

1. DÖNEM TOPLAM 10 DERS 21 KREDİ (20+2)

ATATÜRK İLK. VE İNK. TARİHİ-I. 2+0

Dersin amacı, hangi zorluklardan geçerek devlet ve ülke bağımsızlığına ulaştığımızı en üst düzeyde öğrenciye kavratmaktır. Bu amaçla Osmanlı Devleti'ni çöküşe götüren nedenler, devleti kurtarma çabaları ve akımları, I. Dünya Savaşı, cepheler, Mondros Mütarekesi, Mustafa Kemal ve Kuvayı Milliye hareketi gibi konular anlatılmaktadır.

TÜRK DİLİ-I. 2+0

Üniversitelerde okutulacak Türk Dili derslerinin amacı, yükseköğrenimini tamamlamış olan her gence, ana dilinin yapı ve işleyiş özelliklerini gereğince kavratılabilmek; dil-düşünce bağlantısı açısından, yazılı ve sözlü ifade vasıtası olarak, Türkçeyi doğru ve güzel kullanabilme yeteneği kazandırabilmek; öğretimde birleştirici bir dili hâkim kılmak ve ana dili şuuruna sahip gençler yetiştirmektir. Derste, dil bilgisi, dil kültür ilişkisi, dünya dilleri arasında Türkçe'nin yeri, dilin bugünkü durumu, imla ve kompozisyon bilgileri verilmektedir.

YABANCI DİL-I 2+0

Öğrencilere, İngilizce hakkında temel gramer ve konuşma bilgileri kazandırmak amaçlanmaktadır. Orta düzeyde bir dil öğreniminin gerçekleşmesi hedeflenmektedir. Dersin kapsamı içerisinde, özne zamirler, isimler ve çoğul yapıları, işaret sıfatları ve zarflar, geniş zaman, olma fiili ile bu zamanın olumlu, olumsuz ve soru yapıları. bağlaçlar, işaret zamirleri, belgili ve belgisiz harfî tarif, isim fiiller ve nesne zamirler. çekimsiz yardımcı fiillerden "can" ve örneklerle kullanımı yer almaktadır.

KLAVYE-I. 2+2

Öğrencilerin gerek eğitim öğretimleri süresince, gerekse mezun olduktan sonra sektörde rahatlıkla yer edinebilecekleri bir bilgisayar kullanma becerisini kazandırmaktır. Derste öncelikli amaç, 1955 yılında bir Türk Standardı olarak kabul edilen F (Fe) Klavyeyi bakmadan ON PARMAK yöntemiyle yazmayı öğrenmektir

PSİKOLOJİ 2+0

Psikoloji bilim dalını tanımlamak, önemini vurgulamak, ilgili diğer bilim dalları ile olan benzerlik ve farklarını açıklamak psikolojinin temel olguları ve araştırma yöntemleri ile ilgili bilgi vermek bu dersin başlıca amacıdır. Derste psikoloji, alt dalları, diğer bilimlerle olan

ilişkisi, gelişim süreçleri, öğrenme, hatırlama, algılama, bilinç, güdülenme, kişilik, dil ve iletişim, çatışma, sosyal davranış gibi konular üzerinde durulmaktadır.

SOSYOLOJİ 2+0

Öğrencilere sosyoloji biliminin kavramsal çerçevesinin aktarılması bu dersin genel amacıdır. Dersin içeriğini; sosyolojinin temel kavramları; toplum, grup, sosyalleşme, kültür, toplumsal etkileşim, tabakalaşma, güç, otorite, kentleşme, sosyal değişim, küreselleşme, temel sosyolojik kurumlar; aile, ekonomi, siyaset, eğitim ve din vb. konular oluşturmaktadır.

İLETİŞİM BİLİMİ-I 2+0

Bu derste iletişim biliminin genel kavramları üzerinde durulmaktadır. Teorik olarak iletişim tanımları, sınıflandırması, önemi ve kuramlar anlatılmakta, öğrencilerin üst sınıflarda alacakları iletişim derslerine temel oluşturması sağlanmaktadır.

RADYO-TV'UN TEMEL KAVRAMLARI 2+0

Bu ders, halkla ilişkiler öğrencilerine radyo ve televizyonla ilgili temel bilgileri aktarmayı ve ilerideki çalışmalarında bu alandan yararlanabilecek bilgileri vermeyi amaçlamaktadır. Dersin içeriğini; radyo-televizyon yayın yönetim sistemleri, radyo ve televizyon stüdyoları, radyo televizyon çalışan kişilerin özellikleri, radyo ve televizyonun işlevleri, özellikleri ve karakteristikleri, radyo televizyon yapım türleri, program biçimleri vb. konular oluşturmaktadır.

TEMEL GAZETECİLİK. 2+0

Bur ders ile halkla ilişkiler bölümü öğrencilerinin kendi branşları ile gazetecilik/habercilik arasında bağıntı kurmalarını sağlayacak temel kavram ve nosyonlar verilmektedir. Bu bağlamda gazetenin yapısal ve teknik özellikleri, işlevleri, Türkiye ve Dünyadaki kısa tarihçesi, haber ve bili alma-verme, organizasyon yapısı, gazete hazırlama aşamaları, haber toplama ve yazma, sorumluluklar ve denetleme mekanizmaları konuları işlenmektedir.

GENEL İŞLETME. 2+0

Dersin amacı, halkla ilişkiler öğrencilerine işletmelerin kuruluşu, örgütlenmesini, işleyişi, denetlenmesi ve işletmeciliğin temel kurallarını aktarmaktadır. Ders kapsamında işletme kavramları, temel fonksiyonları, amaçları gibi konular üzerinde durulmaktadır.

2. DÖNEM TOPLAM 9 DERS 21 KREDİ (20+2)

ATATÜRK İLK. VE İNK. TARİHİ-II 2+0

Dersin amacı, hangi zorluklardan geçerek devlet ve ülke bağımsızlığına ulaştığımızı en üst düzeyde öğrenciye kavratmaktır. Bu amaçla TBMM'nin açılması, Mudanya'ya götüren gelişmeler, Lozan Konferansı, Atatürk inkılabı ve hedefleri, Milli Savunma ve Atatürk ilkeleri gibi konular üzerinde durulmaktadır.

TÜRK DİLİ-II. 2+0

Ders, birinci sömestrde kalınan konulardan devam etmektedir. Derste, zarflar, cümle bilgisi, cümle çeşitleri, sözlü kompozisyon bilgileri, yazılı kompozisyon bilgileri, anlatım bozuklukları, retorik gibi konular anlatılmaktadır.

YABANCI DİL-II. 2+0

Bu dönem yer alan yabancı dil dersi İngilizce'de sayılabilen ve sayılamayan isimler, zaman zarfları, belgisiz zamirler, emir cümleleri, zaman gösteren edatlar, ünlem ifadeleri, sıklık zarfları, renkler, günler, aylar ve bunlarla ilgili metin çalışmaları, şimdiki zaman ve "olmak" fiili ile di'li geçmiş zaman gibi konular anlatılmaktadır.

