum ilişkisini anlamaya yönelik temel bir bakış açısı kazandırmaktır. Ders kapsamında öğrencilerin toplumsallaşma, kültür, toplumsal etkileşim, eşitsizlik ve toplumsal değişim gibi temel konular hakkında bilgi edinmeleri ve toplumsal olguları eleştirel bir gözle değerlendirebilmeleri hedeflenmektedir.	- Sosyolojinin temel kavramlarını ve sosyolojik perspektifleri açıklayabilir. - Toplumsallaşma sürecini ve kültürün toplumsal yaşam üzerindeki etkilerini değerlendirebilir. - Farklı toplum tiplerini ve bu toplumların yapısal özelliklerini ayırt edebilir. - Toplumsal etkileşim biçimlerini analiz edebilir. - Toplumsallaşmanın araçlarını ve birey üzerindeki rollerini tartışabilir. - Toplumsal grupları ve toplumsal tabakalaşmayı açıklayabilir. - Toplumsal hareketliliğin nedenlerini ve sonuçlarını inceleyebilir. - Toplumsal eşitsizlik türlerini ve bu eşitsizliklerin toplum üzerindeki etkilerini değerlendirebilir. - Toplumsal sapma ve suç olgusunu sosyolojik açıdan yorumlayabilir. - Toplumsal değişmeyi, buna bağlı olarak küreselleşmeyi bilir. Toplumsal psikolojiyi etkileyen faktörleri analiz ederek yeni yorumlar geliştirebilir.
Zorunlu	0907223-0908223-	SANAT VE GÖRSEL ANLATI	3+0	4	Öğrencilerin sanat kavramı, sanat akımları ve estetik kuramlar hakkında temel bilgi edinmelerini sağlamak; görsel kültür ve görsel okuryazarlık konularında farkındalık kazandırarak, görsel iletişim araçlarını analiz edebilme becerilerini geliştirmektir. Ayrıca, fotoğraf sanatı ve estetiği üzerinden görsel anlatım biçimlerini kavrayarak, öğrencilerin hem kuramsal hem uygulamalı olarak görsel analiz	- Öğrenciler, sanat kavramı, sanat akımları ve estetik kuramlar hakkında temel bilgi edinerek, bu bilgileri reklam ve marka iletişimi bağlamında yaratıcı içerik geliştirmede kullanır. Öğrenciler, görsel anlatının temel öğelerini tanımlar ve görsel düşünme ile görsel tasarım yaklaşımlarını kullanarak reklam iletişiminde uygulanabilir çözümler üretir. - Öğrenciler, görsel iletişim ve görsel analiz yöntemlerini kullanarak reklam ve medya içeriklerini eleştirel biçimde değerlendirir. - Öğrenciler, fotoğraf sanatının estetik boyutlarını analiz ederek görsel kompozisyon tasarlar ve bunu reklam iletişimi sürecine entegre eder. - Öğrenciler, görsel okuryazarlık becerilerini geliştirerek reklamda görüntü dili ve estetik ilişkisini yorumlar.

					ve kompozisyon üretimi konusunda yetkinlik kazanmaları hedeflenmektedir.	- Öğrenciler, kültürel ve toplumsal bağlamları dikkate alarak görsel kültür ürünlerini inceler ve pazarlama iletişimi stratejilerini eleştirel biçimde değerlendirir. - Öğrenciler, görsel sanatların ifade biçimlerinden yararlanarak yenilikçi ve yaratıcı reklam kampanyaları için içerik üretir. - Öğrenciler, görsel anlatım biçimleri üzerinden disiplinler arası yaklaşımlar geliştirerek reklamın yaratıcı endüstrilerdeki konumunu analiz eder. - Öğrenciler, bireysel ve grup çalışmaları yoluyla görsel analiz ve kompozisyon üretiminde sorumluluk alır ve iş birliği becerisi geliştirir.
Zorunlu	0907224-0908224-	MEDYA KÜLTÜR TOPLUM	3+0	4	Bu derste yapılacak okumalar çerçevesinde toplumsal yapı, birey, toplum ve medya ilişkisi incelenecektir. Ders kapsamında gelenekselden moderne dönüşüm süreçleri ele alınacaktır. Kültür olgusu ve medya siyaset ilişkisinin elle alınacağı derste gösteri toplumu kavramsallaştırması tartışılacaktır. Tüketim toplumu yaklaşımları incelenerek reklam-tüketim bağı kurulacak, tüketim-medya, medya-şiddet, medya-cinsiyet stereotipleri anlatılacak, yeni medya üzerinde durulacaktır.	- Medya-Toplum ilişkisini bilir. - Kültür tanımlamalarını bilir. - Toplumsal yapı, birey, kültür bağı kurar. - Geleneksel ve modern yapıları bilir. - Kimlik olgusunu tanımlar ve imajı analiz eder. - Medya gösterisi ve gösteri kültürünü yorumlar. - Tüketim ve tüketim yaklaşımlarını bilir. - Tüketim-reklam ilişkisini kurar. - Medyanın toplumsal cinsiyet üretimini analiz edebilir. - Geleneksel ve yeni medyayı eleştirel okuyabilir.
Zorunlu	0907226-0908226	REKLAMCILIĞIN TEMELLERİ	3+0	5	Bu dersin amacı öğrencilerin temel reklamcılık terimleri, reklam mekanizmaları ile işleyişleri hakkında temel düzeyde bilgi sahibi olmalarını sağlamaktır.	- Reklam ve diğer pazarlama iletişimi türlerini tanımlayabilir - Pazarlama ve pazarlama iletişimi içinde reklamın rolünü kavrar. Reklamın ürün, marka veya kurumlar için yapabileceklerini bilir. - İkna edici içerik türlerini birbirinden ayırabilir. - Bir içeriğin reklam olup olmadığına karar verebilir. - Müşteri beklentilerini anlayabilir.

						• Reklam türlerini bilir. Müşteri gereksinimlerine göre uygun türü\türleri seçebilir. • Müşteri ihtiyaçlarına uygun reklam ortamını seçebilir. • Reklam ajanslarının yapısı ve işleyişi hakkında bilgi sahibidir. • Reklam ajansı türlerini bilir. • Reklam iş akış sürecinin aşamalarını bilir.
Zorunlu	0907227-0908227	YARATICI KÜLTÜR ENDÜSTRİLERİ	3+0	5	Bu dersin amacı, öğrencilerin yaratıcı endüstrileri gündelik yaşam, tüketim kültürü ve popüler örnekler üzerinden tanımalarını ve reklamcılığın bu endüstriler içindeki konumunu, sembolik değer üretimi ve hikâyeleştirme süreçleri bağlamında kavramalarını sağlamaktır.	• Yaratıcı endüstri kavramını; sanat, kültür, ekonomi ve endüstri kavramlarından ayırt ederek temel özellikleriyle açıklar. • Yaratıcı endüstrilerin gündelik yaşam, tüketim pratikleri ve popüler kültürle olan ilişkisini somut örnekler üzerinden yorumlar. • Reklamcılığın yaratıcı endüstriler içindeki konumunu ve diğer yaratıcı alanlarla (tasarım, medya, deneyim, kültür) ilişkisini açıklar. • Bir ürünün ya da hizmetin yalnızca maddi değil, sembolik ve anlatsal (hikâye temelli) değer kazanma süreçlerini analiz eder. Yaratıcılığın bireysel bir yetenekten ziyade; sosyal, kültürel ve örgütsel bağlamlar içinde şekillenen bir süreç olduğunu kavrar. Yaratıcı üretimin ekipler, projeler, ağlar ve mekânlar (şehirler, yaratıcı kümeler) üzerinden nasıl örgütlendiğini örneklerle açıklar. • Markalı deneyim alanları, medya içerikleri ve dijital platformlar üzerinden yaratıcı endüstrilerin işleyiş mantığını değerlendirir. Dijitalleşme, yeni medya ve teknolojik dönüşümlerin yaratıcı endüstriler ve reklamcılık üzerindeki etkilerini yorumlar. • Yaratıcı emek, görünürlük, yıldızlaşma ve eşitsizlik kavramlarını popüler kültür ve reklamcılık bağlamında tartışır. • Yaratıcı endüstriler alanında edindiği kavramsal bilgiyi, reklamcılık mesleğine ve sektörel pratiklere dair farkındalık geliştirmek için kullanır.

III. DÖNEM

DERS DURUMU	DERS KODU	DERS ADI	KREDİSİ	AKTS	DERSİN AMACI	ÖĞRENİM ÇIKTILARI
Zorunlu	0907324-0908324	SOSYAL BİLİMLERDE ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ	3+0	4	Bu dersin amacı, bilimsel araştırma sürecinin temellerini anlamak ve araştırma yöntemlerini etkili bir şekilde kullanabilme becerisini kazandırmaktır. Öğrenciler, bilim ve bilim felsefesi konularında bilgi edinerek, araştırma konusu seçme, hipotez geliştirme ve literatür taraması yapma becerilerini kazanacaklardır. Ayrıca, araştırma yöntemleri (gözlem, görüşme, anket, içerik analizi, deney) ve etik kurallar üzerine çalışarak, araştırma verilerini toplama, analiz etme ve yorumlama yetkinliklerini geliştireceklerdir.	- Bilim, bilimsellik ve bilim felsefesinin temel kavramlarını açıklayabilir. - Sosyal bilimler alanında uygun araştırma konuları belirleyebilir ve araştırma sürecini sistematik bir şekilde planlayabilir; konuya karar verme aşamalarını uygulayabilir. - Bilimsel araştırmalarda etik ilke ve kuralları tanımlayabilir; araştırma sürecinde etik sorunları fark edebilir. - Literatür taraması yapar, kaynak gösterme kurallarını uygulayabilir. - Araştırma soruları oluşturabilir ve araştırma sorularına uygun hipotezler geliştirebilir - Evren ve örneklem kavramlarını açıklayabilir; araştırma amacına uygun örnekleme yöntemlerini seçebilir ve uygulayabilir. - Bağımlı ve bağımsız değişken kavramlarını tanımlayabilir; değişkenler arasındaki ilişkileri kurabilir. - Sosyal bilim araştırmalarında kullanılan veri toplama yöntemlerini (gözlem, görüşme, anket, içerik analizi, deney) bilir, bunları karşılaştırabilir ve araştırma problemine en uygun yöntemi seçebilir. - Anket soruları tasarlayabilir; farklı soru türlerini kullanabilir ve anket formunu bilimsel standartlara uygun şekilde düzenleyebilir. - Araştırma sonuçlarını değerlendirebilir, bulguları bilimsel yöntemlerle yorumlayabilir ve sonuçları objektif bir şekilde raporlayabilir.
Zorunlu	0907328-0908328	AKADEMİK İNGİLİZCE	3+0	4	Bu ders, öğrencilerin akademik İngilizce becerilerini, akademik metinler, raporlar ve araştırma	- Temel akademik kelimeleri bilir. - Eğitim geçmişini ve kişisel bilgilerini sunabilir. - Özellikleri betimleyebilir, sunum yapabilir.

					makalelerinin yapısı ve düzenine odaklanarak geliştirmeyi amaçlamaktadır. Öğrenciler, etkili bir şekilde beyin fırtınası yapmayı, ana hatları belirlemeyi ve iyi yapılandırılmış paragraflar yazmayı öğrenirken, aynı zamanda düşüncelerini açık ve güvenle sunmayı da öğreneceklerdir. Ders, öğrencilerin yazılı ve sözlü ifadelerini geliştirmelerine yardımcı olmak için dilbilgisi ve kelime bilgisi üzerinde de durmaktadır.	• Bilgi Çağı'nı yazarak anlatabilir • Yenilik kavramını akademik bir yazıyla anlatabilir • Doğal çevre sorunlarını yazabilir. • Neden ve sonuç ilişkisini kurarak paragraf yazabilir • Karşılaştırma, zıtlık ve neden-sonuç yapılarını kullanarak paragraf yazabilir. • Sayıları ve grafikleri açıklayarak rapor yazabilir. • Bir raporda kavramları tanımlayabilir ve açıklayabilir. • Bir raporda değişim ve eğilimleri anlatabilir. • Gerçek ve görüş arasındaki farkı anlayabilir. • Farklı bakış açılarını tanıyabilir. • Soru sorma ve anket hazırlama gibi araştırma tekniklerini bilir.
Zorunlu	0907334-0908334	REKLAMDA STRATEJİ VE YARATICILIK	3+0	4	Bu dersin amacı, öğrencilerin stratejinin pazarlama iletişimindeki yerini ve reklamcılığın stratejik rolünü kavrayabilmesini; pazarlama problemini doğru şekilde tanımlayarak brief ve yaratıcı brief hazırlayabilmesini; hedef kitle, ürün/marka ve rekabet analizlerini yorumlayıp stratejik fikir ve mesajlar geliştirebilmesini; ve tüm bunları kullanarak entegre reklam kampanyalarının temellerini oluşturabilmesini sağlamaktır.	• Öğrenciler, pazarlama iletişiminde strateji kavramını tanımlar ve reklamın strateji geliştirme sürecindeki rolünü açıklar. • Öğrenciler, reklam kampanyalarının stratejik planlama sürecini; pazarlama problemi, hedef kitle, marka ve rekabet analizleri doğrultusunda değerlendirir. • Öğrenciler, reklam stratejisinin geliştirilme sürecinde reklam briefi, debrief ve yaratıcı brief hazırlar ve uygular. • Öğrenciler, hedef kitlenin demografik, psikografik ve davranışsal özelliklerini analiz ederek tüketici içgörülerini geliştirir. • Öğrenciler, pazarlama problemi, tüketici içgörüsü ve marka vaadi doğrultusunda stratejik önerme ve yaratıcı fikir geliştirir. • Öğrenciler, reklam ajanslarının çalışma yapısını, stratejik planlama sürecini ve yaratıcı geliştirme süreçlerini değerlendirir. Öğrenciler, stratejik önerme doğrultusunda yaratıcı mesaj stratejileri ve reklam çekiciliklerini kullanarak farklı iletişim mecralarına yönelik iletişim önerileri geliştirir.

