

	Bilim Dalı	Sınav Konuları	Kaynaklar
Yüksek Lisans	Reklamcılık	Reklam ve reklamcılığın temel kavramları, iletişim ve reklam kuramları, pazarlama ve stratejik pazarlama, bütünsel pazarlama iletişimi, marka yönetimi ve marka iletişimi, tüketici davranışı, reklamda yaratıcı strateji, reklam yazarlığı, medya planlama ve stratejileri, dijital pazarlama ve dijital reklamcılık, reklam araştırmaları, araştırma yöntemleri ile reklamcılık, pazarlama ve pazarlama iletişimi alanındaki güncel yaklaşımlar	Aaker, D. A. (2022). Güçlü Markalar Yaratmak. İstanbul: MediaCat Yayınları. Aktuğlu, I. K. (2018). Marka Yönetimi: Güçlü ve Başarılı Markalar İçin Temel İlkeler. İstanbul: İletişim Yayınları. Babür Tosun, N. (2020). Marka Yönetimi. İstanbul: Beta Yayınları. Başal, B. (2018). Yeni Medya Planlama ve Tüketici Davranışları: Geleneksel ve Dijital Medyayı Kapsayan Bütünsel Medya Planlama. Bozkurt, İ. (2000). Bütünsel Pazarlama İletişimi. İstanbul: MediaCat Yayınları. Elden, M. (2016). Reklam ve Reklamcılık. İstanbul: Say Yayınları. Elden, M. (2018). Reklam Yazarlığı. İstanbul: Say Yayınları. Fiske, J. (2017). İletişim Çalışmalarına Giriş. Ankara: Pharmakon Yayınevi. Güngör, N. (2013). İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitabevi. Karasar, N. (2020). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık. Keller, K. L. (2019). Marka Sermayesinin İnşası, Ölçümü ve Yönetimi (Strategic Brand Management). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık. Kocabaş, F. ve Elden, M. (2000). Reklamcılık: Kavramlar, Kararlar, Kurumlar. Koç, E. (2024). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım. Ankara: Seçkin Yayıncılık. Kotler, P. ve Keller, K. L. Pazarlama Yönetimi. (Kullandığınız Türkçe baskı esas alınabilir.) Kotler, P., Kartajaya, H. ve Setiawan, I. (2021). Pazarlama 5.0: İnsan İçin Teknoloji. Mucuk, İ. (2018). Pazarlama İlkeleri. İstanbul: Türkmen Kitabevi. Neuman, W. L. (2017). Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar. Odabaşı, Y. ve Barış, G. Tüketici Davranışı. Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2002). Pazarlama İletişimi Yönetimi. İstanbul: MediaCat Yayınları.

*Web sayfamızda yer alan örnek kaynaklar, adaylara yol gösterme amacı taşımakta olup sınav kapsamını sınırlayıcı nitelikte değildir.

Aday Öğrenci Alım Sınavı Hakkında Bilgi			
	Bilim Dalı	Sınav Konuları	Kaynaklar
Doktora	Reklamcılık	Reklam ve reklamcılığın temel kavramları, iletişim ve reklam kuramları, pazarlama ve stratejik pazarlama, bütünleşik pazarlama iletişimi, marka yönetimi ve marka iletişimi, tüketici davranışı, reklamda yaratıcı strateji, reklam yazarlığı, medya planlama ve stratejileri, dijital pazarlama ve dijital reklamcılık, reklam araştırmaları, araştırma yöntemleri ile reklamcılık, pazarlama ve pazarlama iletişimi alanındaki güncel yaklaşımlar	Aaker, D. A. (2022). Güçlü Markalar Yaratmak. İstanbul: MediaCat Yayınları. Aktuğlu, I. K. (2018). Marka Yönetimi: Güçlü ve Başarılı Markalar İçin Temel İlkeler. İstanbul: İletişim Yayınları. Babür Tosun, N. (2020). Marka Yönetimi. İstanbul: Beta Yayınları. Başal, B. (2018). Yeni Medya Planlama ve Tüketici Davranışları: Geleneksel ve Dijital Medyayı Kapsayan Bütünleşik Medya Planlama. Bozkurt, İ. (2000). Bütünleşik Pazarlama İletişimi. İstanbul: MediaCat Yayınları. Elden, M. (2016). Reklam ve Reklamcılık. İstanbul: Say Yayınları. Elden, M. (2018). Reklam Yazarlığı. İstanbul: Say Yayınları. Fiske, J. (2017). İletişim Çalışmalarına Giriş. Ankara: Pharmakon Yayınevi. Güngör, N. (2013). İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitabevi. Karasar, N. (2020). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık. Keller, K. L. (2019). Marka Sermayesinin İnşası, Ölçümü ve Yönetimi (Strategic Brand Management). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık. Kocabaş, F. ve Elden, M. (2000). Reklamcılık: Kavramlar, Kararlar, Kurumlar. Koç, E. (2024). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım. Ankara: Seçkin Yayıncılık. Kotler, P. ve Keller, K. L. Pazarlama Yönetimi. (Kullandığınız Türkçe baskı esas alınabilir.) Kotler, P., Kartajaya, H. ve Setiawan, I. (2021). Pazarlama 5.0: İnsan İçin Teknoloji. Mucuk, İ. (2018). Pazarlama İlkeleri. İstanbul: Türkmen Kitabevi. Neuman, W. L. (2017). Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar. Odabaşı, Y. ve Barış, G. Tüketici Davranışı. Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2002). Pazarlama İletişimi Yönetimi. İstanbul: MediaCat Yayınları.

*Web sayfamızda yer alan örnek kaynaklar, adaylara yol gösterme amacı taşımakta olup sınav kapsamını sınırlayıcı nitelikte değildir.