KLAVYE-II 2+2

Derste, 10 parmak klavyeyi öğrenen öğrencilere, örnek metinleriyle alıştırmalar, hız kazandırma çalışmaları, rakam ve işaret çalışmaları yaptırılmaktadır.

HUKUKUN TEMEL KAVRAMLARI 2+0

Dersin amacı, öğrencilerin hukukla ilgili temel kavram ve terimleri öğrenmesidir. Derste, hukuka giriş, temel kavramlar, hukukun sosyal düzen kuralları arasındaki yeri, hukukun kaynakları, kaynakların ortaya çıkış biçimleri ve özellikleri, hukukun bölümleri olan kamu ve özel hukuk disiplinleri altında yer alan hukuk dalları (Anayasa Hukuku, İdare Hukuku, Medeni Hukuk, Ticaret Hukuku gibi) hakkında genel bilgiler anlatılmaktadır.

SOSYAL PSİKOLOJİ. 2+0

Bu dersin genel amacı; bilimsel yöntem ve teknikler çerçevesinde sosyal psikolojiyi tanıtmak, sosyal psikoloji konusu içine giren, bireyin içinde oluşan süreçlerin ve bireylerin arasında yer alan süreçlerin anlaşılmasını sağlamaktır. Bu bağlamda, insanların üye oldukları grupların onların davranışları üzerindeki etkileri, önyargının kaynakları, sosyal normların davranış üzerindeki olası etkileri, kitle iletişiminin davranışı nasıl etkilediği ve kalabalığın insan davranışına etkileri ele alınmaktadır.

İLETİŞİM BİLİMİ-II. 2+0

Bu derste çağdaş iletişim kuram ve yaklaşımları teorik olarak anlatılarak, günümüz açısından modellerin eleştirel ve ampirik irdelenmesi sağlanmaktadır.

HALKLA İLİŞKİLER-I 3+0

Halkla ilişkilerle ilgili temel kavramlar açıklanmakta ve alanın genel tanıtımı yapılmaktadır. Ders kapsamı içerisinde halkla ilişkiler tanımları, amacı, işlevi, propaganda, reklam gibi benzer kavramlarla farklılıkları, halkla ilişkilerin dünyada ve Türkiye'deki tarihi gelişimi, ilişki modelleri, halkla ilişkiler personelinin nitelikleri, halkla ilişkilerde internetten yararlanma yolları, kriz yönetimi, itibar yönetimi, halkla ilişkiler etiği vb. konular üzerinde durulmaktadır.

PAZARLAMA 3+0

Önemi hızla artan pazarlamayı öğrencilere temel kavramlarıyla öğretmeyi amaçlamaktadır. Pazarlama Kavramı: Pazarlamanın gelişim aşamaları, Pazarlama fonksiyonları, Pazarlamanın çevre koşulları, Pazarlama bilgi sistemi ve pazarlama araştırmaları, Pazar kavramı, Pazar bölümlenme ve hedef pazar seçimi, rekabetçi stratejiler, büyüme stratejileri, Mamül, Fiyat, Dağıtım kanalları ve fiziksel dağıtım, Satış artırıcı çabalar işlenen konulardır.

3. DÖNEM TOPLAM 8 DERS 22 KREDİ (21+2)

TEMEL BİLGİ TEKN. KULLANIMI 1+2

Ders, öğrencilerin bilgisayarını tanımasını ve uygulamalarda genel beceri kazandırılmasını amaçlamaktadır. Derste, bilgisayarlarda elektronik temel yapı, donanım yapıları, disk işletim sistemi, windows işletim sistemi, hizmet programları , disk birleştirici, disk temizleme, disk bakımı gibi konular üzerinde durulmaktadır.

YAB. DİLDE OKUMA VE KONUŞMA 2+0

İletişim öğrencilerine yabancı dilde iletişim ortamlarının tanıtılması, yabancı dil kullanım pratiklerine giriş, ek olarak temel dil bilgisi eksikliklerinin tamamlanmasına yönelik İngilizce yabancı dil dersidir. Dersin içeriğini, İngilizce'den Türkçe'ye doğru çeviri yaklaşımları,yabancı dil kullanımının iletişim ortam ve bağlamlarıyla ilişkisi, ağız ve lehçe farklılıkları, sözlük kullanma yöntemi oluşturmaktadır.

REKLAMCILIK 3+0

Dersin amacı reklamcılıkla ilgili kavramsal çerçevenin öğrencilere aktarılmasıdır. Ders kapsamında; reklamın doğası, tarihçesi ,fonksiyonları, psikolojisi, ekonomisi ve felsefesi, reklam, pazarlama ve kitle iletişimi süreci, yaratacı strateji ve medya stratejisi, metin yazımı, layout ve ürün mesajları ve reklam etkinliğinin değerlendirilmesi;.reklamın serbest piyasa ekonomisinde ve kitle iletişim araçlarındaki rolü; medya seçimi ve reklam mesleğinin örgütsel yapısı gibi konular ele alınmaktadır.

HALKLA İLİŞKİLER-II. 3+0

Ders kapsamı içerisinde; halkla ilişkiler süreci, kamu sektöründe halkla ilişkiler açısından karşılaşılan problemler, halkın yönetim karşısındaki tepki biçimleri, halkla ilişkiler uygulamalarında başvuru araç ve yöntemler, örgüt içi iletişim, iç halkla ilişkiler gibi konular ele alınmakta, güncel örneklerle desteklenerek ders yürütülmektedir.

SOS. BİL. ARAŞT. YÖNTEMLERİ 3+0

Bu ders, öğrencilerin yapacakları bilimsel çalışmalarda ve özellikle sosyal araştırmada gereksinim duyacakları metodolojik temelleri sağlamayı amaçlamaktadır Ders kapsamında, bilim ve araştırma, araştırma boyutları, araştırma ve teori konularıyla birlikte sosyal araştırma süreci, konu seçiminden başlayarak araştırma sorusu oluşturma, hipotez kurma, örneklem seçme, ölçme gibi konular da ayrıntılı olarak yer almaktadır.

Sunuculuk-Spikerlik-I. 2+2

Öğrencilere, sunuculuk mesleğinin gerektirdiği diksiyon, konuşma teknikleri, kamera önü deneyimleri, prompter tekniği gibi konularda eğitim verilmesi amaçlanmaktadır.

Siyaset Bilimi 3+0

Bu dersle, öğrencilerin siyaset olgusunu genel çizgileriyle tanımaları, yaşadıkları toplumun iktidar ilişkileriyle ilgili gelişmeleri anlamaları ve değerlendirmeleri için gerekli teorik bilgileri almaları amaçlanmaktadır. Siyasete ilişkin kavramlar, kurumlar, örgütler ve süreçler, siyasal hayat ve bu alandaki etkili faktörler ders kapsamını oluşturmaktadır.