						• Öğrenciler, araştırma bulgularını, tüketici içgörülerini ve stratejik analizleri reklam kararlarının geliştirilmesi ve gerekçelendirilmesinde kullanır. • Öğrenciler, bireysel ve ekip çalışmaları kapsamında reklam stratejilerini yaratıcı uygulamalara dönüştürerek çözüm önerileri geliştirir. • Öğrenciler, ekip çalışmasıyla geliştirdikleri stratejik reklam önerilerini profesyonel biçimde sunar ve savunur.
Zorunlu	0907330-0908330	HUKUKUN TEMEL KAVRAMLARI	3+0	3	Hukukun temel kavramlarının incelenmesi dersin başlıca amacını oluşturur. Birtakım kavramlara (hak, hukuk, kamu hukuku, özel hukuk, eşitlik-özgürlük, otorite-özgürlük, meşru müdafaa, iyi niyet, zaruret hali, dürüstlük ilkesi vb.) ilişkin mukayeseli ve teorik bilgilerin pratik yansımaları aktarılmaya çalışılır.	• Hâkimin takdir yetkisinin önemi ve işlevi konusunda bilgi sahibi olur. • Hukukun güncel sorunları hakkında bilgi ve bilinç düzeyini geliştirebilir. • Farklı hukuk sistemlerini mukayese edebilir. • Hukuk kurallarının uygulanmasında karşılaşılan temel sorunlara ilişkin birtakım çözüm önerileri geliştirebilir. • Kamu hukukunun ve özel hukukun alt dallarına ilişkin bilgi edinir. • Hakların kazanılması ve korunması yolları hakkında bilgi sahibi olur. • Hak, hukuk ve devlet kavramları hakkında bilgi ve bilinç düzeyini geliştirebilir. • Temel hakların ihlali durumunda hangi koruma mekanizmalarına başvurulabileceği konusunda bilgi edinir. • Devlet ve toplum ilişkilerine ve insan haklarının pratik sorunlarına yönelik olarak bilgi ve duyarlılık düzeyini artırabilir. • Hukuki işlemlerin çeşitleri hakkında bilgi edinir.
Zorunlu	0907331-0908331	REKLAM TEORİLERİ	3+0	3	Dersin en temel amacı, Reklam nasıl işler? sorusunun alternatif açıklamalarını sunarak reklamın etki mekanizmasını açıklayabilmektir.	• Tüketicinin nasıl karar verdiğini bilir. • Tüketici karar verme süreçleri ile ilgili temel kavramları bilir. • Reklam iletişiminin tüketici karar süreçlerini nasıl belirlediğini bilir. • Öğrenme gibi psikolojik süreçlerin reklam iletişiminde nasıl işlediğini bilir. • Reklam etkililiği kavramını açıklayabilir.

						• Reklam etki sürecini psikolojik ve bilişsel açıdan açıklayabilir. • Satın alma davranışı ve tüketici karar süreçlerine dair alternatif açıklamalar yapabilir. • Tüketici karar süreçleri ve reklam etki süreçlerine dair öğrendiklerinin reklam pratiğindeki rolünü anlar. • Reklam stratejisi kurulmasında reklam teorilerinin katkısını anlar. • Ürün, hedef kitle gibi faktörlerin reklam stratejisi kurulmasındaki rolünü açıklayabilir.
Zorunlu	0907332-0908332	TÜKETİCİ DAVRANIŞI	3+0	3	Bu ders ile bireyin tüketim davranışına etki eden içsel ve dışsal faktörlerin anlaşılmasını sağlayarak tüketici davranışının tüm dinamiklerinin öğretilmesi amaçlanmaktadır. Ders kapsamında sürekli değişen tüketim olgusu ve güncel tüketici trendleri hakkında öğrenciler bilgilendirilir. Öğrencilerin tüketici davranışı ve tüketim alışkanlıklarına dair edindikleri teorik bilgileri pazarlama iletişimi ve reklam kampanyalarında etkin olarak kullanmalarını sağlamak amaçlanır.	• Tüketim, tüketici, müşteri kavramları bilinir. • Tüketici satın alma karar süreci öğrenilir. • Tüketici davranışında zihinsel faktörler kavranır. • Tüketici davranışında sosyal faktörler kavranır. • Tüketici davranışında durumsal faktörler kavranır. • Tüketici davranışında pazarlama iletişimi faktörleri kavranır. • Tüketiciyi ikna etme stratejileri öğrenilir. • Tüketici davranışları dijitalleşme perspektifiyle anlaşılır. • Tüketici trendlerini takip etme yöntemleri öğrenilir. • Tüketici davranışlarının motivasyonlarını anlama ve pazarlama, reklamcılık alanıyla ilişkisini kurma becerisine sahip olunur.
Zorunlu	0907333-0908333	HALKLA İLİŞKİLER	3+0	3	Halkla ilişkilerin temel kavramları, tarihsel gelişimi ve ilişkili olduğu diğer alanlarla farklılıkları/benzerliklerine ilişkin bilgi birikiminin oluşturulması, halkla ilişkiler etkinliklerinin çağdaş yöntem ve tekniklerinin öğretilmesi.	• Halkla ilişkilerle ilgili kavramları tanımlayabilir, diğer alanlardan farkını belirler. • Halkla ilişkilere ilişkin kuramsal bilgi edinir. • Halkla ilişkilerin Dünyada ve Türkiye’deki gelişimi hakkında bilgi birikimine sahip olur. • Halkla ilişkilere ilişkin egemen ve eleştirel bakış açılarını bilir. • Halkla ilişkilerin siyasal bağı ve özel sektör bağı kurar.

						- Halkla ilişkiler uygulamalarını bilir ve bu alanlarda çalışmalar yapar. - Halkla ilişkilerde kullanılan araçları tanır, kullanır. - Halkla ilişkiler kampanyası planlar ve uygular. - Halkla İlişkilerin sınırları, sorunları ve geleceğini kavrar. - Halkla ilişkilerin geleceğine ilişkin öngörülerde bulunur.
Zorunlu	0907329-0908329	SİYASET FELSEFESİ	3+0	3	"Siyaset Felsefesinin Temelleri: Reklamcılıkta İktidar, Etik ve Toplumu Anlamak" a) Bu dersin amacı, öğrencilere Siyaset Felsefesi'nin temel kavramlarını (iktidar, özgürlük, adalet, eşitlik, meşruiyet, toplum sözleşmesi) ve bu kavramların tarihsel evrimini Antik Çağ'dan Dijital Çağ'a kadar temel düzeyde öğretmek. b) Önemli düşünürlerin (Platon, Aristoteles, Machiavelli, Rousseau, Marx, Foucault, Chomsky, Han vb.) fikirlerini analiz ederek, bu teorilerin günümüz toplumunu ve reklamcılık pratiklerini nasıl şekillendirdiğini keşfetmek. c) Eleştirel düşünme becerilerini geliştirerek, reklam metinlerinde ve kampanyalarda gizli kalmış ideolojik, ezoterik vb. mesajları, iktidar ilişkilerini ve etik ikilemleri tespit edebilmek. d) Toplumsal sorumluluk bilinciyle hareket eden, manipülasyona karşı dirençli ve etik kararlar alabilen iletişimciler yetiştirmek	- Siyaset felsefesinin temel kavramlarını (iktidar, meşruiyet, özgürlük, adalet, eşitlik) tanımlayabilir ve günlük siyasi söylemlerdeki kullanımlarını çözümleyebilir. - Platon, Aristoteles, Machiavelli, Marx, Foucault gibi temel siyaset filozoflarının kuramlarını özetleyebilir ve bu kuramların günümüz tüketim toplumu ve reklamcılık pratikleriyle ilişkisini kurabilir. - Reklam metinlerini ve görsellerini, arkalarındaki iktidar, sınıf, toplumsal cinsiyet ve özgürlük söylemlerini eleştirel bir bakış açısıyla analiz edebilir. - Meta fetişizmi, yabancılaşma, disiplin toplumu, biyo-iktidar, simülakr gibi ileri düzey kavramları açıklayabilir ve dijital çağdaki tezahürlerini (sosyal medya, influencerlar, algoritmalar) örneklerle ilişkilendirebilir. "Yeşil aklama" (greenwashing), "gözetim kapitalizmi" ve "algı yönetimi" gibi modern stratejileri tanımlayabilir ve bunların tüketici davranışları ile demokratik süreçler üzerindeki etkilerini değerlendirebilir. - Sosyal medya platformlarının iş modellerini ("ürününüz sizsiniz") anlayabilir ve kişisel verilerin iktidar ve kontrol aracı olarak nasıl kullanıldığını tartışabilir. - Liberalizm ve neoliberalizm gibi ideolojilerin, bireysel özgürlük söylemlerini tüketim kültürü içinde nasıl dönüştürdüğünü eleştirel bir bakışla yorumlayabilir. - Güncel siyasi ve ticari kampanyaları (seçim propagandaları, sosyal sorumluluk projeleri) siyaset felsefesi kuramları ışığında inceleyebilir ve ardındaki ideolojik mesajları deşifre edebilir. - Felsefi bir kavramı (örneğin, Marx'ın yabancılaşma kuramı veya Foucault'nun panoptikonu) temel alarak, mevcut bir

					Reklamlar yalnızca ürün satmaz; toplumun değerlerini, siyasi tercihlerini ve kolektif bilinçaltını şekillendirir. Bir reklam metnindeki "özgürlük" vurgusu, Rousseau'nun toplum sözleşmesiyle nasıl ilişkilidir? Lüks markaların "statü" vurgusu, Marx'ın sınıf mücadelesi teorisini nasıl yansıtır? Bu ders, öğrencilere "Satın Alma"nın ötesinde bir okuma yeteneği kazandırmayı amaçlamaktadır.	reklamı yeniden yorumlayan veya eleştiren yaratıcı bir proje (parodi reklam, video, sunum) tasarlayabilir. Gündelik hayatta karşılaştığı bilgi, reklam ve siyasi söylemleri eleştirel bir okuryazarlıkla sorgulama ve felsefi bir bakış açısı geliştirme becerisi kazanır.
Zorunlu	0907336-0908336	REKLAMDA GÖRSEL DÜŞÜNME VE TASARIM-I	3+0	3	Öğrencilerin reklamcılık alanında herhangi bir görsel tasarım üretim sorununu estetik, iletişim ve tasarım boyutu ile ele alarak çözümleyebilecek teorik yeterliliğe ulaştırılması amaçlanmaktadır.	Öğrencilerin herhangi bir görsel tasarım üretim sorununu estetik, iletişim ve tasarım boyutu ile ele alarak çözümleyebilecek teorik yeterliliğe ulaşır.

IV. DÖNEM

DERS DURUMU	DERS KODU	DERS ADI	KREDİSİ	AKTS	DERSİN AMACI	ÖĞRENİM ÇIKTILARI
Zorunlu	0907427-0908427	DAVRANIŞSAL EKONOMİ	3+0	4	Bu dersin amacı, bireylerin ve kurumların ekonomik karar alma süreçlerini psikolojik, sosyal ve bilişsel faktörler çerçevesinde incelemek; klasik ekonomi teorilerinin varsayımlarını davranışsal yaklaşımlar ile karşılaştırarak gerçek hayattaki tüketici, yatırımcı ve karar verici	- Davranışsal ekonominin temel kavramlarını açıklar. Klasik ekonomi ile farklarını karşılaştırır. - Bireylerin karar alma süreçlerini analiz eder. Sınırlı rasyonellik kavramını yorumlar. - Karar alma sürecindeki bilişsel hataları tanımlar. Günlük yaşam örnekleriyle ilişkilendirir. - Heuristik yaklaşımların ekonomik davranışlara etkisini açıklar.

					davranışlarını analiz edebilmelerini sağlamaktır. Ders kapsamında öğrencilerin; sezgiler, önyargılar, sınırlı rasyonellik, dürtüsel davranışlar, risk algısı ve karar verme süreçlerinin ekonomi üzerindeki etkilerini değerlendirme becerisi kazanmaları hedeflenmektedir.	• Prospect Theory temel ilkelerini açıklar. Risk algısını değerlendirir. • Risk altında karar verme davranışlarını analiz eder. • Bireylerin zaman tercihlerini yorumlar. Erteleme davranışının ekonomik etkilerini açıklar. • Nudge Theory uygulamalarını değerlendirir. Kamu politikalarındaki etkilerini tartışır. • Tüketici kararlarının psikolojik boyutlarını analiz eder. • Finansal kararlardaki irrasyonel davranışları açıklar. • Pazarlama stratejilerinde davranışsal teknikleri değerlendirir. • Bireylerin sosyal norm ve adalet algılarını yorumlar. • Davranışsal ekonomi uygulamalarının kamu politikalarına etkisini açıklar. • Dijital platformların birey davranışlarına etkisini analiz eder. • Dönem boyunca öğrenilen kavramları bütüncül şekilde değerlendirir.
Zorunlu	0907428-0908428	MESLEKİ İNGİLİZCE	3+0	4	Bu ders, öğrencilerin reklamcılık alanında kullanılan temel kavramları, departmanların sorumluluklarını ve sektöre özgü uygulamaları İngilizce olarak öğrenmelerini amaçlamaktadır. Öğrencilerin, mesleki kelime dağarcıklarını geliştirerek etkili iletişim kurma ve profesyonel ortamda İngilizceyi doğru kullanma becerileri kazanmaları hedeflenmektedir. Ders kapsamında müşteri bulma yöntemlerinden pazarlama stratejilerine, reklam tasarımından fuar organizasyonlarına kadar sektöre dair önemli başlıklar ele alınmaktadır.	• Alanındaki temel kavramları ve teknik terminolojiyi İngilizce olarak tanımlar. • Kurumsal yapıları, görev tanımlarını ve mesleki sorumlulukları hedef dilde ifade eder. • Sektörel araştırma yöntemlerini ve veri toplama süreçlerini mesleki bir çerçevede yürütür. • Stratejik planlama süreçlerini ve uygulama yöntemlerini mesleki terminoloji kullanarak analiz eder. • İletişim kanallarını, sektörel standartları ve operasyonel süreçleri teknik İngilizce ile değerlendirir. • Mesleki projelerin ve süreçlerin yönetim aşamalarını İngilizce dilinde koordine eder. • Reklam ve pazarlama stratejilerini profesyonel bir dille sunar ve savunur. • Hedef kitle analizlerini ve tüketici davranışlarını mesleki literatüre uygun şekilde raporlar. • Sektörel etik kuralları ve yasal düzenlemeleri İngilizce kaynaklardan takip ederek yorumlar.

						• Yaratıcı süreçleri ve kampanya fikirlerini teknik İngilizce yetkinliğiyle yazılı ve sözlü olarak aktarır.
Zorunlu	0907436-0908436	REKLAMDA GÖRSEL DÜŞÜNME VE TASARIM-II	3+0	4	Öğrencilerin reklam görsel tasarımlarında karşılaştıkları sorunun çözümüne yönelik olarak, düşünce geliştirme, planlama ve uygulama yetilerini geliştirmek	• Öğrencilerin görsel algılarının estetik kavrama ve değerlendirme yönleri geliştirilir. • Grafik tasarım veya görsel tasarım sürecini planlayabilir. • Estetik kaygı ile görsel içerik tasarımı ve uygulamasını yapar. • Görsel fikirleri yaratıcı süreçte planlayarak uygular • Görsel içeriğin, iletişim sorunlarını algılar, değerlendirir ve çözüm getirebilir.
Zorunlu	0907430-0908430-	MEDYA OKURYAZARLIĞI	3+0	3	Bu dersin amacı; öğrencilerin medya içeriklerini üretildikleri yapısal, ekonomik ve ideolojik bağlam içinde değerlendirebilmelerini, medya mesajlarının nasıl inşa edildiğini, hangi anlam ve yönlendirme stratejileriyle dolaşıma girdiğini çözümleyebilmelerini ve geleneksel ile dijital medya ortamlarında karşılaştıkları içeriklere eleştirel, etik ve bilinçli bir okuma becerisiyle yaklaşabilmelerini sağlamaktır. Ders kapsamında öğrencilerin, özellikle reklam ve dijital medya bağlamında, bilgi, gerçeklik, temsil, ikna ve sorumluluk ilişkilerini kavrayarak medya okuryazarı bireyler olarak konumlanmaları hedeflenmektedir.	• Medya, okuryazarlık ve medya okuryazarlığı kavramlarını tanımlar ve bu kavramlar arasındaki ilişkileri açıklar. • Geleneksel medya ile dijital medya arasındaki yapısal, ekonomik ve ideolojik farkları karşılaştırır. • Medya mesajlarının üretim sürecini, kodlama ve kod açımı çerçevesinde analiz eder. • Medya içeriklerinde kullanılan dilsel, görsel ve sembolik unsurları eleştirel bir bakışla değerlendirir. • Medya temsilleri, stereotipler ve kimlik inşası arasındaki ilişkiyi örnekler üzerinden tartışır. • Medya okuryazarlığına yönelik aşılamacı, korumacı, çözümlemeci, eleştirel ve güçlendirici yaklaşımları ayırt eder. • Medyada etik, sorumluluk, kamu yararı, siber zorbalık ve nefret söylemi gibi konuları eleştirel bir perspektifle değerlendirir. • Reklam iletilerini eleştirel biçimde çözümleyerek reklamın ikna stratejilerini, hedef kitleye yönelik mesajlarını ve tüketim kültürüyle ilişkisini değerlendirebilir. • Dijital medya ortamlarında bilgi doğrulama yapar ve dezenformasyon türlerini (misenformasyon, malenformasyon) ayırt eder. • Dijital, veri, algoritmik ve yapay zekâ okuryazarlığı bağlamında medya kullanımına yönelik farkındalık geliştirir.

Zorunlu	0907431-0908431	MARKA İLETİŞİMİ VE YÖNETİMİ	3+0	3	Bu dersin amacı, markanın iletişimdeki stratejik rolünü kavramak ve markanın yönetim sürecinde izlenmesi gereken temel adımları analiz etmektir. Öğrenciler marka değeri oluşturma, konumlandırma, sadakat ve marka kimliği gibi kavramları örnekler ve uygulamalarla öğreneceklerdir.	• Öğrenciler marka iletişiminin temel kavramlarını açıklayabilir. • Öğrenciler konumlandırma ve sadakat stratejilerini örneklerle değerlendirebilir. • Öğrenciler bir ürün veya hizmet için marka imajı önerisi geliştirebilir. • Marka tescil kavramı ve süreçlerini öğrenirler • Marka tescil ve patent süreçlerini öğrenirler. • Marka değer kavramını ve etkileyen faktörlerini yönetirler. • Markayı belleğe yerleştirmenin yollarını bilirler ve uygularlar. • Marka değer modellerini ve nerede kullanacaklarını öğrenirler. • Mal ile marka kavramlarını çerçeveleme yöntemiyle anlatabilirler. • Firmalara marka yol haritası çıkartmayı öğrenirler.
Zorunlu	0907432-0908432	DİJİTAL PAZARLAMA VE REKLAMCILIK	3+0	3	Bu ders, dijital teknolojilerin reklamcılık üzerindeki etkilerini anlamayı; dijital pazarlama kanalları, kullanıcı davranışları, veri temelli hedefleme ve ölçümleme gibi alanlarda bilgi ve beceri kazandırmayı amaçlamaktadır. Ders neticesinde öğrenciler dijital kampanya süreçlerini analiz edebilir ve bütünleşik dijital pazarlama stratejileri geliştirebilir.	• Dijital teknolojilerin reklamcılık üzerindeki etkilerini kavramsal düzeyde açıklar. • Tüketici yolculuğunda dijital temas noktalarını analiz ederek farklı mecraların rolünü değerlendirir. • Veri temelli hedefleme, segmentasyon ve persona oluşturma yaklaşımlarını açıklar ve örneklerle ilişkilendirir. • Dijital içerik pazarlaması, hikâye anlatıcılığı ve sosyal medya stratejilerinin temel ilkelerini tartışır. • Bütünleşik dijital pazarlama kampanyalarının temel özelliklerini değerlendirir ve örnek vakalar üzerinden karşılaştırır. • Dijital reklamcılıkta yapay zekânın kullanım alanlarını ve sınırlılıklarını teorik düzeyde tartışır. • Dijital kampanyaların performans ölçümünde kullanılan temel metrikleri kavramsal düzeyde açıklar. • Dijital reklamcılıkta etik, veri güvenliği ve kullanıcı mahremiyetine dair temel tartışmaları değerlendirir. • Güncel dijital pazarlama kampanyalarını fark eder ve pazarlama karması bileşenleri üzerinden analiz eder.

						Karşılaştığı dijital pazarlama kampanyalarının etik açıdan sorunlu yönlerini ortaya koyar.
Zorunlu	090743-090843	REKLAMDA YARATICI YAZARLIK	3+0	3	Bu dersin amacı, öğrencilerin reklam iletişimde yaratıcı yazarlık ve metin geliştirme sürecine ilişkin temel kavram ve ilkeleri öğrenmelerini; reklam mesajı, reklam metni ve farklı anlatım formatları geliştirme, reklamveren ve yaratıcı briefleri analiz etme, reklam kampanyaları kapsamında iletişim metinleri oluşturma, farklı reklam mecralarına uyarlama ve reklam metinlerini değerlendirme becerilerini geliştirmelerini sağlamaktır.	- Reklam yaratıcılığı ve yaratıcı yazarlığın temel kavramlarını, ilkelerini ve reklam iletişimindeki rolünü açıklar. - Reklamın iletişim amacı, hedef kitle ve marka kimliği doğrultusunda yaratıcı reklam mesajı ve reklam metni geliştirir. - Reklam kampanyaları için slogan (headline), gövde metni (body copy) ve farklı reklam metni türlerini oluşturur. - Farklı reklam mecralarının özelliklerini analiz ederek mecraya uygun reklam metinleri üretir. - Reklamveren ve yaratıcı brifi analiz ederek reklam mesajı ve reklam metni geliştirir. - Reklam kampanyası kapsamında bütünleşik ve tutarlı reklam iletişimi metinleri geliştirir. - Reklam fikirlerini sinopsis, senaryo, storyboard ve benzeri yaratıcı anlatım formatlarında geliştirir. - Reklam metinlerini yaratıcılık, dil ve anlatım, ikna edicilik ve hedef kitleye uygunluk açısından değerlendirir. - Yaratıcı reklam fikirlerini farklı reklam mecralarına uygun biçimde uyarlar. - Reklam metni geliştirme sürecinde bireysel ve/veya takım çalışmasıyla yaratıcı reklam fikirleri geliştirir.
Zorunlu	0907434-0908434	GELENEKSEL MECRALARDA REKLAM UYGULAMALARI	3+0	3	Bir reklam kampanyası stratejisine uygun olarak geleneksel mecra ve medya içinden seçim yapabilme, bu seçime uygun reklam üretim sürecini yönetebilme becerisi kazandırmak.	- Geleneksel reklam mecralarını tanımlayabilir. - Reklam mecrası ve medyası kavramlarını birbirinden ayırabilir. - Reklam medyasını sınıflayabilir. - Medya ve mecra türleri arasından medya planı için reklam amaçlarına ve diğer stratejik faktörlere göre uygun seçim yapma becerisi kazanır. - Televizyon için reklam üretim sürecini bilir. - Televizyon için reklam metni hazırlayabilir. - Radyo için reklam üretim sürecini bilir. - Açıkhava için reklam üretim sürecini bilir.

						- Gazete, dergi gibi reklam medyası için reklam üretim sürecini bilir. - Basılı mecra için layout ve illüstrasyon hazırlayabilir.
Zorunlu	0907435-0908435	SIYASAL İLETİŞİMDE KAVRAMLAR VE YAKLAŞIMLAR	3+0	3	Siyasal iletişime ilişkin kavram ve kuramlar üzerinde durulup, siyaset ve iletişim arasındaki ilişkiler; politik meşruiyetin sağlanmasında siyasal iletişimin rolü ele alınacak. Retorik, medyanın politik konuşma üzerindeki rolü tartışılacak, siyasal kampanya, siyasal pazarlama; siyasal reklamcılık; siyasal gündem ve siyasal gündemi etkileyen unsurlar; seçmenin oy verme davranışı. sivil toplum, sivil itaatsizlik ve yeni toplumsal hareketler bu ders kapsamında irdelenecektir.	- Siyasal iletişime ilişkin kavramları tanımlar ve kuramsal bilgiye sahip olur. - Siyaset-birey ilişkisini kavrar. - Siyasal iletileri eleştirel okuyabilir. - Medya-siyaset arasındaki ilişkileri analiz eder. - Toplumsal hareketler konusunu bilir. - Politik konuşmaları analiz eder. - Siyasal kampanya çalışmalarında proje üretebilir. - Siyasal iletişim danışmanlığı konusunda bilgi sahibi olur. - Seçmen davranışını etkileyen unsurları değerlendirebilir. - Mesleki anlamda siyasal pazarlama ve siyasal reklamcılık konularında önemli kazanımlar elde eder.

V. DÖNEM

DERS DURUMU	DERS KODU	DERS ADI	KREDİSİ	AKTS	DERSİN AMACI	ÖĞRENİM ÇIKTILARI
Zorunlu	0907541-0908541	DÜŞÜNCE KÜLTÜRÜ	3+0	3	Öğrencilere düşünce biçimlerinin tarihsel ve kültürel süreçler içerisindeki gelişimini kavratmak, eleştirel, sorgulayıcı ve çok yönlü bir düşünme yetisi kazandırmak, farklı kültürlerin düşünce sistemlerini karşılaştırarak anlayabilme becerisi kazandırmak, bilgiye ulaşma, bilgiyi değerlendirme ve analiz etme süreçlerinde	- Felsefenin tanımı ve tarihsel gelişimi hakkında bilgi sahibi olur. Antik Yunan'ın felsefi mirasının günümüz düşüncesine etkilerini analiz edebilir. - Tanrı, evren, ahlak ve insan ilişkisine dair Orta çağ felsefesi üzerine derinlemesine düşünebilir. - Birey, özgürlük, bilgi ve doğa üzerine Yeniçağ felsefesinin katkılarını tartışabilir. - Etik sorunları ve moral dilemleri felsefi bir bakış açısıyla analiz edebilir.

					düşünsel derinliği teşvik etmek, bireyin toplumsal ve kültürel çevresiyle düşünsel ilişkisini sorgulamasını sağlamak.	- Gerçeklik ve varlık üzerine farklı felsefi görüşleri karşılaştırabilir. Felsefi bilgi anlayışları arasındaki farkları tartışabilir. - Varoluşsal kriz, anlam arayışı ve bireysel özgürlük gibi temalar hakkında bilgi sahibi olur. - Postmodernizmin toplumsal yapılar ve güç ilişkileri üzerine etkilerini analiz edebilir. - Felsefe tarihindeki ana akımları (rasyonalizm, empirizm, idealizm, realizm vb.) tanıır.
Zorunlu	0907542-0908542-	MEDYA STRATEJİLERİ VE YÖNETİMİ	3+0	4	Bu dersin amacı bir markanın hedef kitleye ulaşmasında en etkili medya araçlarını seçmesini, zamanlamasını ve bütçelemesini göstermektir. Markanın hedef kitleye pazarlama amaçları doğrultusunda doğru zamanda ve yerde nasıl ulaşacağını hedeflemektedir.	- Geleneksel medya planlaması ve dijital medya planlaması ile ilgili temel kavramları öğrenir. - Doğru medya planlamasının nasıl oluşturulacağını bilir. - Medya planlaması oluşturulurken ortaya çıkabilecek sorunları çözebilir. - Rating ölçümleme sürecini öğrenir. - Farklı kitle iletişim araçlarında medya planlamasını öğrenir. - Medya planlamasında gerekli olan bütçeyi hesaplar - Zamanlama stratejilerini öğrenir. - Türkiye ve dünyadaki medya gruplarını öğrenir. - İletişim araçlarının medya planlaması açısından avantaj ve dezavantajlarını bilir. - RTÜK, TİAK, RTÜK, TİAK, ARVAK gibi kurum ve kuruluşların görevlerini öğrenir.
Zorunlu	0907543-0908543	DİJİTAL İÇERİK UYGULAMALARI	3+0	3	Bu ders, dijital pazarlama bağlamında içerik üretimi ve yönetimi süreçlerinin uygulamalı olarak deneyimlenmesini amaçlamaktadır. Öğrencilerin farklı platformlara uygun metin, görsel ve video içerik üretimi becerisi kazanmaları; içerik planlama, performans takibi ve raporlama gibi profesyonel	- Belirlenen hedef kitleye yönelik entegre dijital kampanya kapsamında metin, görsel ve video içerikler tasarlar ve uygular. - Görsel sanatların kompozisyon, renk ve tipografi unsurlarını, marka kimliğini güçlendirecek şekilde içerik tasarımına entegre eder. - Yaygın tasarım ve video düzenleme yazılımlarını ileri düzeyde kullanarak platforma özel içerikler üretir; üretim sürecinde teknik standartlar, hukuki gereklilikler ve kullanıcı deneyimi kriterlerini dikkate alır.

					süreçleri uygulamalı olarak yürütmeleri hedeflenmektedir.	- Yapay zekâ tabanlı içerik üretim araçlarını kullanarak metin, görsel ve video tasarımlarını kampanya stratejisiyle uyumlu hale getirir. - İçerik yayın takvimini hazırlar, planlanan tarihlerde yayını gerçekleştirir ve kampanya performansını düzenli olarak raporlar. - Kampanya performansını değerlendirmek için etkileşim, erişim ve dönüşüm oranlarını analiz eder. - Güncel pazar verilerini ve toplumsal trendleri yorumlayarak hedef kitleye yönelik yaratıcı içerik fikirleri geliştirir. - Dijital içerik üretiminde veri güvenliği, kullanıcı mahremiyeti ve etik ilkeleri uygular. - Ekip çalışmasında görev alır, içerik üretim sürecini koordine eder ve geri bildirimlerini uygular. - Hazırladığı kampanyayı, görsel ve sözel unsurlar arasında bütünlük sağlayarak, hedef kitleye etkili bir biçimde sunar.
Zorunlu	0907544-0908544	DENEYİMSEL PAZARLAMA	3+0	3	Bu dersin amacı, öğrencilerin müşteri deneyimi kavramını anlamaları ve deneyimsel pazarlamanın temel bileşenlerini öğrenmeleridir. Ders; duyuşsal pazarlama, ilişki kurma, deneyim tasarımı, dijital müşteri yolculuğu ve sadakat stratejileri gibi başlıklara odaklanarak, gerçek dünya örnekleri ile desteklenmektedir.	- Öğrenciler müşteri deneyimi ve deneyimsel pazarlamanın temel kavramlarını açıklayabilir. - Öğrenciler müşteri yolculuğunu ve sadakat stratejilerini analiz edebilir. - Öğrenciler gerçek marka örnekleri üzerinden deneyim tasarımı önerileri geliştirebilir. - Tüketiciden müşteri elde etmeyi ve süreçlerini öğrenirler. - Tüketici davranış analizi yapmayı ve karar verme adımlarını öğrenirler. - Müşteri satın alma kararı ve satışı gerçekleştirme yönetimini öğrenirler. - Deneyim pazarlamasında satış hunisi yöntemini öğrenirler. - Deneyim alanları ve alan yönetimini öğrenirler. - Bütünsel bir deneyimin aşamalarını ve süreç yönetimini bilirler. Müşteri yolculuğu döngüsünü ve deneyimi yaşatma süreçlerini öğrenirler.
Bölüm Seçmeli	0907545-0908545	İLETİŞİM ARAŞTIRMA UYGULAMALARI	3+0	5	Sosyal bilimlerde araştırma yöntemindeki konuların ve temel istatistik analizlerinin bir	Sosyal bilimlerde araştırma yöntemlerinin temel kavramlarını açıklar.