Sosyal Düşünme 3+0

Dersin amacı, sosyal bilimlerde düşünme ve ilişki kurmada son derece önemli yere sahip olan kavram ve değişkenlerin belirlenmesi ve kavramlarla, değişkenler arasında kurulacak ilişkilerin belirlenmesinde zihnin işleyiş sürecini kavramalarıdır. Her hafta değişik bir konu üzerinde, değişkenler ve kavramlar belirlendikten sonra bunlar arasında nasıl ilişkiler kurulabileceği üzerine grupların çalışma yapması ve bunları sunarak tartışma ortamında değerlendirilmektedir

Temel Fotoğrafçılık. 3+0

Fotoğraf alanı ile ilgili temel bilgi ve becerilerin kazandırılması dersin temel amacını oluşturmaktadır. Fotoğrafçılığın tarihçesi, dijital gelişmeler, fotoğraf makinasının teknik özellikleri, kullanımı, çekim ilkeleri derste kavratılarak fotoğraf çekimi ve laboratuvar ortamında uygulama çalışmaları yürütülmektedir. Laboratuvar da kullanılan kimyasalların özellikleri, araç ve gereçler, film banyo ve baskı teknikleri öğrencilere derste öğretilmektedir.

İletişim Tarihi. 3+0

Dersin amacı, insanların haberleşme ihtiyacı duymaya başladıkları dönemlerden itibaren günümüze kadar geliştirdikleri haberleşme araçlarının, teknik ve içerik gelişim süreçlerini ele almaktır. Ders kapsamında; yazı öncesi haberleşme biçimleri, yazının icadı ve geliştirilmesi, haber mektupları, matbaa ve getirdikleri, basılı haber mektupları, gazetenin oluşumu ve getirdikleri, 19. yüzyıl ve teknolojik icatlar, radyonun oluşumu ve gelişimi, televizyonun oluşumu ve gelişimi, internetin oluşumu ve gelişimi gibi konular anlatılmaktadır.

İletişim Teknolojileri. 3+0

Öğrencilere iletişim teknolojilerinin gelişimini ve günümüzdeki boyutunu aktarmak, dersin temel amacıdır. Ders konuları içerisinde; elektromanyetik dalgalar, frekanslar, telgraf, telefon,

faks, radyo, televizyon, internet, uydu sistemleri, dijital yayıncılık, interaktif uygulamalar yer almaktadır.

İkna Edici İletişim. 3+0

Günlük hayatta kullandığımız iletişim sürecinden özel alanlarda kullandığımız iletişime kadar iknanın gücü ve önemi, iknada kişisel öğeler ve medyanın ikna etmedeki rolü ön plana çıkmaktadır. İşte bu nedenle ikna edici iletişim dersi ile ikna etme sürecinin işleyişi ve bu sürecin ne denli önemli olduğu ifade edilecektir. Aristo ile başlayan iknanın boyutları, iknada tutarlılık kuramları, Kitle iletişim araçları ve ikna, ikna edici kampanyalar ve yine hedef kitlelere ulaşmada iknanın önemi, ikna edici iletişimin yapısal özellikleri dersin temel konularını oluşturmaktadır.

İletişim Psikolojisi 3+0

Bu dersin amacın sağlıklı iletişim kurmanın yollarını irdelemektir. Ders kapsamında iletişim düzeyleri, algılama, kendini tanıma, savunucu iletişim, kültür ve iletişim, sürtüşme ve çatışmalar gibi konular yer almaktadır.

4. DÖNEM TOPLAM 8 DERS 23 KREDİ (22+2)

TEMEL BİLGİSAYAR BİLİMLERİ . 2+2

Dersin amacı, uygulama alanlarında kullanılan bilgisayar programlarının öğrencilere öğretilmesidir. Ders kapsamında; ofis 2003 programları, word, excel, power point programları, internet, Ms outlook gibi programlar anlatılmakta ve proje uygulamaları yaptırılmaktadır.

İŞ HAYATI İÇİN YABANCI DİL 2+0

İletişim öğrencilerine mesleki iletişim ortamları ve yaygın iletişim kalıplarının tanıtılmasına, temel mesleki jargonların edinilmesine ek olarak temel dil bilgisi tazelemesine yönelik İngilizce yabancı dil dersidir. Derste, İngilizce'den Türkçe'ye doğru çeviri yaklaşımları, Türkçe'den İngilizce'ye doğru çeviri yaklaşımları, yaygın çeviri hatalarından kaçınma yolları, basit temel cümle yapılarının birleştirilmesiyle bileşik cümlelere geçiş, yazışma türlerinin özet olarak tanıtılması, mesleki alanlara göre İngilizce kullanım özelliklerinin özetlenmesi üzerinde durulmaktadır.

SOSYAL BİLİMLER İÇİN İSTATİSTİK 3+0

Dersin amacı, sosyal bilimler alanında öğrenim gören öğrencilere istatistik yöntem ve tekniklerinin kuramsal temellerine inilmeksizin, yalın ve anlaşılır formülleriyle tanıtılmasıdır. Dersin temel konularını frekans dağılımları, olasılık, standart puanlar, çapraz tablolar oluşturmaktadır.

HALKLA İLİŞKİLER'DE METİN YAZARLIĞI 3+0

Halkla ilişkilerde metin yazarlığı dersi ile amaçlanan, öğrenciye okuma, anlama, anlatma ve yazma becerilerini kazandırmak ve halkla ilişkiler amaçlı mesaj oluşturma yöntemlerini aktarmaktır. Derste, haber, haber yazma teknikleri, haber toplama teknikleri, haber türleri, halkla ilişkiler haberciliği, halkla ilişkiler amaçlı mesaj oluşturma yöntemleri, yazılı basın, görsel basın için basın bülteni hazırlama, halkla ilişkiler araçlarının örnek uygulamaları, haber mektubu, basın makalesi, mektup, kitapçık ve broşür, yıllık, internet, medya ile ilişkiler, halkla ilişkilerde değerlendirme gibi konular ele alınmaktadır.

PAZARLAMA İLETİŞİMİ 3+0

Hizmetler ve ürünler hakkında alıcı davranışlarını ve tutumlarını olumlu yönde değiştirmek ve yükseltmek amacı ile uygulanan temel pazarlama ve iletişim prensiplerinin incelenmesi ve planlanmasına yönelik bu derste öğrenciler örnek olay ve uygulamaları ve sınıf tartışmaları ile promosyon karması geliştirme, iletişim programları planlama ve halkla ilişkilerden sponsorluğa kadar ki iletişim araçlarını kullanarak uygun pazarlama iletişimi stratejileri geliştirmeyi öğrenmektedirler.

Sunuculuk-Spikerlik-II 2+2

Halkla ilişkiler bölümü öğrencilerine, sunuculuk mesleğinin gerektirdiği diksiyon, konuşma teknikleri, kamera önü deneyimleri, prompter tekniği gibi konularda eğitim verilmesi amaçlanmaktadır. Derste, haber sunumu, program sunumu, konuklu tartışma programları sunumu, radyo programı sunumu üzerine yoğunlaşmaktadır.

Türk Kültür ve Uygarlığı. 3+0

Dersin amacı,Türk kültür ve uygarlığını gelişim çizgisi içinde tanıyıp anlamaktır. Bunun için kültür, medeniyet kavramları, kültür-medeniyet ilişkisi, kültür değişimleri, Türk kültür coğrafyası ve yaşayan kültür unsurları, ideal yapı, yaşam tarzı, geçim, beslenme, giyim, ticaret, tarım, el sanatları, mesken şekilleri, mimari, yaşayan kültür varlıkları ve bunları koruma gibi konular derste ele alınmaktadır.

Sanat ve Estetik. 3+0

Bu derste, öğrencilere sanat ve estetikle ilgili temel bilgilerin aktarılması, konuyla ilgili altyapı oluşturulması amaçlanmaktadır. Sanat, sanatçı ve sanat eseri kavramları, güzel sanatların tasnifi, estetik kavramının genel değerlendirilmesi, estetik beğeni, sanat ve güzellik ilişkisi, estetik güzellik-doğal güzellik ilişkisi, estetik duygunun gelişimi ve sanat yapıtlarına yansımaları, sinema ve televizyon sanatının estetik açıdan değerlendirilmesi, iletişim sanat ilişkisinin yorumlanması gibi konular dersin kapsamı içerisinde yer almaktadır.

TV Programcılığı 3+0

Halkla ilişkiler bölümü öğrencilerinin televizyon programcılığına ilişkin temel bilgileri kazanması amaçlanmaktadır. Dersin kapsamı içerisinde; televizyon program türleri, televizyon programı yapım süreci, televizyon program yapım öğelerinin belirlenmesi, teknik olanakların belirlenmesi, televizyona uyarılma, senaryonun yazılması, çekim aşamaları, çekim sonrası aşamalar gibi konular ele alınmaktadır.

Tüketici Davranışları. 3+0

Pazarlama ve reklam açısından tüketiciyi satın alma davranışına iten psikolojik, sosyo-psikolojik ve sosyolojik etmenleri bu alanda öğrenim gören ve geleceğin reklamcıları olacak öğrencilere benimsetmek dersin genel amacıdır. Derste, tüketim olgusu, ihtiyaç ve istekler, tüketici davranışı kavramı ve bu kavramın belirgin özellikleriyle buna yönelik tüketici davranışı modeli, tüketicilerin satın alma davranışları ve kararları, tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen kişisel, ekonomik, psikolojik ve sosyolojik etkenler, satın alma karar süreci ve tüketicilerin satın alma alışkanlıkları konuları üzerinde durulmaktadır.

Sözsüz İletişim. 3+0

İletişimin en önemli gerçekleşme biçimlerinden birisi sözsüz iletişimdir. Ders kapsamında beden dili, yüz ifadeleri, statü sembolleri, insani ilişkileri geliştirme, jestler, mimikler, giyim kuşam kodları gibi konular işlenmektedir.

Örgütsel Psikoloji. 3+0

Bir örgüt için ciddi sorunlara yol açabilecek iletişimle ilgili belirsizliklerin üstesinden gelebilecek yöntemlerin tanıtımı ve örgüt içindeki bireyin kişisel eğilimlerinin bu yöntemlerle bütünleştirici bir çevrede değerlendirme becerisinin öğrenciye kazandırılması bu dersin hedeflerini oluşturmaktadır. Ayrıca bu derste, öğrencilere örgüt kavramı, örgütsel iletişim kanallarının yapısı ve özellikleri; insanların içinde bulundukları iletişim ortamının özelliklerine bağlı olarak davranış geliştirmelerine yardımcı olacak kuramsal bilgiler verilmektedir

Reklam Fotoğrafçılığı. 2+2

Öğrencilerin daha önce aldıkları genel fotoğrafçılık dersleri doğrultusunda, reklam alanında biraz daha uzmanlaşmaları için uygulamalı çalışmalar yaptırılması bu dersin amacıdır. Derste, reklam fotoğrafçılığı, reklam fotoğrafının unsurları, başarılı reklam fotoğrafı çekmenin ilkeleri, reklam fotoğraflarından örnekler anlatılmakta ve fotoğraf çekimi uygulamaları yaptırılmaktadır.

Politikada Halkla İlişkiler

Dersin genel amacı, politik kuruluşlardaki halkla ilişkiler sürecini ve tekniklerini öğrencilere aktarmaktır. Derste, politik kuruluşlar hakkında genel bilgiler, politik kuruluşların amaçları, misyon ve vizyonları, politikadaki halkla ilişkiler süreci, seçmenlerle iki yönlü iletişime ve karşılıklı güvene dayalı ilişkiyi geliştirmede kullanılacak çeşitli araç ve yöntemler, politik kuruluşların interneti kullanımı ve web sayfaları gibi konular güncel örnekler doğrultusunda ele alınmaktadır.

5. DÖNEM TOPLAM 7 DERS 21 KREDİ (21+0)

KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI. 3+0

Dersin hedefi, öğrencilerin iletişim alanında bugüne kadar geliştirilen teori, kuram ve modeller hakkında gerekli olan bilgi birikimine ulaşmalarına yardımcı olmaktır. İlk iletişim modelleri: doğrusal modeller ve ortaya çıkış süreçleri, kitle iletişimin kültürel ve toplumsal işlevleriyle ilgili diğer modeller: Maletzke modeli, Newcomb modeli, Gerbner modeli, yeniliklerin yayılması: Difüzyon teorisi, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, bağımlılık modeli ve bilgi açığı hipotezi, suskunluk sarmalı kuramı ve gündem kurma modeli gibi konular derste ele alınmaktadır.

HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYALARI 3+0

Halkla İlişkiler Kampanyaları dersi, öğrencilerin daha sonraki dönemlerde alacağı uygulama derslerine teorik zemin oluşturma amacını gütmektedir. Bu doğrultuda ders kapsamı içerisinde; sorun analizi, formel ve informel araştırmalar, stratejik planlama, hedef kitle analizi, medya planlaması, bütçe ve zaman planlaması, mesaj ve ikna stratejileri, değerlendirme kriterleri gibi konulara yer verilmektedir.