					alan araştırmasında gerçekleştirilmesi ve sosyal bilim araştırmalarının analizinde kullanılan SPSS istatistik programında ve MAXQDA programında analizlerin yapılması ve yorumlanması bu dersin temel amacını oluşturmaktadır.	• Olasılıklı ve olasısız örneklem türlerini sınıflandırır ve araştırma amacına uygun örneklem planı oluşturur. • Araştırma sürecinde uygun veri toplama tekniklerini (anket, görüşme, gözlem, doküman analizi) seçer ve gerekçelendirir. • Veri türlerini ve değişken çeşitlerini (nicel-nitel, sürekli-kesikli, bağımlı-bağımsız, aracı-düzenleyici-karıştırıcı) örneklerle açıklar. • SPSS yazılımını kurar, arayüzünü tanır ve veri girişi, düzenleme, kodlama işlemlerini gerçekleştirir. • Tanımlayıcı istatistikleri SPSS’te hesaplar, parametrik ve parametrik olmayan testleri uygular ve sonuçları yorumlar. • MAXQDA yazılımını temel düzeyde kullanır ve nitel araştırmalarda kodlama sürecini uygular. • SPSS ve MAXQDA programlarından elde edilen bulguları raporlaştırır, karşılaştırır ve yorumlar. • Araştırma evreni, örneklem ve parametre-istatistik kavramlarını açıklar. • Bilimsel araştırma raporunun bölümlerini (ad, konu, amaç, önem, yöntem, kapsam, sınırlılıklar, kaynakça, ekler) düzenler ve bütünlüklü biçimde yazar. • Araştırma evreni, çalışma evreni, örneklem ve parametre istatistik kavramlarını açıklar.
Seçmeli	0907546-0908546	REKLAM FİLM PRODÜKSİYONU	3+0	5	Reklam Film Prodüksiyonu dersinin amacı, öğrencilerin reklam filmi üretim sürecini teorik ve uygulamalı yönleriyle kavrayarak, kendi projelerini geliştirebilecek bilgi, beceri ve yaratıcılığı kazanmalarını sağlamaktır.	• Reklam filmi prodüksiyon sürecinin temel aşamalarını (ön prodüksiyon, prodüksiyon, post-prodüksiyon) tanımlar. • Reklam filmi için etkili bir hikâye, senaryo ve storyboard oluşturur. • Kamera, ışık, ses ve diğer teknik ekipmanların kullanımına dair temel bilgi ve becerileri uygular. • Reklam filmi için uygun mekanları analiz eder ve mekân seçiminde etkili kararlar alır. • Prodüksiyon sürecinde görev dağılımını yapar ve ekip çalışmasına etkin bir şekilde katılır. • Reklam yönetmeni, görüntü yönetmeni, sanat yönetmeni gibi kilit rollerin işleyişini açıklar. • Yerel kültürel unsurları reklam filmine uygun şekilde entegre eder.

						- Reklam türlerine göre uygun görsel anlatım tekniklerini seçer ve uygular. - Reklam filmlerini yapısal, estetik ve işlevsel açıdan eleştirel olarak değerlendirir. - Kendi reklam projesini fikir aşamasından tamamlanmış prodüksiyona kadar planlar ve uygular.
Bölüm Seçmeli	0907547-0908547	İLETİŞİM UYGULAMALARINDA OYUNLAŞTIRMA	3+0	5	Bu dersin amacı, oyun ve oyunlaştırma kavramlarını kuramsal ve uygulamalı yönleriyle ele alarak, öğrencilerin dijital pazarlama, reklamcılık ve sosyal medya gibi alanlarda yaratıcı oyunlaştırma stratejileri geliştirebilmelerini sağlamaktır. Ders sonunda öğrencilerin, oyunlaştırma unsurlarını tanıması, kullanıcı motivasyonlarını analiz edebilmesi, oyunlaştırma tasarım modellerini uygulayabilmesi ve kendi oyunlaştırma projelerini geliştirerek sunabilmesi hedeflenmektedir.	- Oyun kavramını ve oyun türlerini bilir. - Oyunlaştırma kavramını tanımlar, oyun ve oyunlaştırma arasındaki farkı bilir. - Oyunlaştırma unsurlarını sınıflandırır ve örneklerle açıklar. - Eğlence türleri hakkında bilgi sahibidir. - Oyunlaştırmada motivasyon teorilerini bilir. - Oyuncu tiplerini bilir ve farklı kullanıcı deneyimleri için uygun oyunlaştırma stratejileri geliştirir. - Kullanıcı yolculuğunu hakkında bilgi sahibidir. - Oyunlaştırma tasarımı modellerini bilir. - Dijital pazarlama, reklamcılık ve sosyal medya uygulamalarında oyunlaştırma yöntemlerini uygular. - Kendi oyunlaştırma projesini tasarlar, uygular ve sunar; böylece proje geliştirme ve takım çalışması yetkinliği kazanır.
Bölüm Seçmeli	0907548-0908548	DİKSİYON	3+0	5	Öğrencilerin doğru ve etkili konuşma becerilerini geliştirmelerini sağlamak. Bu doğrultuda, harflerin doğru telaffuz edilmesi sürecinden başlayarak, vurgu, tonlama, beden dili ve hitabet gibi konular hakkında bilgi edinmeleri ve bu bilgileri uygulamalı olarak geliştirmeleri hedeflenmektedir.	- Diksiyonun temel kavramlarını tanımlar. - Doğru nefes ve ses kullanımı tekniklerini uygular. - Sesli ve sessiz harfleri doğru bir şekilde artiküle eder. - Vurgu, tonlama ve duraklamaların konuşmadaki etkilerini analiz eder. - Akıcı konuşma ve hızlı okuma becerilerini geliştirir. - Hazırlıklı konuşmalar yaparak sunum becerilerini gösterir. - Radyo, televizyon ve sahne sunuculuğunun farklarını açıklar. - Beden dili, jest ve mimikleri etkili iletişim için kullanır. - Kamera ve mikrofon karşısında etkili konuşma yapar. - Canlı yayın ve sahne ortamlarında stresle başa çıkar.

Bölüm Seçmeli	0907549-0908549	GÖSTERGEBİLİM VE REKLAM	3+0	5	Reklam metinlerinin sistematik analizini yapmak suretiyle, yaratıcı reklam üretme becerilerini geliştirmek.	- Gösteren, gösterilen, gösterge, göstergebilim kavramlarını tanımlayabilecektir. - Çeşitli türdeki metinlerin analizinde bir yöntem olarak göstergebilimi kullanabilir. - Bir kuram olarak göstergebilimin temel prensiplerini ve önde gelen kuramcılarını tanıır. - Reklam metinlerini göstergebilimsel yaklaşımla analiz eder. - Reklam metinlerini göstergebilimsel yöntemle analiz ederek reklam metni unsurlarının anlam üretimine katkısını fark eder. - Reklamda anlam inşa etme ile ilgili beceri kazanır. - Mevcut anlatıları göstergebilimsel teknikle çözümleyerek önceden saptarmış yaratıcı stratejiye uygun metin unsurlarını seçebilir. - Önceden saptanmış reklam stratejilerine uygun üretim yaparken yaratıcılık becerilerini artırır. - Dil ve reklam arasındaki ilişkiyi kavrar. - Diğer bilim dalları ve göstergebilimin arasındaki ilişkileri kavrar.
Fakülte Seçmeli	0904565-0906565	İLETİŞİM TASARIMINDA YAPAY ZEKÂ	3+0	5	Bu dersin amacı, öğrencilerin yapay zekâ teknolojilerinin iletişim tasarımındaki rolünü anlamalarını sağlamak; görsel, işitsel ve metinsel içerik üretiminde yapay zekâ araçlarını etkin biçimde kullanabilmelerine, etik ve toplumsal boyutlarını değerlendirebilmelerine ve özgün projeler geliştirebilmelerine katkıda bulunmaktır.	- Yapay zekânın iletişim tasarımındaki kullanım alanlarını tanımlar - Yapay zekâ teknolojilerinin temel prensiplerini açıklar. - Görsel, işitsel ve metinsel içerik üretiminde yapay zekâ araçlarını etkin biçimde kullanır. - İletişim tasarımındaki yapay zekâ uygulamalarının etik ve toplumsal etkilerini değerlendirir. - Yapay zekâ destekli içeriklerin yaratıcı süreçlere katkısını analiz eder. - İletişim kampanyalarında yapay zekâ tabanlı içerik stratejileri geliştirir - Yapay zekâ algoritmalarının içerik öneri ve kişiselleştirme süreçlerine etkisini yorumlar. - İletişim tasarımındaki kullanılan yapay zekâ yazılımlarını uygulamalı olarak deneyimler. - Yapay zekâ ile üretilen içeriklerin estetik ve işlevsel yönlerini eleştirel biçimde değerlendirir.

						Yapay zekâ teknolojilerini kullanarak özgün bir iletişim tasarımı projesi hazırlar.
Fakülte Seçmeli	0904558-0906558	FOTOĞRAFÇILIK UYGULAMALARI	3+0	5	Öğrencinin belirlenen bir kavramı bir hikâye üzerinden fotoğrafik olarak görselleştirerek kavramsal fotoğraf yaratabilme becerisine ulaşması.	- Fotoğraf çekimiyle ilgili temel kavramları uygulayabilmek. - Öğrenciler, farklı kamera türlerini kullanma ve temel ayarları yapma becerisi kazanacaktır. - Öğrenciler, etkili kompozisyon ve çerçeveleme tekniklerini öğrenecektir. - Öğrenciler, ışıklandırma ve pozlama ayarlarını anlayacak ve uygulayabilecektir. - Öğrenciler, portre ve manzara fotoğrafçılığı tekniklerini öğrenip uygulayabilecektir. - Öğrenciler, makro ve yakın çekim fotoğrafçılığı becerisi kazanacaktır. - Öğrenciler, hareket ve spor fotoğrafçılığı tekniklerini öğrenecektir. - Öğrenciler, düşük ışık koşullarında ve gece fotoğrafçılığı yapma becerisi kazanacaktır. - Öğrenciler, fotoğraf düzenleme ve retuş tekniklerini öğrenecektir. - Öğrenciler, kavramsal fotoğraf çalışmaları planlama ve uygulama becerisi kazanacak
Alan Dışı Seçmeli	0904566-0906566	MÜZİK KÜLTÜRÜ	2+0	2	Bir iletişim aracı olarak müzik, gerek sinema, televizyon, radyo yapımlarında, gerekse reklam ve tanıtım amaçlı görsel-işitsel yapımlarda önemli bir ögedir. Bu dersin amacı, öğrencilerin farklı müzik türlerini daha yakından tanımalarını sağlayarak, müzik alanındaki kültürel birikimlerine katkı sağlamaktır.	- Dünyadaki müzik türleri ve akımları hakkında daha detaylı bilgi sahibi olabilirler. - Sanatsal niteliği daha yüksek müzik türlerine ilişkin, farkındalıkları gelişebilir. - Müzik türlerinin üretim-yapım teknikleri hakkında bilgilenebilirler. - Farklı müzik türlerinde kullanılan akustik, elektronik müzik aletlerini daha yakından tanıyabilirler. - Teknolojik alandaki gelişmelerin müzik türlerine etkisi hakkında bilgilenebilirler. - Müziğe bakış açıları daha bilinçli bir düzeye ulaşabilir. - Öğrencilerin müziğe olan ilgileri artabilir. - Kültürler arası iletişimin müzik türlerine etkisi hakkında bilgilenebilirler.

						- Müziğin, etkin bir iletişim aracı olduğuna dair farkındalıkları gelişebilir. - Öğrencilerin, müziğin toplumsal yapılarla (sınıf, kültür, siyaset) bağını, kimlik inşasındaki rolünü ve dinleyici üzerindeki sosyal etkilerini anlaması sonucunda, müzik-toplum ilişkisine dair birikimleri artabilir.
Alan Dışı Seçmeli	0907550-0908550	TIBBİ BİTKİLER	2+0	2	Tıbbi bitkiler için önemli kaynakların yanında genel bilgiler vererek onların teşhisleri, kullanım şekilleri ve ne amaçla kullanıldıkları hakkında bilgiler vermek.	- Tıbbi bitki nedir, diğer bitkilerden ayırt etme becerisine sahip olacaklardır. - Tıbbi bitkiler konusunda doğru ve güvenilir önemli kaynakları öğreneceklerdir. İyi - Tıbbi bitkiler nasıl teşhis edilir, bu konuda bilgi sahibi olacaklardır. - Tıbbi bitkilerin bilimsel Latince ve Türkçe isimleri hakkında bilgi sahibi olacaklardır. - Tıbbi bitkilerin bilimsel Latince isimlerinin neden önemli olduğunu öğrenecekler. - Tıbbi bitkilerle ilgili Türkiye'nin potansiyeli hakkında bilgi sahibi olacaklardır. - Tıbbi bitkisel çaylar hakkında bilgi öğreneceklerdir. - Önemli tıbbi bitki familyaları hakkında bilgi öğreneceklerdir. - Türkiye'de kullanılan önemli tıbbi bitkileri öğreneceklerdir. - Tıbbi bitkilerin kullanım şekilleri hakkında bilgi öğreneceklerdir.
Alan Dışı Seçmeli	0907551-0908551	BİZANS SANATI VE İKONOĞRAFİSİ	2+0	2	Dersin amacı, Anadolu ve çevresinde yüzlerce yıl hüküm sürmüş olan Doğu Roma İmparatorluğunun mimari ve sanat faaliyetlerinin ortaya konulmasıdır. Derste, mimari eserlerin yanında mozaik, fresk ve el yazmaları tanıtılacak ve böylece Hristiyan ikonografisi de öğretilecektir.	- Bizans İmparatorluğunun tarihsel gelişimi ve Bizans sanatının kronolojisini öğrenir. - Bizans sanatının oluşum süreci hakkında bilgi sahibi olur. - Hristiyanlığın ortaya çıkışı ve yayılışı ile Hristiyan sanatının oluşum süreci hakkında bağlantı kurabilir. - Erken Bizans dönemi eserleri ve bu dönemin geç Antik Çağ ile etkileşimi hakkında bilgi sahibi olur. - İkonoklast dönemin Bizans resim sanatına olan etkilerini öğrenir. - İstanbul şehrinin Byzas döneminde kuruluşundan 1453'te Osmanlı Devleti tarafından alınmasına kadar olan sürecini bilir ve önemli anıt, forum ve mimari yapılarını tanıır.

						• Manastır kurumunun Bizans imparatorluğunun sosyal ve kültürel hayata olan etkileri ve Orta Bizans dönemi sanat ortamını nasıl şekillendirdiğini bilir. • Orta ve Geç Bizans Dönemi mimari ve el sanatı eserleri hakkında bilgi sahibi olur. • Hristiyan ikonografisi hakkında bilgi sahibi olur ve Bizans resim sanatında görülen Pagan, Eski Ahit ve Yeni Ahit kökenli resimleri analiz edip, ikonografik incelemesini yapabilir. • İkonografik ve İkonolojik inceleme yöntemini öğrenir.
Alan Dışı Seçmeli	0901549-0905549	RESİM SANATI TARİHİ VE GÖRSEL İLETİŞİM	2+0	2	Bu ders, öğrencilere resim sanatının tarihsel gelişimi ve görsel kültür üzerindeki etkisi hakkında kapsamlı bir anlayış kazandırmayı amaçlamaktadır. Sanat akımları ile iletişim uygulamaları arasındaki ilişkiye vurgu yaparak, öğrencilerin resim sanatına ilişkin tarihsel bilgilerini medya, reklamcılık, grafik tasarım ve sinema gibi çağdaş alanlara uygulayabilmelerini sağlar.	• Öğrenciler, resim sanatının temel nitelikleri ve tarihsel gelişim sürecini açıklayarak görsel kültürün oluşumuna etkilerini kavrar. Öğrenciler, Orta Çağ Avrupa tasvir sanatlarını tanıyıp bu dönemin görsel anlatım biçimlerini günümüz medya temsilleriyle ilişkilendirir. • Öğrenciler, Rönesans ve Klasisizm akımlarının görsel dilini analiz ederek sanat eserleri üzerinden eleştirel yorum yapar. • Öğrenciler, Barok, Rokoko ve Neo-klasisizm dönemlerini karşılaştırarak bu üslupların günümüz görsel iletişim tasarımlarına etkilerini tartışır. • Öğrenciler, Romantizm ve Gerçekçilik akımlarını analiz ederek çağdaş medya ürünlerindeki anlatı ve temsil biçimleriyle karşılaştırır. • Öğrenciler, Empresyonizme giden süreç ile Empresyonizmin modern sanat ve görsel iletişim üzerindeki etkilerini değerlendirir. • Öğrenciler, Soyut sanatın ortaya çıkışını dönemin sosyal ve siyasal bağlamıyla ilişkilendirerek çağdaş görsel kültür pratiklerine etkilerini yorumlar. • Öğrenciler, Dadaizm, Kübizm, Pop Sanat gibi Modern/Çağdaş sanat akımlarını analiz ederek bu akımların medya, reklam ve tasarım alanlarına katkılarını eleştirir. • Öğrenciler, resim sanatı tarihi boyunca üretilen eserler ile görsel iletişim araçları arasındaki etkileşimi tartışır ve ilişki kurar. • Öğrenciler, resim sanatının tarihsel birikiminden yararlanarak kendi iletişim alanlarındaki uygulamalarında

						(reklam, medya, grafik tasarım, sinema vb.) yaratıcı ve eleştirel bir perspektif geliştirir.
--	--	--	--	--	--	--

VI. DÖNEM

DERS DURUMU	DERS KODU	DERS ADI	KREDİSİ	AKTS	DERSİN AMACI	ÖĞRENİM ÇIKTILARI
Zorunlu	0907637-0908637	REKLAM KAMPANYALARI	3+0	4	Bu dersin amacı, öğrencilerin reklam kampanyası geliştirme sürecini stratejik ve yaratıcı bir bakış açısıyla planlama, yönetme ve uygulama becerisi kazanmalarını sağlamaktır. Ders kapsamında öğrenciler; briefin çözümlenmesi, pazarlama probleminin tanımlanması, marka, hedef kitle ve rekabet analizlerinin yapılması, tüketici içgörüsünün geliştirilmesi, stratejik önermenin oluşturulması, yaratıcı briefin hazırlanması, entegre iletişim çözümlerinin tasarlanması ve kampanya sunumunun gerçekleştirilmesi süreçlerini uygulamalı olarak deneyimler. Ders, ekip çalışmasına dayalı ajans modeli çerçevesinde yürütülmekte olup, kampanya geliştirme süreci sektör odaklı briefler, sınıf içi değerlendirmeler ve sektör profesyonellerinin katılımıyla gerçekleştirilen kampanya sunumlarıyla desteklenmektedir.	- Öğrenciler, reklam briefini çözümleyerek kampanyanın iletişim problemini, hedef kitesini, marka, kategori ve rekabet yapısını değerlendirir. - Öğrenciler, tüketici içgörüsü, iletişim hedefleri ve stratejik önermeyi temel alarak reklam kampanyası stratejisi geliştirir. - Öğrenciler, reklam kampanyası stratejisi doğrultusunda yaratıcı brief hazırlar ve kampanyanın iletişim planını oluşturur. - Öğrenciler, kampanya stratejisi doğrultusunda farklı mecralara uygun entegre reklam uygulamaları tasarlar. - Öğrenciler, reklam kampanyası geliştirme sürecini analiz, strateji, yaratıcı geliştirme ve uygulama aşamalarını bütüncül bir yaklaşımla yönetir. - Öğrenciler, bireysel olarak ve ekip çalışması kapsamında reklam kampanyaları geliştirir. - Öğrenciler, geliştirdikleri reklam kampanyalarını yazılı ve sözlü olarak etkili biçimde sunar. - Öğrenciler, reklam kampanyalarına ilişkin kararlarını analiz bulguları ve stratejik gerekçelerle temellendirir. - Öğrenciler, reklam kampanyalarını strateji, yaratıcılık, hedef kitle uyumu ve iletişim etkinliği açısından eleştirel olarak değerlendirir. - Öğrenciler, reklam kampanyalarını etik, hukuki, toplumsal sorumluluk ve sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda geliştirir.

Zorunlu	0907638-0908638	HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYALARI	3+0	3	Bu dersin amacı, öğrencilerin halkla ilişkiler kampanyalarının planlama sürecine ilişkin kuramsal bilgileri edinmelerini ve bu bilgileri stratejik yaklaşımlarla uygulamaya dökme becerisi kazanmalarını sağlamaktır. Ders kapsamında, durum analizi, araştırma yöntemleri, hedef kitle belirleme, stratejik iletişim planlaması, medya kullanımı, mesaj geliştirme, bütçe ve zaman yönetimi, etkinlik planlama ve uygulama gibi temel aşamalar ele alınarak öğrencilerin başından sonuna kadar etkili halkla ilişkiler kampanyaları hazırlamaları amaçlanmaktadır.	- Halkla ilişkiler kampanyası planlama sürecinin aşamalarını açıklayabilme. - Durum analizi yaparak kampanya sürecinde ihtiyaç ve sorunları tanımlayabilme. - Formel ve informal araştırma yöntemlerini kullanarak veri toplayabilme ve yorumlayabilme. - Halkla ilişkilerde stratejik planlama ilkelerini uygulayabilme. - Hedef kitleyi sosyo-demografik ve psikografik özelliklerine göre analiz edebilme. - Medya stratejilerini belirleyerek uygun medya araçlarını seçebilme. - Mesaj tasarlayarak ikna edici iletişim stratejileri geliştirebilme. Kampanyanın bütçe ve zaman planlamasını yapabilme. - Etkinlik stratejileri oluşturup uygulama planlarına entegre edebilme. - Uygulama sürecini değerlendirerek kampanyanın etkililiğini ölçümleyebilme.
Zorunlu	0907639-0908639	REKLAMCILIKTA YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI	3+0	3	Bu ders, öğrencilerin reklamcılık alanında yapay zekâ destekli yaratıcı üretim gerçekleştirmelerini hedefler. Öğrenciler içerik üretimi, hedefleme, metin ve görsel tasarımı gibi alanlarda dijital teknolojileri ve yapay zekâyı kullanmayı öğrenir. Ayrıca yapay zekânın etik boyutlarını sorgulama ve sorumlu kullanım becerisi kazanır.	- Yapay zekâ araçlarını kullanarak tüketici analizi yapar ve kişiselleştirilmiş reklam stratejileri geliştirir. - AI tabanlı metin, görsel, video ve ses içerikleri üreterek kampanya için yaratıcı çözümler tasarlar. - Chatbot, sanal influencer ve sesli asistan gibi AI uygulamalarını reklamcılık süreçlerine entegre eder. - AI tabanlı medya planlama araçlarını kullanarak mecra ve bütçe kararlarını optimize eder. - Yapay zekâ kullanımında gizlilik, etik ve toplumsal sorumluluk ilkelerini uygular. - Yaratıcılığın temel prensiplerini kullanarak yapay zekâ destekli reklam fikirleri üretir. - Yapay zekâ ile üretilen içeriklerde hukuki düzenlemeler ve etik kodlar çerçevesinde değerlendirme yapar. - Yapay zekâ tabanlı reklam içeriklerini psikolojik, sosyal ve kültürel boyutlarıyla yorumlar.

						- Grup alışmaları içinde sorumluluk alır, proje surecinde iş birliğini surdrr. - Hazırladığı AI tabanlı reklam kampanyasını, mesajın görsel ve szel bütünlüğünü sağlayarak sunar.
Seçmeli	0907647-0908647	ETKİNLİK PAZARLAMASI	3+0	3	Bu dersin amacı öğrencilerin etkinlik planlaması ve yönetimi konularında temel bilgilerinin ve becerilerinin geliştirilmesidir.	- Etkinlik kavramı ve türlerini bilir - Etkinlik planlaması ve yönetimi yapar. - Etkinlik teklifi hazırlar. - Etkinlik yönetiminde çıkabilecek krizleri bilir - Etkinlik yönetiminde lme ve değerlendirme yapar - Etkinlikte protokol yönetimini bilir - Etkinliklerde paydaş iletişimini öğrenir. - Etkinlik yönetiminde basın ve halkla ilişkiler faaliyetlerini öğrenir Olay pazarlaması kavram ve stratejilerini öğrenir. - Marka yönetiminde olay pazarlamanın önemini kavrar.
Bölüm Seçmeli	0907641-0908641	MARKA TASARIMI UYGULAMALARI	3+0	5	Bu dersin amacı, öğrencilerin marka kimliği ve kurumsal kimlik tasarımına ilişkin kuramsal bilgi ve uygulama becerilerini kazanmalarını sağlamak; marka oluşturma surecini analiz, planlama, tasarlama ve uygulama aşamalarıyla bütüncül bir yaklaşımla yürütebilmelerini desteklemektir. Ders kapsamında öğrencilerin hedef kitle analizi, marka konumlandırması, görsel kimlik oluşturma, logo tasarımı, kurumsal kimlik elemanlarının geliştirilmesi ile basılı ve dijital iletişim mecralarına yönelik marka tasarım uygulamaları gerçekleştirmeleri amaçlanmaktadır. Ayrıca ğrencilerin güncel tasarım	- Marka, marka kimliği, kurumsal kimlik ve görsel iletişim tasarımına ilişkin temel kavramları açıklar. - Marka analizi yaparak hedef kitle, rakip analizi ve marka konumlandırmasına uygun tasarım stratejileri geliştirir. - Marka kimliğini oluşturan logo, renk, tipografi ve görsel dil unsurlarını tasarım ilkeleri doğrultusunda oluşturur. - Kurumsal kimlik bileşenlerini (kartvizit, antetli kâğıt, zarf, dosya vb.) marka bütünlüğüne uygun şekilde tasarlar ve uygular. - Basılı ve dijital iletişim mecralarına yönelik marka tasarım uygulamalarını planlar ve geliştirir. - Marka tasarım surecinde grafik tasarım yazılımlarını ve dijital üretim araçlarını etkin ve doğru biçimde kullanır. - Tasarım surecinde araştırma, fikir geliştirme, eskiz oluşturma, uygulama ve değerlendirme aşamalarını sistematik olarak yürütür. - Hazırladığı marka tasarımlarını estetik, işlevsellik, zgnlğ ve hedef kitleye uygunluk açısından analiz ederek geliştirir. - Marka tasarım projelerinde etik ilkeleri, telif haklarını ve mesleki sorumlulukları dikkate alarak çalışma yürütür.

					teknolojilerini etkin kullanmaları, özgün ve yaratıcı tasarım çözümleri üretmeleri, mesleki etik ilkeler doğrultusunda profesyonel sunum ve portfolyo hazırlama yeterliliklerini geliştirmeleri hedeflenmektedir.	Hazırladığı marka tasarım projesini profesyonel sunum teknikleriyle etkili biçimde sunar, savunur ve portfolyo formatında düzenler.
Bölüm Seçmeli	0907642-0908642	İLETİŞİM UYGULAMALARINDA HİKÂYELEŞTİRME	3+0	5	Bu dersin amacı, öğrencilere hikayeleştirme (storytelling) tekniklerini iletişim bağlamında etkili bir şekilde kullanma becerisi kazandırmaktır. Bu ders ile öğrencilere, dijital medya, reklam ve marka iletişimi gibi alanlarda hikayeleştirme yollarını öğrenerek hedef kitleyle güçlü duygusal bağlar kurabilecek içerikler üretmeyi öğretmek hedeflenmektedir.	- İletişim ve pazarlama bağlamında hikâye, hikâyeleştirme ve anlatı kavramlarını tanımlar ve açıklayabilir. - Hikâyeleştirme tekniklerini reklam ve marka iletişimi süreçlerine entegre eder. - Arketipler, mitler ve semboller üzerinden pazarlama iletişimi stratejilerini analiz eder. - Dijital medya ve transmedya ortamlarında hikâyeleştirme yöntemlerini uygular. - Yaratıcılık prensiplerini kullanarak hedef kitleyle duygusal bağ kuracak özgün hikâye temelli içerikler tasarlar. - Kurumsal iletişimde hikâye kullanımını değerlendirerek kurum kimliğinin inşasında rolünü tartışır. - Siyasal iletişim ve sosyal pazarlama kampanyalarında hikâye anlatımının toplumsal etkileşim üzerindeki etkilerini analiz eder. - Hikâye temelli iletişim kampanyalarının performansını ölçmek ve değerlendirmek için temel yöntemleri uygular. - İşitsel mecralarda hikâye anlatıcılığını inceleyerek medya çeşitliliği açısından farkındalık kazanır. - Hikâye anlatıcılığını estetik, kültürel ve görsel tasarım boyutlarıyla yorumlar.
Bölüm Seçmeli	0907643-0908643	REKLAM ARAŞTIRMALARINDA NİTEL VE NİCEL YAKLAŞIMLAR	3+0	5	Bu dersin amacı, reklam araştırmalarının kuramsal temellerini güncel uygulama örnekleriyle birleştirerek öğrencilere veriye dayalı strateji geliştirme yetkinliği kazandırmaktır. Geleneksel	- Reklam araştırmalarının doğasını, sürecini ve stratejik planlamadaki önemini kavrar. - Araştırma problemini tanımlayarak uygun evren ve örneklem yöntemlerini belirler. - Birincil ve ikincil veri kaynaklarını reklam stratejileri doğrultusunda etkin şekilde kullanır.