MEDYA PLANLAMASI 3+0

Öğrencilerin medya planlama mantığını güncel örneklerle öğretmeyi amaçlayan derste, Değişen Medya Planlaması, Türkiye'nin medya planlama düzeni, mecra payları, Medya ve mecra, Medya sınıflandırması, Medya stratejisi, Temel medya planlaması kavram tanımları, rating, GRP, share, erişim ve sıklık, mecraların avantaj ve dezavantajları, yaratıcı mecra uygulamaları, İnternet reklamcılığı konuları incelenmektedir (**Hüseyin Altunbaş**)

Mesleki Yabancı Dil-I 3+0

İletişim öğrencilerine mesleki iletişim ortamları ve yaygın iletişim kalıplarının tanıtılması, temel mesleki jargonların edinilmesine ek olarak temel dil bilgisi tazelemesine yönelik İngilizce yabancı dil dersidir. Derste, İngilizce'den Türkçe'ye doğru çeviri yaklaşımları, Türkçe'den İngilizce'ye doğru çeviri yaklaşımları, yaygın çeviri hatalarından kaçınma yolları., basit temel cümle yapılarının birleştirilmesiyle bileşik cümlelere geçiş, tüm iletişim bölüm ve uzmanlık alanlarının ortak iletişim ortamı olan haber dilinin kullanılması gibi konular ele alınmaktadır.

Kültürler Arası İletişim 3+0

Öğrencilere farklı kültürlere saygı ve onların ortak yaşam alanlarında buluşmalarını sağlayıcı bilgileri kazandırabilmek bu dersin amacını oluşturmaktadır. Kültür kavramının tanımı ve kültür teorileri, iletişim açısından önemi, farklı kültürel değer ve yargılardan örnekler, kültürlerarası iletişim kurmanın yol ve araçları, üretilen ve satılan kültürler; popüler kültür,

kitle kültürü, toplumsal bakış açıları, iletişimin yeri ve önemi derste ele alınan temel konulardır.

Siyasal Düşünceler 3+0

Dersin amacı siyasal düşüncelerle ilgili geniş bir perspektif çizmektir. Devlet, iktidar, yönetim gibi konularda ilk çağdan günümüze kadar ileri sürülen ve tartışılan görüşler ders kapsamında incelenmektedir.

İletişim Sistemleri 3+0

Dersin amacı, öğrencilerin geçmişten günümüze iletişim alanında ortaya atılan iletişim kuramları hakkında gerekli bilgilere ulaşmasını sağlamaktır. İletişim sistemleri ile siyasal sistemler arasındaki kuramsal bağlantılar, İletişim alanının düzenlenme amaç ve gerekçeleri, normatif medya (iletişim) kuramları:, otoriter medya kuramı, liberal (özgürlükçü) medya kuramı, sosyal sorumluluk kuramı, Sovyet-totoliter kuramgelişme aracı kuramı, katılımcı demokratik medya kuramı, Batı avrupa iletişim sistemlerinin (düzenlerinin) incelenmesi:İngiltere, Fransa, Almanya, A.B.D. İletişim sisteminin (düzeninin) incelenmesi, Türkiye'deki iletişim sisteminin incelenmesi dersin içeriğini oluşturmaktadır.

Televizyon Reklamcılığı 3+0

Önemli mecralardan biri olan Televizyonu anlamayı ve kullanmayı öğretme amacıyla, Reklam Aracı Olarak Televizyon, Televizyon Reklamcılığı ve Yaratıcılık, Yaratıcılık, Reklamda yaratıcılık, Televizyon Reklamcılığında Yaratıcı Strateji süreci, Brief, Araştırma, Ürün ya da hizmet, Hedef tüketiciler, Rakip analizi, Düşünce, Yapım tarzı, Yapım formatı, Yapım tekniği; TV Reklam Filmi Yapımı: Senaryo, Storyboard, Bütçe, Yapım aşaması, Prezantasyon, TV Mecra Uygulama derste işlenmektedir (**Hüseyin Altunbaş**)

Kamuoyu Araştırmaları. 3+0

Dersin amacı, önceki dönemlerde alınan sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri ve sosyal bilimler için istatistik dersinde öğrenilen bilgilerin uygulamaya dökülerek, bir sosyal araştırmayı bağımsız olarak yürütebilmelerini amaçlamaktadır. Derste, araştırmanın uygulama boyutunda yer alan temel konuların tekrarından sonra, her bir öğrencinin araştırma yapacağı bir konuyu belirlemeleri, konunun kavramsal çerçevesini oluşturmaları, soru kağıdı hazırlayıp uygulamaları, verileri değerlendirip rapor haline getirdikten sonra sunuş yapmaları istenmektedir.

Algı Psikolojisi. 3+0

Algı, duyumlarımız vasıtasıyla alınan uyarıcıların yorumlanması sürecidir. Çok az bilgiye dayanarak bile, insanlar başka insanların oldukça tutarlı izlenimlerini (algılarını) oluşturabilirler. Başkaları ile doğrusal yolda ve anlamlı iletişim kurabilmek için algı organizasyonun tamamlanmış olması gerekmektedir. Algı, sosyal algı, izlenim oluşturma, tutarlılık, bağlam, algıyı etkileyen etmenler, halo etkisi, mantıksal hata ve algı yanılgıları gibi konular derste işlenmektedir.

Reklamda Yaratıcılık 3+0

Yazılı/basılı ve görsel/işitsel medya için reklam mesajının planlanması ve yaratılmasının teori ve pratiği, yaratıcı platformları geliştirme ve rekabetçi fayda stratejilerinin tespiti konuları üzerinde yoğunlaşan bu derste yaratıcı stratejinin nasıl kurulduğu, brief aşamasından fikrin bulunması aşamasına kadarki analitik süreçleri incelenmektedir.

Bilgisayarda Yaratıcı Çalışmalar-I 2+2

İçerisinde bulunduğumuz çağa uygun, kuramsal dersleri pekiştirici bilgi birikimini sağlamak ve uygulama derslerinin temelini oluşturan bilgisayar eğitimi vermek dersin temel amacıdır. Masaüstü yayıncılık sistemi, bir grafik tasarım probleminin çözümüne yönelik kullanılacak olan materyallerin toplanması; tasarımın oluşum ve üretim süreci içerisinde bir grafik tasarım aracı olan bilgisayar öncesi çalışmalar, Probleme çözüm olarak hazırlanacak tasarım formatları, yayınlanabilecek mecralar vs. derste ele alınan konulardır.

Kurum Kültürü ve Felsefesi.

Dersin temel amacı, halkla ilişkiler alanında giderek önem kazanan kurum kültürü ve felsefesiyle ilgili bilgilerin öğrencilere teorik olarak aktarılmasıdır. Kurum kültürü kavramı, kurum kültürünün imaj, kimlik ve felsefeyle ilişkili yönleri, kurum kültürünü oluşturan unsurlar, yaratılacak kurum kültürünün işletmeye katkıları gibi konular derste ele alınmaktadır.