					yöntemlerden biyometrik tekniklere ve dijital etnografiye kadar geniş bir yelpazeyi kapsayarak, tüketici içgörüsünün bilimsel yöntemlerle nasıl elde edileceğini ve analiz edileceğini öğretmeyi hedefler.	• Temel istatistiksel kavramları reklam verilerini analiz etmek ve yorumlamak için uygular. • Nicel analiz yöntemlerini ve yöneylem araştırması yaklaşımlarını reklam problemlerine uyarlar. • Biyometrik ve nörolojik ölçüm tekniklerinin reklam etkileşimindeki rolünü değerlendirir. • Saha araştırması, içerik analizi ve odak grup görüşmeleri için uygun ölçüm araçları tasarlar. • Nitel araştırma yöntemlerini kullanarak tüketici içgörüsü elde etme becerisi kazanır. • Etnografi, netnografi ve sözlü tarih tekniklerini reklam araştırmalarında uygular. • Reklam araştırmalarında otomasyon ve IoT (Nesnelerin İnterneti) gibi güncel teknolojilerin etkisini analiz eder.
Bölüm Seçmeli	0907644-0908644	REKLAM FOTOĞRAFÇILIĞI	3+0	5	Öğrencilerin reklam sektöründe kullanılan fotoğraf tekniklerini öğrenmeleri, yaratıcı görsel anlatım geliştirmeleri ve sektöre uygun profesyonel portfolyo hazırlamaları amaçlanmaktadır.	• Reklam fotoğrafçılığının temel prensiplerini açıklar. • Işık, kompozisyon ve estetik ilkelerini uygular. Ürün, moda, portre ve mekân fotoğrafçılığına yönelik çekimler yapar. • Fotoğraf düzenleme ve post-produksiyon tekniklerini kullanır. Profesyonel bir reklam fotoğrafı portfolyosu hazırlar. • Reklam kampanyalarına uygun yaratıcı fotoğraf konseptleri geliştirir. • Hedef kitleye yönelik görsel iletişim stratejileri oluşturur. • Stüdyo ve dış mekân çekim ekipmanlarını etkin şekilde kullanır. • Marka kimliğine uygun reklam görselleri üretir. • Reklam fotoğrafçılığında etik ve telif hakları konularını değerlendirir. • Takım çalışması ve yaratıcı proje yönetimi becerileri kazanır. • Dijital medya ve sosyal platformlara uygun reklam görselleri tasarlar.
Bölüm Seçmeli	0907645-0908645-	DİJİTAL SUNUM TEKNİKLERİ	3+0	5	Öğrencilerin etkili sunum hazırlama ve sunma becerilerini geliştirmelerini sağlamak. Bu doğrultuda, sunum hazırlık sürecinden başlayarak, içerik	• Sunum kavramı ve önemini kavrar. • Etkili sunum hazırlama sürecini öğrenir. • Sunum içeriğini oluşturma tekniklerini uygular. • Görsel ve işitsel unsurları etkili kullanır.

					oluşturma, görsel ve işitsel unsurların kullanımı, beden dili ve hitabet gibi konular hakkında bilgi edinmeleri ve bu bilgileri uygulamalı olarak geliştirmeleri hedeflenmektedir.	• Beden dili ve hitabet tekniklerini geliştirir. • Sunum kaygısını yönetir ve özgüvenli konuşma becerisi kazanır. • Sunum araçlarını (PowerPoint, Canva, Prezi vb.) etkili kullanır. • Hedef kitleye uygun sunum stratejileri geliştirir. • Grup sunumlarında etkili takım çalışması yapar. • Sunum performanslarını değerlendirerek gelişim sağlar.
Fakülte Seçmeli	0907646-0908646	DUYGUSAL ZEKÂ VE LİDERLİK	3+0	5	Duygular ve Duygusal Zekâ ile ilgili farkındalığı geliştirme, duygusal zekânın ilişkili olduğu kavramları ve fonksiyonlarını yakından tanıma, bu dersten elde edilen �ıktıları iş yaşamı ve liderlik becerileri başta olmak üzere ilgili diğer alanlara aktarabilme	• Duygu kavramının insan davranışları üzerindeki etkisini açıklar. Duygusal zekânın kapsamını, bileşenlerini ve gelişim sürecini tanımlar. • Duygusal zekâ ile akademik ve sosyal zekâ arasındaki farkları analiz eder. • Duygusal zekaya etki eden bireysel ve çevresel faktörleri değerlendirir. • Duygusal zekâ ile ilişkili empati, özsaygı, iyimserlik gibi kavramları açıklar. • Aleksitimi ve ruh hali kavramlarını duygusal zekâ bağlamında yorumlar. • Duygusal zekânın iletişim becerileri üzerindeki etkisini tartışır. • Duygusal zekânın liderlik yaklaşımlarındaki rolünü analiz eder. • �oklu zekâ kuramı çerçevesinde duygusal zekânın yerini açıklar. İkna süreçlerinde duygusal zekânın önemini değerlendirir.
Fakülte Seçmeli	0904662-0906662	BİLİM İLETİşİMİ	3+0	5	Bu derste, bilim iletişimi ve gazeteciliğine odaklanılır. Bilim gazeteciliğinin, tarihsel gelişimi, mevcut durumu ve sorunları üzerinde durulur. Bilim haberi üretim süreci uygulamalı olarak anlatılır.	• Alandaki temel kavramları, iletişim modellerini, iletişimin kültürel işlevlerini iletişimin tarihsel gelişimi ve İletişim �alışmaları çerçevesinde açıklayabilir. • Toplumsal İletişim ´ın araçsal (Radyo, Televizyon, Sinema, Reklamcılık, Halkla İlişkiler, Gazetecilik gibi) ve amaçsal (Kamusal Alan, Kamuoyu, Kültürel �retim Alanları, Yurttaş Katılımı, Popüler Kültür vb.) alanlarıyla ilgili temel oluşturacak bilgiye sahiptir.

						• Bilimsel bilgi ve yöntemi bilimsel olmayandan ayırt edebilir; alanla ilgili çalışmaları ve teknolojik yenilikleri izleyerek bilgilerini günceller. • Bireysel boyuttan, global iletişim boyutlarına dek karşılaşılabilecek iletişim sorunlarına çözüm getirici düşünceler üretir. • Sosyal, sanatsal ve kültürel etkinlikler düzenler ya da aktif olarak katılır; içinde yer aldığı etkinlikleri ya da gözlemledikleri olayları raporlar, çevresiyle paylaşır. • Yerel, ulusal ve uluslararası olayları izler, eleştirel bir bakışla yorumlar. • Topluma karşı sorumluluk bilinci geliştirmiş birey olarak, toplum yararına projeler geliştirir, liderlik ve entelektüel girişimcilik becerileri sergiler. • Her türlü bilginin erişilmesi, kullanılması, iletilmesi sürecinde ve mesleğiyle ilgili diğer tüm düşünce ve uğraşlarında etik ilkelere uymaya özen gösterir. • Medya okuryazarlığı gibi alana özgü temel uygulama becerilerini edinip, bu becerileri toplum geneline yayabileceği yöntemleri kullanır. • Alanın gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılım ve kullanım bilgisine sahip olmanın yanı sıra, tüm iletişim araçlarını (beden dili, sözlü ve sözsüz iletişim, gazete, dergi, radyo, televizyon, sinema, internet ve diğer bilişim/iletişim teknolojileri vb. gibi kitle iletişim araçları) yetkin biçimde kullanır.
Alan Dışı Seçmeli	0902641-0903641	ANADOLU TÜRK SANATI	2+0	2		
Alan Dışı Seçmeli	0901653-0905653	AVRUPA SANATI	2+0	2		
Alan Dışı Seçmeli	0904663-0906663	SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA İÇİN KÜRESEL AMAÇLAR	2+0	2	Dünyada ve Türkiye'de 'sürdürülebilirlik' kavramının çıkışı, yayılması bilgisiyle beraber sürdürülebilirliğin ve bu konudaki küresel amaçların farkındalığının sağlanması;	• BM Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ve alt hedeflerini tarif edebilme, gerekçelendirebilme • SKA'lar ve alt hedeflerini içselleştirmek ve bunu hayatın her alanında, iş, ev, okul, gibi her mecrada yaşam şekli haline getirebilecek davranış geliştirebilme

					bunların içselleştirilmesine ve hayata entegre edilmesine katkı verilmesidir.	• SKA'lar ve alt hedeflerine katkı sunabilecek uygulama çözümleri geliştirebilme
Alan Dışı Seçmeli	0901654-0905654	EVCİL HAYVAN BAKIMI	2+0	2	Sağlıklı bir evcil hayvan, mutlu sahipler demektir. Bu açıdan bakıldığında, bu eğitimin amacı, evlerimizde ve çevremizde sağlıklı evcil hayvanlar yetiştirmek için gerekli bakım, beslenme ve barınma ilkelerini öğrenerek hem hayvanların hem de sahiplerinin sağlığını korumaktır.	• Köpekler ve genel özelliklerini bilir ve açıklar. • Köpek bakım ve beslenmesini bilir ve açıklar. • Kediler ve genel özelliklerini bilir ve açıklar. • Kedi bakım ve beslenmesini bilir ve açıklar. • Kedi ve köpeklerde aşıların önemini bilir ve dikkatle takip eder. • Kafes kuşlarını genel olarak tanımlar ve açıklar. • Kafes kuşlarında beslenme ilkelerini bilir ve açıklar. • Evde beslenen kemirgenler ve sürüngenler hakkında bilgi sahibidir. • Akvaryum balıkları ve kaplumbağaların ihtiyaçlarını bilir ve açıklar. • Pet hayvanı sahiplenmenin önemini ve sorumluluklarını bilir ve açıklar.
Alan Dışı Seçmeli	0902640-0903640	EKOTURİZM	2+0	2	Bu dersin amacı, eko-turizm kavramını, temel ilkelerini ve sürdürülebilir turizm anlayışı içindeki yerini öğrencilere kazandırmaktır. Ders kapsamında eko-turizmin amaçları, çeşitleri, çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri ele alınarak doğal ve kültürel kaynakların korunmasının önemi vurgulanmaktadır. Ayrıca eko-turizm faaliyetlerinde turizm işletmelerinin rolü, eko-turizm turistlerinin özellikleri ve turizm sektöründe uygulanan çevre odaklı proje ve sertifikasyon programları hakkında öğrencilerin bilgi sahibi olması	• Eko-turizm kavramını ve temel özelliklerini açıklar. • Sürdürülebilirlik kavramını ve turizm ile ilişkisini açıklar. • Dünyada eko-turizm ve sürdürülebilir turizm kapsamında geliştirilen uygulama ve projeleri açıklar. • Turizm kavramını ve turizmin özelliklerini açıklar. • Eko-turizmin ortaya çıkış nedenlerini ve gelişimini açıklar. • Eko-turizm çeşitlerini ve bu faaliyetlerin özelliklerini tanımlar. • Eko-turizmin amaçlarını ve temel ilkelerini açıklar. • Eko-turizm turistlerinin temel özelliklerini ve motivasyonlarını açıklar. • Alternatif turizm ve kitle turizmi kavramlarını açıklar, aralarındaki farkı bilir. • Türkiye'de eko-turizm ve sürdürülebilir turizm kapsamında geliştirilen uygulama ve projeleri açıklar.

					hedeflenmektedir. Bu doğrultuda öğrencilerin ekoturizmi sürdürülebilir turizm perspektifinde değerlendirebilmeleri amaçlanmaktadır.	
--	--	--	--	--	---	--

VII. DÖNEM

DERS DURUMU	DERS KODU	DERS ADI	KREDİSİ	AKTS	DERSİN AMACI	ÖĞRENİM ÇIKTILARI
ZORUNLU	0907744-0908744	MESLEKİ STAJ	0+2	5		
ZORUNLU	0907745-0908745	İLETİŞİM HUKUKU VE FİKRİ HAKLAR	3+0	5	Öğrencilerin iletişim hukuku ve fikri haklar ile ilgili temel kavram ve bilgileri öğrenmeleri amaçlanır.	- İletişim, haberleşme kavramlarını ve türlerini öğrenir. - Hukuk kavramı ve iletişim hukukunun bunun içindeki yerini ve özelliklerini öğrenir. - Düşünce ve iletişim özgürlüğü ile ilgili temel ilkeleri öğrenir. - Basın kavramı ve basın türlerini öğrenir. - Radio ve televizyon sistemini ve denetlenmesini öğrenir. - Sinema, video ve internetin gelişimini ve hukuki düzenlemelerini öğrenir. - İletişimde hukuki ve cezai sorumluluk ile ilgili temel bilgileri öğrenir. - Fikri mülkiyet hukukunun özellikleri ve temel ilkelerini öğrenir. - Eser, eser sahibi kavramlarını ve eserden doğan hakları öğrenir. - Sınai mülkiyet kavramını ve özelliklerini öğrenir.
ZORUNLU	0907749-0908749	GİRİŞİMCİLİK VE PROJE YÖNETİMİ	3+0	5	Bu dersin amacı, öğrencilerin girişimcilik fikirlerini sistematik bir şekilde geliştirmelerini, planlamalarını ve uygulamaya koymalarını sağlayacak proje döngüsü yönetimi becerilerini	- Girişimciliğin temel kavramlarını ve türlerini tanımlar. - Proje döngüsü yönetiminin aşamalarını açıklar. - Yaratıcılık teknikleri kullanarak yenilikçi fikirler geliştirir. - İhtiyaç analizi yapar ve bir proje/iş fikri için hedef kitleyi belirler. Riskleri belirler ve stratejik planlama yöntemleri geliştirir.