6. DÖNEM TOPLAM 7 DERS 21 KREDİ (19+4)

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI 2+2

Derste, öğrencilerin daha önce halkla ilişkilerle ilgili edindikleri teorik bilgileri doğrultusunda halkla ilişkiler uygulamaları yaptırılmaktadır. Öğrenciler gruplara bölünerek, halkla ilişkiler sürecinin tümünü uygulamalı bir şekilde hazırlamakta ve sınıfta sunmaktadırlar.

REKLAM KAMPANYALARI 2+2

Reklam kampanyasını öğrencilere kazandırmayı amaçlayan bu derste, ürün hizmet analizi, rekabet stratejisi, hedef kitle analizi, segmentation, mesaj stratejisi, yaratıcı strateji, yaratıcı iş özeti, vaad, destek, senaryo, storyboard, medya planlaması, medya planlama stratejisi, pre-test, post- test, kampanya sonrası değerlendirme, reklam yarışmaları ve örnek reklam kampanya uygulamaları yapılmaktadır.

Mesleki Yabancı Dil-II. 3+0

İletişim öğrencilerine mesleki iletişim ortamları ve yaygın iletişim kalıplarının tanıtılması, temel mesleki jargonların edinilmesine ek olarak temel dil bilgisi tazelemesine yönelik İngilizce yabancı dil dersidir. İngilizce'den Türkçe'ye doğru çeviri yaklaşımları, Türkçe'den İngilizce'ye doğru çeviri yaklaşımları, yaygın çeviri hatalarından kaçınma yolları., basit temel cümle yapılarının birleştirilmesiyle bileşik cümlelere geçiş, tüm iletişim bölüm ve uzmanlık alanlarının ortak iletişim ortamı olan haber dili gibi konular derste işlenmektedir.

Siyasal İletişim 3+0

Siyasal iletişim dersi, öğrencilerin siyasal kampanya çalışmaları yapabilmeleri için teorik zemin oluşturmayı amaçlamaktadır. Ders kapsamı içerisinde; seçmen tercihiyle ilgili teoriler, siyasal kampanya yürütülmesi, canvassing, kamuoyu araştırmaları ve kitle iletişim araçlarının seçmen tercihi üzerindeki etkileri gibi konular üzerinde durulmaktadır

İletişim Araştırma Yöntemleri. 3+0

Ders kapsamında öncelikle iletişim araştırmalarına genel olarak bakılmakta, ampirik ve eleştirel perspektif ele alınmaktadır. Daha sonra izleyici, içerik ve kurum araştırma alanları ile yöntemleri üzerinde durulmaktadır

Uluslararası İletişim 3+0

Geleceğin iletişimcilerine değişen dünya düzeni içerisinde küresel iletişim araçlarının sürekli değişen, yenilenen konumuna yönelik bilgiler vermek; anlaşılır kılmak ve onları bu ortama hazırlamak dersin amacıdır. Uluslararası faaliyet gösteren iletişim araçları; televizyon kanalları, radyo istasyonları, gazeteler ve dergiler, internet portalları, haber ajansları, bunların olumlu ve olumsuz çalışmaları, olaylar ve yaklaşımlar, uluslararası reklamcılık, uluslararası faaliyet gösteren reklam ajansları, Türkiye’deki ortakları ve çalışmaları derste ele alınan temel konulardır.

Radyo Reklamcılığı 3+0

Radyonun reklam aracı olma yönü örnek uygulamalarla değerlendirilmektedir. Radyonun tarihi, dünyada radyo reklamları, Türkiye’de radyo reklamları, radyo istasyonlarının yapısı ve özellikleri, radyo program formatları, radyo yayın saatleri ve dönemleri, radyo dinleyicisi, radyonun reklam ve promosyon faaliyetleri, radyo reklamları ve özellikleri, radyo reklam senaryosu, radyo reklamlarında kullanılan araçlar, radyo reklam formatları, radyo reklam prodüksiyon aşaması, radyo reklamının yayınlanması ve mecra planlaması işlenen konu başlıklarıdır.

Reklam Metin Yazarlığı 3+0

Ders kapsamında; reklam metninin yapısal özellikleri, reklam metni yazımında ikna modelleri, reklam metninin ögeleri, reklam metninin başlıkları, metne giriş, metnin geliştirilmesi, kapatış, başarılı reklam metni için yazım nerileri gibi konular genel olarak anlatılmakta ve öğrencilere değişik kitle iletişim araçları için reklam metin yazımı uygulamalı olarak öğretilmektedir.

İnsan Kaynakları Yönetimi 3+0

İnsan kaynakları yönetimi , rolü ve işletme içerisindeki yerinin öğrencilere aktarılması bu dersin genel amacıdır. Ders kapsamında insan kaynakları planlaması, seçimi, eğitim ve geliştirilmesi, kariyer yönetimi, performans yönetimi ve cretlendirme gibi konular incelenmektedir.

Sponsorluk 3+0

Dersin amacı son dönemlerde önemi giderek artan sponsorlukla ilgili genel bilgileri vermektedir. Bu bağlamda sponsorluk tanımları, önemi, halkla ilişkiler, reklam ve pazarlama amaçları, tarihsel gelişimi, mesenlik, bağışçılık, faaliyet alanları ve ülkemizdeki sponsorluk uygulamaları konuları derste ele alınmaktadır.

H. İlişkiler’de Kriz Yönetimi. 3+0

Dersin amacı kurumların kriz dönemlerinde, kriz öncesi ve sonrasında krize yönelik iletişimi ve ilişkileri nasıl yönettiği ya da yönetmesi gerektiğine dair teorik ve uygulamalı çalışmalar yapmaktır. Ders kapsamında; krizin özellikleri ve nedenleri, kriz evreleri, kriz öncesi, kriz, kriz sonrası dönem, kriz türleri, kurumsal değişim sürecinde kriz yönetimi, stratejik yönetim ve toplam kalite yönetiminin önemi, itibar yönetimi, risk yönetimi, olay yönetimi, kriz yönetimi stratejileri ve modelleri, kriz ve medya, kriz yönetimi ve halkla ilişkiler ilişkisi gibi konular ele alınmaktadır.

Bilgisayarda Yaratıcı Çalışmalar-II 2+2

Dersin amacı, öğrencilere ileri düzeyde bilgisayar uygulamaları, tasarım ve grafik çalışmaları yaptırmaktır. Bilgisayar sonrası çalışmalar; piksel esaslı programlara giriş (Adobe Photoshop vb.), görüntünün esasları, çözünürlük, baskı ve ekran çözünürlüğü, renk modları, farklı platform formatları, fotoğrafların bilgisayar görüntülerine çevrimi, renk bilgisi, boyama ve işleme, yazıcı ayarları, vektörel programlara giriş (Corel DRAW vb.), çizim özellikleri, renk seçimleri, boyut ve plan özellikleri, diğer programlarla alış veriş, baskıya hazırlık gibi konular derste uygulamalı olarak anlatılmaktadır.

İmaj Yönetimi

Dersin temel amacı, günümüzde bireyler ve işletmeler açısından son derece önem taşıyan imajın nasıl yönetileceğiyle ilgili bilgileri aktarmaktır. Bu doğrultuda derste; imaj yönetimi kavramı, kişisel imaj, kurumsal imaj, imaj yönetiminin önemi, kişilerin ve işletmelerin olumlu bir imaj yaratabilmek için hangi faktörlere ağırlık vermeleri gerektiği ele alınmakta ve örnek uygulamalarla ders yürütülmektedir.

7. DÖNEM TOPLAM 6 DERS 18 KREDİ (17+2)

İletişim Hukuku 3+0

İletişim Hukuku dersi, iletişim ve onun düzenleyici kurallarının, hukuk normu şeklinde incelenmesi biçiminde gerçekleştirilir. Dünyada ve Türkiye’de iletişim hukukunun temel kavram ve kurumları, özgürlükler alanı, özel yaşamın korunması ve haberleşme özgürlüğü, basın, sinema, Radyo-TV kurumlarının hukuk ve yönetim yapıları öğretilir. Anayasada yer

alan Basın Hukuku ile ilgili düzenlemeler, Basın Yasası, Radyo ve Televizyonların Kuruluşu ve Yayınları Hakkında Kanun, TRT Kanunu, Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi, internet gazeteciliğinin hukuksal boyutları, kitle iletişim araçlarıyla ilgili yasal düzenlemeler kapsamında internet hukuku hakkında son gelişmeler örnek ders konularını oluşturmaktadır. Öğrenci bu derste gazete, dergi, televizyon, radyo veya internet gibi kitlesel iletişim araçlarında neler yapması ve kitle iletişim mesajlarının nasıl oluşturulması gerektiği konularında bilgi alır.

Bu ders kapsamında şu kitaplar okutulmaktadır: İçel Kayıhan ve Yener Ünver,(2005) Kitle Haberleşme Hukuku, İst. Üniv. Hukuk Fakültesi, İstanbul, Çolak Nusret İlker (2007) Kitle İletişim Hukuku, Seçkin Yay.Ankara, Yıldız Sevil (2011)Medya ve Hukuk, Nobel Yayıncılık, Ankara

REKLAM KAMPANYA UYGULAMALARI 2+2

Briefingten uygulamaya genel bir reklam kampanyasının hazırlanışı ve üretimini konu alan bu derste, ana temalar reklam üretim metotları, harcamaların kontrolü ,araştırma, medya analizi ve medya planlaması konularıdır. Öğrencilere, spesifik iş dalları için reklam planlamaları geliştirme becerisi kazandırmayı amaçlayan bu ders kapsamında öğrencilerin uygulama yapmaları sağlanacaktır

Akademik Yab. Dil -I. 3+0

İletişim öğrencilerine İngilizce bilimsel metinlerin okunması, arka planlarıyla birlikte anlaşılmasına yönelik, ayrıca temel dil bilgisi tazelemesine yönelik İngilizce yabancı dil dersidir. İngilizce'den Türkçe'ye doğru çeviri yaklaşımları, temel sözlük araştırma bilgisi, yaygın çeviri hatalarından kaçınma yolları, cümlelerin konu bağlamı ile ilişkileri içinde anlamlandırılmaları, tüm iletişim bölüm ve uzmanlık alanlarının ortak iletişim ortamı olan haber dilinin kullanılmasına giriş gibi konular derste ele alınmaktadır.

Web Tasarımı -I. 2+2

Dersin amacı öğrencilerin web tasarımıyla ilgili teorik ve uygulamalı bilgileri öğrenmesidir. Ders kapsamında internetin tarihçesi,web, temel teknik ve kavramlar, görsel materyaller, fotoğraf, resim, font vb. konular üzerinde durulmakta, öğrencilere örnek web sitesi hazırlanmakta ve front page programında uygulamalar yaptırılmaktadır.

İçerik Çözümlemeleri. 3+0

İletişim araştırmalarında son dönemlerde büyük önem taşıyan, geçerlilik ve güvenilirlik açısından test edildiğinde başarılı sonuçlar veren içerik çözümlemesi yöntemi ayrıntılı biçimde teorik olarak anlatılmakta, daha sonra öğrencilere güncel konularda uygulama yaptırılmaktadır.

İletişim Sosyolojisi. 3+0

İletişimin sosyolojik temelli olgu ve sonuçları hakkında öğrencileri bilgilendirmek, onların gelecekte bu konu hakkındaki sorumluluk ve yükümlülüklerini idrak etmelerini sağlamak dersin temel amacıdır. Derste; iletişimin toplumsal yönü, tanımlar, teoriler, kavramlar ve yaklaşımlar, sosyal sorumluluk açısından iletişimcilerin görevleri üzerinde durulmakta, güncel olaylar ve bu olaylar üzerinde tartışmalar yapılmaktadır.

Propaganda. 3+0

Dersin amacı günümüzde yaygın biçimde kullanılan propagandayla ilgili bilgiler sunmaktır. Ders kapsamında; propaganda tanımları, çeşitleri, tarihi gelişimi, lider propagandası örnekleri, propaganda ve karşı propaganda kuralları ile propaganda analizi gibi konular yer almaktadır.

Kamu ve Özel Kuruluşlarda H.İ 2+2

Kamu ve özel kuruluşlarda halkla ilişkiler dersi ile öğrenciye hem kuramsal hem uygulamalı olarak halkla ilişkiler disiplininin bu kuruluşlardaki işleyişi, rolü ve önemi ifade edilmektedir. Halkla ilişkilerin kamu ya da özel kuruluşlardaki rolü ve önemi, kamuda ve özel kuruluşlarda halkla ilişkilerin özgün sorunları, halkla ilişkilerin uygulanması, halkla ilişkilerin uygulamada eksiklik ve sonuçları, işletmeler açısından halkla ilişkilerin uygulama basamakları dersin temel konularıdır.

Örgüt içi İletişim ve Motivasyon. 3+0

Ders, öğrencilerin örgüt içi iletişimi düzenleme ve personeli motive etme becerilerini geliştirmeyi temel amaç edinmektedir. Örgüt tanımı, çeşitleri, yönetim düzeyleri ve yönetsel beceriler, motivasyonla ilgili kapsam ve süreç kuramları, insan doğasıyla ilgili görüşler, örgütlerde motivasyonu sağlayan araç ve teknikler, örgüt içi iletişim çeşitleri, örgüt içi iletişim etkileyen etmenler gibi konular ders kapsamında ele alınmaktadır.