					kazandırmaktır. Öğrenciler, bir iş fikrinin tanımlanmasından analizine, planlamasından uygulanmasına ve değerlendirilmesine kadar geçen tüm süreci deneyimleyeceklerdir.	- Amaç, faaliyet, zaman çizelgesi ve Gantt şeması içeren proje planları hazırlar. - Finansal plan hazırlar ve proje kaynaklarını etkin biçimde yönetir. Devam eden projeleri izler, değerlendirir ve geri bildirim verir. - Girişimcilik projelerinin sürdürülebilirlik ve sosyal etki boyutlarını değerlendirir. - Takım çalışmasında etkin rol alır ve girişimcilik projelerinde liderlik becerisi gösterir.
BÖLÜM SEÇMELİ	0907737-0908737	NÖROPAZARLAMA UYGULAMALARI	3+0	5	Nöropazarlama ile ilgili kavramlar, temel düzeyde beynin yapısı ve işleyişi, nöropazarlamanın tüketici satın alma kararları üzerindeki etkileri, reklam ve bilinçaltı kavramları anlatılacaktır. Tüketici psikolojisi ve sinirbilimden elde edilen yöntemlerin reklamlarda nasıl kullanıldığı aktarılacaktır. Nörobilim yöntemlerinin pazarlama stratejileri üzerindeki etkilerini anlatılacaktır.	- Temel nörobilim kavramlarını ve beynin işleyişini pazarlama iletişimi bağlamında açıklar. - Tüketici karar verme süreçlerini nöropazarlama yöntemleriyle analiz eder. - Nöropazarlama ölçüm tekniklerini değerlendirir ve pazarlama iletişiminde kullanım alanlarını tartışır. - Reklam ve kampanya örneklerini nörobilimsel tepkiler üzerinden inceleyerek stratejik öneriler geliştirir. - Nöropazarlama uygulamalarını etik ilkeler ve tüketici hakları çerçevesinde değerlendirir. - Nöropazarlamanın geleneksel pazarlama yöntemleriyle benzerlik ve farklılıklarını eleştirel biçimde karşılaştırır. - Dikkat, bilinç ve duyular üzerinden tüketici davranışlarının reklamlara yansımalarını yorumlar. - Pazarlama karması unsurlarının nöropazarlama perspektifinden nasıl yeniden kurgulanabileceğini açıklar. - Bilinçaltı reklamcılık kavramını tüketici psikolojisi çerçevesinde tartışır. - Nöropazarlamanın görsel iletişim, tasarım ve yaratıcı içerik geliştirmedeki potansiyelini değerlendirir.
BÖLÜM SEÇMELİ	0907742-0908742	ALGI YÖNETİMİ	3+0	5	Algı Yönetimi dersinin amacı, bireylerin ve kurumların hedef kitlelerin düşünce, tutum ve davranışlarını nasıl etkilediğini bilimsel ve etik çerçevede anlamalarını sağlamaktır. Bu ders, özellikle iletişim	- Algı yönetimi kavramını tanımlar ve temel bileşenlerini açıklar - Algı yönetiminin iletişim süreçlerindeki rolünü analiz eder. - Gündem belirleme ve çerçeveleme tekniklerini ayırt eder. - Medyada algı oluşturma yöntemlerini değerlendirir. - Hedef kitle analizinin algı yönetimindeki önemini açıklar.

					süreçlerinde algının nasıl oluştuğunu, nasıl yönlendirilebildiğini ve nasıl yönetilebileceğini öğretmeyi hedefler. Daha açık ifade etmek gerekirse dersin amacı: ? Algının psikolojik ve sosyolojik temellerini kavratmak ? Medya, siyaset ve kurumsal iletişimde algı yönetimi tekniklerini öğretmek ? Bilgi, mesaj ve imaj oluşturma süreçlerini analiz edebilme becerisi kazandırmak ? Manipülasyon ile etik iletişim arasındaki farkı ayırt edebilmek ? Propaganda, dezenformasyon ve kamuoyu oluşturma yöntemlerini eleştirel bakışla değerlendirmek ? Kriz ve itibar yönetiminde algının rolünü anlamak Kısacası bu ders, ? İnsanlar ne düşünüyor? ? sorusundan çok, ? neden öyle düşünüyor ve bu düşünce nasıl şekillendiriliyor? ? sorusuna cevap verebilen bireyler yetiştirmeyi amaçlar.	• Duygusal yönlendirme tekniklerini örneklerle açıklar. • Görsel ve sembollerin algı oluşturmadaki rolünü analiz eder. • Algı manipülasyonu ile etik iletişim arasındaki farkı tartışır. • Kriz durumlarında algı yönetimi stratejileri geliştirir. • Bilgi seçimi ve filtreleme süreçlerini değerlendirir. • Sosyal medya araçlarının algı yönetimindeki etkisini analiz eder. Farklı sektörlerde algı yönetimi uygulamalarını karşılaştırır. • Eleştirel düşünme becerisiyle sunulan bilgileri sorgular. • Kendi algı yönetimi stratejisini planlar ve uygular.
BÖLÜM SEÇMELİ	0907746-0908746	REKLAM KAMPANYALARI ANALİZİ VE UYGULAMALARI	3+0	5	Bu dersin amacı, öğrencilerin ulusal ve uluslararası reklam kampanyalarını stratejik, yaratıcı ve iletişimsel boyutlarıyla analiz edebilmesini; kampanyaların etkililiğini, güncel reklamcılık eğilimlerini, etik ve toplumsal sorumluluk boyutlarını değerlendirebilmesini; gerçek veya kurgusal reklam briefleri	• Reklam kampanyalarını strateji, yaratıcılık ve uygulama boyutları açısından analiz eder. • Reklam kampanyalarının başarısını kampanya amaçları ve iletişim sonuçları doğrultusunda değerlendirir. • Ulusal ve uluslararası reklam kampanyalarında kullanılan stratejik ve yaratıcı yaklaşımları karşılaştırır. • Güncel reklamcılık ve pazarlama iletişimi uygulamalarını kampanya örnekleri üzerinden analiz eder.

					doğrultusunda yaratıcı ve bütünleşik reklam kampanyaları geliştirebilmesini sağlamaktır.	- Reklam kampanyalarını etik, toplumsal sorumluluk ve sürdürülebilirlik açısından eleştirel olarak değerlendirir. - Reklam briefini analiz ederek kampanya stratejisi oluşturur. - Reklam briefi doğrultusunda yaratıcı ve bütünleşik bir reklam kampanyası geliştirir. - Reklam kampanyasının temel iletişim materyallerini ve uygulama önerilerini tasarlar. - Kampanya geliştirme sürecinde ekip çalışması ve yaratıcı problem çözme becerilerini uygular. - Reklam kampanyasına ilişkin analiz ve uygulama çalışmalarını profesyonel bir sunum formatında sunar ve savunur.
BÖLÜM SEÇMELİ	0907747-0908747	DESTİNASYON PAZARLAMA	3+0	5	Bu dersin amacı, öğrencilerin destinasyon (yer/konum) kavramını, destinasyon pazarlamasının önemini ve bu alandaki stratejik planlama, iletişim, promosyon ve hedef kitle analizlerini kavramalarını sağlamaktır. Ders, destinasyonlara yönelik marka değerinin nasıl oluşturulabileceğine dair kuramsal bilgiler ve güncel örneklerle desteklenmektedir.	- Öğrenciler destinasyon kavramını, türlerini ve pazarlama modellerini açıklar. - Öğrenciler destinasyon pazarlamasında hedef kitle, rekabet ve promosyon stratejilerini değerlendirir. - Öğrenciler dünyadan ve Türkiye’den örnekleri inceleyerek destinasyon pazarlama stratejileri önerir.
BÖLÜM SEÇMELİ	0907748-0908748	MARKA İLETİŞİMİ SİMÜLASYONU	3+0	5	Bu ders, öğrencilerin dijital odaklı bir iş fikri geliştirmelerini ve bu iş fikrine uygun marka kimliği, hedef kitle, dijital strateji ve içerik üretimi gerçekleştirmelerini amaçlamaktadır. Öğrenciler yaratıcı düşünme, strateji geliştirme, kriz yönetimi ve sunum becerileri kazanır.	- Dijital pazarlama bağlamında içgörü ve hedefleme süreçlerini analiz ederek iş fikrine uygun hedef kitle ve persona oluşturur. - Geliştirilen iş fikrine uygun marka kimliği, marka hikâyesi ve anlatı tasarlar. - Geliştirdiği iş fikrine uygun olarak farklı dijital platformlara yönelik içerikler (post, story, reels vb.) üretir. - Dijital yol haritası oluşturarak marka iletişim kampanyasını planlar ve uygular.

						- İş fikri bağlamında kriz senaryolarını değerlendirerek markaya uygun tepki stratejileri geliştirir. - Marka iletişimde kullanılan içerikleri psikolojik, sosyal ve kültürel boyutlarıyla yorumlar. - Kampanya sürecinde medya planlama unsurlarını bütçe, mecra ve hedef kitle dengesiyle bütünleştirir. - Marka iletişimi uygulamalarında etik kodlar, veri güvenliği ve kullanıcı mahremiyetini gözetir. - Grup çalışmalarında sorumluluk alır, iş bölümü yapar ve ortak proje sürecini yönetir. - Geliştirdiği iş fikri ve kampanyayı sunum teknikleri kullanarak hedef kitleye aktarır.
BÖLÜM SEÇMELİ	0907750-0908750	LÜKS MARKA YÖNETİMİ	3+0	5	Bu dersin amacı öğrencilere lüks marka kavramını anlatmak, tüketicilerin lüks tüketime yönelme sebeplerini ve alışkanlıklarını göstermektir. Lüks markaların pazarlama stratejilerini örnekler üzerinden belirlemeyi hedeflemektedir.	- Tüketim, tüketim tarzları ve lüks tüketim kavramlarını öğrenir. - Lüks tüketimin tarihsel gelişimini öğrenir. - Lüks tüketimde tüketici motivasyonlarını öğrenir. - Lüks tüketiminin pazarlamadaki yerini bilir. - Lüks markalarla ilgili temel kavramları öğrenir - Lüks marka ve kültür etkileşimini öğrenir - Lüks tüketimde moda ilişkisini bilir. - Dünyada ve Türkiye'de lüks tüketimi örneklerini bilir - Lüks tüketimle ilgili tüketici davranışı teorilerini anlar. - Lüks tüketimde algı yönetimini öğrenir.
FAKÜLTE SEÇMELİ	0907751-0908751	WEB VE MOBİL TASARIMI	3+0	5	Bu dersin amacı, öğrencilerin modern web ve mobil platformlar için kullanıcı odaklı, erişilebilir ve etkileşimli arayüzler tasarlayabilmelerini sağlamaktır. Öğrenciler, HTML5, CSS3, Wordpress, Joomla gibi web teknolojileri ile mobil uygulama tasarımı ilkelerini birleştirerek farklı cihazlarda çalışan duyarlı tasarımlar geliştirecektir. Ayrıca, tasarımların bilişim sistemleri	- Web ve mobil tasarımın temel kavramlarını ve bilişim sistemleriyle ilişkisini açıklar. - Kullanıcı arayüzü (UI) ve kullanıcı deneyimi (UX) tasarım ilkelerini web ve mobil ortama uygular. - HTML5, CSS3 ve Scriptler kullanarak etkileşimli web sayfaları geliştirir. - Responsive (duyarlı) tasarım ilkelerini kullanarak farklı cihazlarda uyumlu arayüzler oluşturur. - Mobil uygulama tasarım prensiplerini (navigasyon, tipografi, renk, ikonografi) uygular. - Web ve mobil sistemleri veri tabanı veya API'ler ile entegre eder.

					altyapısı ve veri etkileşimi ile bütünleşmesini öğreneceklerdir.	- Erişilebilirlik ve kullanılabilirlik standartlarına uygun arayüz tasarımları geliştirir. - Tasarım projelerini planlar, uygular ve sunar. - Mobil ve web uygulamalarını test eder, kullanıcı geri bildirimleri doğrultusunda iyileştirir. - Alanı ile Mobil veya Web Tasarımı Uygulamalarını geliştirir.
FAKÜLTE SEÇMELİ	0901746-0905746	AKADEMİK YAZIM BECERİLERİ	3+0	5	Öğrencilerin akademik ve profesyonel hayatta gereksinim duyacakları bilgileri edinme, edinilen bilgileri düzenleme ve uluslararası düzeyde kabul edilen bir biçimde yazma becerilerini geliştirme amaçlanmaktadır.	- Sosyal bilimlerde araştırma yapmanın mantığı ve tarihi hakkında bilgi birikimine sahip olur. - Sosyal bilimlerde araştırma türleri ve aşamaları hakkında donanıma sahip olur. - Bir konuya ilişkin bilimsel araştırma tasarımı oluşturabilir. - Araştırma problemini doğru tespit eder çalışma konusuna ilişkin araştırma sorusu ve hipotez oluşturabilir. - Bir araştırmanın bilimsel bakış açısına göre nasıl raporlaştırılıp sunulacağını bilir.

VIII. DÖNEM

DERS DURUMU	DERS KODU	DERS ADI	KREDİSİ	AKTS	DERSİN AMACI	ÖĞRENİM ÇIKTILARI
ZORUNLU	0907844-0908844	BİTİRME ÇALIŞMASI	0+2	5		
ZORUNLU	0907845-0908845	MESLEKİ ETİK	3+0	5	Bu ders etik kuramların reklam iletişimine yansımalarını tartışma ve değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Reklam ve reklamcılık etiğine bütüncül ve çözüm odaklı, aynı zamanda güncel ve yaratıcı bir bakış açısı getirmeyi amaçlamaktadır. Çeşitli alanlarda karşılaştığımız sorunlara etik biliminin getireceği bakış açısını kullanarak çözüm üretebilme	- Etik kavramını, tarihsel gelişimini ve temel yaklaşımlarını açıklar. - Reklamcılık bağlamında etik sorunları analiz eder. - Meslek etiği ve medya etiği ilkelerini tanımlar ve yorumlar. - Etik kuramları günlük yaşam, iletişim ve reklam örnekleriyle ilişkilendirir. - Etik ikilemleri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir. - Sürdürülebilir ve sorumlu reklamcılığın önemini kavrar. - Yapay Zekanın etik kullanımı ile ilgili farkındalık geliştirir. - Meslek etiği çerçevesinde reklamcının toplumsal sorumluluklarını tartışır. - Uygulamalı etik bağlamında reklam kampanyalarını eleştirel olarak değerlendirir.

					becerisinin güçlendirilmesi hedeflenmektedir.	• Etik standartlara uygun reklam içeriği oluşturma becerisi geliştirir.
BÖLÜM SEÇMELİ	0907846-0908846	SOSYAL PAZARLAMA KAMPANYALARI	3+0	5	Bu dersin amacı, öğrencilerin sosyal pazarlama kavramını ve kapsamını kavramalarını; sosyal sorunlar bağlamında sosyal pazarlamanın rolünü ve etkinliğini değerlendirebilmelerini; sosyal pazarlama kampanyalarının planlanması, yürütülmesi ve değerlendirilmesi süreçlerine ilişkin kuramsal ve uygulamalı bilgi edinmelerini; etik ilkeler doğrultusunda toplumsal fayda odaklı kampanyalar tasarlama ve uygulama becerisi kazanmalarını sağlamaktır.	• Öğrenciler, sosyal pazarlama kampanyalarının tüm stratejik planlama süreçlerini (brief analizi, problem tanımı, hedef kitle, mecra seçimi) bütüncül bir yaklaşımla yönetir. • Öğrenciler, toplumsal sorunlara yönelik sosyal pazarlama çözümleri üretir ve bunları kampanya tasarımlarına dönüştürür. • Öğrenciler, sosyal pazarlama kampanyalarında medya stratejisi geliştirirken bütçe, mecra ve hedef kitle dengesini gözetir ve performans ölçümü yapar. • Öğrenciler, sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda yenilikçi kampanya fikirleri geliştirir. • Öğrenciler, takım çalışması içinde ajans benzeri yapılar kurarak sosyal pazarlama projelerini profesyonel biçimde sunar. • Öğrenciler, tüketici ve toplum davranışlarını temel davranış bilimleri ekseninde analiz ederek sosyal pazarlama stratejilerine yansıtır. • Öğrenciler, kültürel ve toplumsal dinamikleri değerlendirerek sosyal kampanyaları toplumsal bağlamda konumlandırır. • Öğrenciler, sosyal pazarlama mesaj ve stratejilerinin geliştirilmesinde disiplinler arası bakış açıları uygular. • Öğrenciler, sosyal pazarlama kampanyalarını hukuki ve etik sorumluluklar çerçevesinde değerlendirir. • Öğrenciler, dijital teknolojiler ve yeni medya araçlarını sosyal pazarlama uygulamalarında sorumlu biçimde kullanır.
BÖLÜM SEÇMELİ	0907814-0908814	MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ	3+0	5	Bu dersin amacı öğrencilerin markaların hedef ve stratejilerine göre müşterileriyle iletişim kurma becerilerini geliştirmektir. Müşterilerin satın alma davranışlarını anlamlandırması, müşteriye elde tutma programlarını	• Müşteri ilişkileri yönetimine ilişkin temel kavramları bilir. • Farklı müşteri tiplerini öğrenir. • Müşteri ilişkileri modellerini öğrenir. • Müşteri şikâyet yönetimini ve çözüm süreçlerini öğrenir. • Gizli müşteri seçimini ve müşteri ilişkileri yönetiminde önemini öğrenir. • Müşteri ilişkileri yönetiminde sadakat programlarını bilir.

					kavraması ve müşteri memnuniyetini ölçme tekniklerini öğrenmesi hedeflenmektedir.	- Müşteri ilişkileri yönetiminde ölçümleme süreçlerini öğrenir. - Örnekler üzerinde değerlendirme yaparak doğru ve yanlış uygulamaları kavrar. - Müşteri ilişkileri yönetiminde başarısızlık sebeplerini bilir. - Müşteri ilişkileri yönetim sürecine hakim olur
BÖLÜM SEÇMELİ	0907847-0908847	PODCAST HİKAYECİLİĞİ PAZARLAMASI	3+0	5	Bu dersin amacı, öğrencilerin podcast hikâyeciliğini reklamcılık ve pazarlama bağlamında kavrayarak yaratıcı içerik üretme becerisi kazanmalarını sağlamaktır. Öğrenciler, podcastin temel unsurlarını, hikâye anlatım tekniklerini ve marka iletişimindeki rolünü öğrenecek; ayrıca hedef kitleye uygun içerik stratejileri geliştirme, dijital platformlarda konumlandırma ve podcast kampanyalarının etkisini değerlendirme yetkinlikleri edineceklerdir. Ders sonunda öğrenciler, teorik bilgileri uygulamalı bir podcast projesine dönüştürerek hem akademik hem de sektörel deneyim elde etmiş olacaklardır.	- Podcast hikâyeciliğinin temel kavramlarını ve pazarlama içindeki yerini tanımlar. - Podcast türlerini ve farklı formatların hedef kitle üzerindeki etkilerini açıklar. - Hikâye anlatıcılığının temel öğelerini (karakter, çatışma, kurgu, ses tasarımı) pazarlama bağlamında yorumlar. - Podcast üretim sürecinde gerekli teknik ve yaratıcı araçları uygular. - Marka iletişimde podcast kullanımına ilişkin örnekleri analiz eder. - Hedef kitleye uygun podcast içerik stratejileri geliştirir. - Podcast içeriklerini sosyal medya ve dijital platformlarda konumlandırma yöntemlerini uygular. - Podcast kampanyalarının marka kimliği, etkileşim ve satış üzerindeki etkilerini değerlendirir. - Takım çalışması içinde özgün bir podcast projesi tasarlar ve sunar. - Podcast hikâyeciliğini etik, kültürel ve toplumsal bağlamlarda eleştirir.
BÖLÜM SEÇMELİ	0907848-0908848	SPOR PAZARLAMA YÖNETİMİ	3+0	5	Bu dersin amacı, öğrencilerin spor endüstrisinin yapısını, spor pazarlamasının temel kavramlarını ve bu alanda kullanılan iletişim, sponsorluk, halkla ilişkiler ve dijital stratejileri öğrenmesini sağlamaktır. Ders kapsamında	- Öğrenciler spor endüstrisinin yapısını ve spor pazarlamasının temel kavramlarını açıklar. - Öğrenciler spor pazarlamasında kullanılan iletişim, sponsorluk, reklam ve halkla ilişkiler stratejilerini analiz eder. - Öğrenciler dünyadan ve Türkiye’den spor pazarlama uygulamalarını karşılaştırarak stratejik öneriler geliştirir.

					dünyadan ve Türkiye'den spor pazarlama uygulamalarına dair örnek olaylar analiz edilecektir.	
BÖLÜM SEÇMELİ	0907849-0908849	SİVİL TOPLUM İLETİŞİMİ	3+0	5	Sivil toplum örgütlerinin işleyişlerini ortaya koymayı ve onlara özgü iletişim stratejilerinin nasıl geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Öğrenciler bu derste sivil toplum kuruluşları ile ilgili temel kavramları analiz edecek ve tartışacak, bu konudaki bilgilerini kavramlaştırabilecek ve sivil toplum hakkında düşünce üretebileceklerdir. Medya ve sivil toplum kavramlarının anlam çerçevesi, modern toplumdaki konumları ve işlevleri, Batı ve Türkiye tecrübesinde medya ve sivil toplumun değişen tanım ve işlevleri ile tarihsel gelişimleri, bir mesleki alan olarak kurumsal iletişim ve STK'ların stratejik iletişim yönetimleri normatif medya kurumları da dikkate alınarak tartışılacaktır.	• Öğrenciler, sivil toplum kavramını, tarihsel gelişimini ve siyasal/toplumsal yapılarla ilişkisini açıklayabilecek ve eleştirel olarak değerlendirebilecektir. • Öğrenciler, Türkiye'deki ve küresel düzeydeki STK türlerini (dernek, vakıf, sendika, meslek örgütü vb.) sınıflandırabilecek ve örnek olaylar üzerinden analiz edebilecektir. • Öğrenciler, sivil toplum kuruluşları için stratejik iletişim planları tasarlayarak medya okuryazarlığı perspektifinde değerlendirme yapabilecektir. • Öğrenciler, yeni medya araçları, sosyal medya ve dijital iletişim stratejilerini kullanarak STK kampanyaları geliştirebilecektir. • Öğrenciler, sivil toplum kuruluşlarında etik, toplumsal fayda ve sürdürülebilirlik odaklı iletişim stratejilerini analiz edebilecektir. • Öğrenciler, farklı toplumlarda sivil toplum ve medya etkileşimini karşılaştırmalı olarak inceleyebilecek, Batı ve Türkiye örneklerini analiz edebilecektir. • Öğrenciler, sivil toplum örgütlerinde baskı gruplarının temsil, iletişim ve denetim işlevlerini açıklayabilecektir. • Öğrenciler, sivil toplum kuruluşları ile gönüllüler arasındaki iletişim biçimlerini çözümleyerek, gönüllü yönetiminde sürdürülebilir iletişim önerileri geliştirebilecektir. • Öğrenciler, sivil toplum kuruluşlarının yürüttüğü iletişim kampanyalarını profesyonel sunum teknikleriyle aktarabileceklerdir. Öğrenciler, alanında edindiği bilgi ve deneyimleri uygulamalı çalışmalarla pekiştirerek, grup projelerinde sorumluluk alabilecektir.
BÖLÜM SEÇMELİ	0907850-0908850	YEŞİL PAZARLAMA	3+0	5	Bu dersin amacı, öğrencilere yeşil pazarlama kavramını ve sürdürülebilirlik anlayışını tanıtmak, çevre bilincinin ve	• Doğal çevre, çevre sorunları ve çevresel sorumluluk kavramlarını açıklayabilir. • Sürdürülebilirlik kavramını ve boyutlarını tanımlayabilir; sürdürülebilir ürün ve hizmetlerin özelliklerini açıklayabilir ve

					yeşil pazarlamanın temel unsurlarının anlaşılmasını sağlamaktır. Ayrıca, yeşil pazarlamanın tüketici davranışları, hedef kitle analizi ve sosyal pazarlama ile ilişkisini ele alarak, öğrencilere yeşil pazarlama stratejileri geliştirme ve uygulama konusunda teorik ve pratik bilgi kazandırmak hedeflenmektedir. Ders, yeşil pazarlamanın faydaları, karşılaşılan zorluklar, yeşil teknolojilerin pazarlamaya etkisi ve küresel düzeydeki başarılı uygulamaları inceleyerek, öğrencilerin sürdürülebilir pazarlama stratejileri konusundaki bilgi ve becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır.	çevre bilincinin tüketici davranışları ile işletme stratejileri üzerindeki etkilerini değerlendirebilir. • Yeşil pazarlamanın ortaya çıkışını ve tarihsel gelişimini analiz edebilir. • Sosyal sorumluluk ile yeşil pazarlama arasındaki ilişkiyi yorumlayabilir. • Yeşil pazarlamanın işletmeler ve toplum açısından sağladığı faydaları değerlendirebilir. • Yeşil pazarlama karması unsurlarını bilir. • Farklı yeşil pazarlama stratejilerini karşılaştırabilir ve tartışabilir. Yeşil tüketici davranışlarını değerlendirebilir. • Yeşil teknolojilerin pazarlama üzerindeki etkilerini ve gelecekteki eğilimleri değerlendirebilir. • Greenwashing uygulamalarını tanımlayabilir ve gerçek uygulamalardan ayırt edebilir. • Yeşil pazarlama konularında araştırma yapabilir, elde ettiği bilgileri etkili sunumlarla paylaşabilir ve tartışabilir.
BÖLÜM SEÇMELİ	0907851-0908851	MODA PAZARLAMASI	3+0	5	Bu dersin amacı, moda endüstrisinin temel dinamiklerini ve pazarlama ilkelerini bir arada ele alarak, öğrencilerin moda pazarlaması alanında teorik bilgi ve uygulama becerisi kazanmalarını sağlamaktır. Moda sektörü özelinde tüketici davranışları, marka yönetimi, trend analizi ve pazarlama stratejileri gibi konulara odaklanarak, öğrencilere sektörel bakış açısı ve analitik düşünme yeteneği	• Moda kavramını, tarihsel gelişimini ve toplumsal önemini açıklar. • Moda ve giyim teorilerini, moda döngüsünü ve benimsenme süreçlerini bilir. • Pazarlama kavramını, temel ilkelerini ve moda sektörüyle ilişkisini açıklar. • Moda pazarlama çevresini ve tüketici davranışlarını analiz eder. • Moda markalarının hedef kitle oluşturma ve trend analizi temelli stratejilerini değerlendirir. • Moda pazar araştırması yöntemlerini ve veri analiz süreçlerini bilir. • Moda ürün geliştirme sürecini ve koleksiyon planlamasını açıklar.

					kazandırılması hedeflenmektedir.	• Moda markalaşması, marka kimliği ve konumlandırma stratejilerini tartışır. • Sürdürülebilir moda, etik pazarlama ve dijital moda teknolojilerini bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirir. • Moda sektöründe geleceğe yön veren yenilikleri, değişen tüketici beklentilerini ve stratejik yaklaşımları sentezler.
FAKÜLTE SEÇMELİ	0902854-0903854	SOSYAL İNOVASYON	3+0	5	Bu dersin amacı, öğrencilere sosyal inovasyon kavramını ve süreçlerini iletişim disiplini perspektifiyle aktarmak; güncel toplumsal sorunları analiz edebilme, bu sorunlara yönelik medya ve iletişim araçlarını kullanarak yenilikçi, kapsayıcı, sürdürülebilir çözüm önerileri ve toplumsal fayda odaklı projeler geliştirebilme becerisi kazandırmaktır.	• Sosyal inovasyon kavramını ve temel bileşenlerini tanımlar. • Toplumsal sorunları iletişim ve medya perspektifiyle analiz eder. Sosyal girişimcilik ile sosyal inovasyon arasındaki farkları açıklar. Başarılı yerel ve küresel sosyal inovasyon projelerini değerlendirir. • Toplumsal fayda odaklı yenilikçi bir fikir veya proje tasarlar. • Sivil toplum, kamu ve özel sektör arasındaki işbirliği modellerini kavrar. • Sosyal inovasyon süreçlerinde dijital medyanın rolünü tartışır. • Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) ile sosyal projeleri ilişkilendirir. • Dezavantajlı gruplar için kapsayıcı iletişim stratejileri geliştirir. • Tasarlanan sosyal projelerin toplumsal etki ölçümünü temel düzeyde yapar.
FAKÜLTE SEÇMELİ	0904851-0906851	ETKİLİ İLETİŞİM VE BEDEN DİLİ	3+0	5	Bu dersin amacı, öğrencilerin kişisel ve profesyonel yaşamlarında etkili iletişim kurmalarını sağlamak, sözlü ve sözsüz iletişim araçlarını bilinçli ve stratejik şekilde kullanmalarına yardımcı olmak ve beden dili konusunda farkındalık kazandırmaktır. Öğrencilerin etkili iletişim sürecinin işleyişini, iletişimin türlerini (yazılı, sözlü ve sözsüz), iletişim fonksiyonlarını ve	• Öğrenciler kişisel ve profesyonel yaşamlarında etkili iletişim kurabilir. • İletişim sürecinin temel kavramlarını ve öğelerini tanımlar. • Etkili iletişim sürecinin işleyişini, iletişimin türlerini (yazılı, sözlü ve sözsüz) kavrar. • Beden dilinin iletişimdeki rolünü açıklar. • Etkili dinleme ve empati kurma becerilerini uygular. • Kültürel farklılıkların iletişim üzerindeki etkilerini değerlendirir. • Topluluk önünde etkili konuşma ve sunum yapma becerisi geliştirir.

					engellerini, kişiler arası iletişimi ve beden dilini doğru okumayı ve kullanmayı öğrenmeleri hedeflenir.	• Beden dili ve iletişim normlarının medya tasvirlerini eleştirel bir şekilde değerlendirir. • Kişinin kendi beden dili ve başkaları üzerindeki potansiyel etkisi konusunda öz farkındalık geliştirir. • Sözlü ve sözsüz unsurları etkili bir şekilde bütünleştirerek ikna edici mesajlar oluşturur.
--	--	--	--	--	--	--