İnternet Reklamcılığı. 3+0

3. bin yılın iletişim aracı olan internetin pazarlama ve reklam açısından kullanım şekilleri hakkında öğrencileri bilgi sahibi yapmak dersin genel amacıdır. Ders kapsamında internet;

doğuğu, gelişimi, temel kavram ve tanımlar, kullanım alanları, kullanım çeşitliliği, internet altyapımız ve durumu üzerine genel bilgiler, İnternet reklamcılığına ilişkin tanım ve kavramlar, başarılı internet reklamı yapmanın yöntem ve teknikleri anlatılmakta güncel örnekler üzerinde tartişma ve değerlendirmeler yapılmaktadır.

Marka Yönetimi. 3+0

Marka kavramını ve iletişimini öğretmeyi amaçlayan derste, Marka Kimlięi, Marka Kimlięi Aşamaları; Marka Kimlięi Oluřturmada İzlenen Yöntemler; Marka oluşturma süreci, Marka Kimlięine Tüketicinin Gösterdięi Tepkiler; Marka Deęeri ve Marka Kimlięi İlişkisi; Marka Deęerini Oluşturan Unsurlar; Marka kùltürü, Uluslararası Markalar ve Özellikleri; Markaların İletişim Yönetiminin Planlanması konuları incelenmektedir

Reklamcılıkta Sektörel Uygulamalar 2+2

Son sınıf öğrencilerinin reklam sektöründe yaptığı ve yapacağı çalışmalar genel olarak değerlendirilmekte, öğrencilerin sektöre en iyi biçimde hazırlanmaları sağlanmaktadır.

H.İ.'de Sektörel Uygulamalar. 2+2

Son sınıf öğrencilerinin sektörde yaptığı ve yapacağı çalışmalar genel olarak değerlendirilmekte ve sektördeki uzman kişiler derse çağrılarak öğrencilerin bilgilendirilmesiyle sektöre hazırlanmaları sağlanmaktadır.

Halkla İlişkilerde İtibar Yönetimi

Dersin amacı, halkla ilişkiler alanında giderek önem kazanan itibar yönetimiyle ilgili kuramsal bilgileri öğrencilere aktarmaktadır. Derste itibar ve itibar yönetimi kavramı, İtibarı oluşturan unsurlar, itibarın ölçülmesi, itibar ölçümünde kullanılan göstergeler ve itibar yönetimin ilkeleri üzerinde durulmaktadır.

Siyasal Pazarlama ve İnternet

Dersin temel amacı, bir siyasal pazarlama aracı olarak internetin kullanımıyla ilgili bilgileri öğrencilere aktarmaktır. Derste siyasal pazarlama, siyasal pazarlama teknikleri, internet, internetin siyasal pazarlama amaçlı kullanımı, internetin siyasal pazarlama açısından etkileri, siyasal partilerin interneti kullanım biçimleri, siyasal partilerin web sayfaları, siyasal web sayfalarında bulunması gereken unsurlar ve siyasal web sayfalarının çözülmesi gibi konular ele alınmaktadır.

8. DÖNEM TOPLAM 6 DERS 18 KREDİ

REK. ve H.İ.'de YASAL DÜZENLEMELER ve ETİK 3+0

Dersin amacı, bir halkla ilişkiler görevlisinin uyması gereken hukuk ve etik kuralların açıklanmasıdır. Derste halkla ilişkilerle ilgili hukuksal konular ve meslek birlikleri tarafından belirlenmiş etik ilke ve kurallar üzerinde durulmaktadır.

Akademik Yab. Dil -II 3+0

İletişim öğrencilerine İngilizce bilimsel metinlerin okunması, arka planlarıyla birlikte anlaşılmasına yönelik, ayrıca temel dil bilgisi tazelemesine yönelik İngilizce yabancı dil dersidir. İngilizce'den Türkçe'ye doğru çeviri yaklaşımları, temel sözlük araştırma bilgisi, yaygın çeviri hatalarından kaçınma yolları, cümlelerin konu bağlamı ile ilişkileri içinde anlamlandırılmaları, tüm iletişim bölüm ve uzmanlık alanlarının ortak iletişim ortamı olan haber dilinin kullanılmasına giriş gibi konular derste ele alınmaktadır.

Web Tasarımı -II 2+2

Derste web sayfası tasarımında kullanılan görsel elemanların işlenilmesi ve üretilmesi yapılmaktadır. Web tekniğine yönelik olarak Adobe Photoshop uygulamaları, Macromedia Flash programının öğretilmesi ve örnek web sitesinin flash programıyla uygulanması dersin temel uygulama alanlarıdır.

Eleştirel Yaklaşımlar. 3+0

İletişim alanında son dönemlerde önem kazanan eleştirel bakış açıları bu dersin temel konusunu oluşturmaktadır. Ders kapsamında; eleştirel teoriye giriş, Frankfurt Okulu, ekonomi-politik yaklaşım, yapısalcı yaklaşım, kültürel göstergeler yaklaşımı, neo- Marksist yaklaşımlar, Türkiye’deki eleştirel çalışmalar gibi konular üzerinde durulmakta, eleştirel yazarların kitap ve makaleleri tartışılmaktadır.

Avrupa Birliği Normları 3+0

Avrupa Birliği sürecine ilişkin süreç, kavram, yasal düzenlemeler gibi konuların öğrencilere aktarılması amaçlanmaktadır. Avrupa Birliği kavramı, Avrupa Birliği’nin tarihsel süreci, Avrupa Birliği ülkelerinin siyasal sistemleri, Türkiye’nin Avrupa Birliği’yle ilişkilerinin tarihsel gelişimi, Avrupa Birliği uyum sürecinin işleyişi, Avrupa Birliği ilkeleri gibi konular derste ele alınmaktadır.

Reklam-Tanıtım Filmi Yapımı. 2+2

Bu derste, reklam tanıtım film yapım yönetiminin teorisi ve uygulaması verilerek, örnek reklam tanıtım filmlerinin çekiminin öğretilmesi amaçlanmaktadır. Derste; film çekim teknikleri, reklam ve tanıtım filmi senaryo yazımı, reklam film türleri anlatılmakta ve uygulamalı çalışmalar yapılmaktadır.

Siyasal Kampanya Uygulamaları. 2+2

Öğrenciler ders kapsamında gruplar oluşturarak, siyasal kampanya uygulamaları yapmaktadır. Kampanyanın araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme aşamalarında yapılması gereken çalışmalar tamamen öğrenciler tarafından gerçekleştirilmekte ve sınıfta sunulmaktadır.

Medya Planlama Uygulamaları. 2+2

Dersin amacı, iletişim çalışmalarında büyük önem taşıyan medya planlamasını uygulama yaparak öğrencilere kavratmaktır. Derste, medya planlamasının temel unsurları üzerinde durulmakta, gruplar halinde öğrenci uygulamalarının sunumu ve tartışılması yapılmaktadır.

Kurumsal Kimlik ve İmaj. 3+0

Dersin genel amacı öğrencilere kurumsal kimlik ve imajla ilgili bilgileri aktarmaktadır. Ders kapsamı içerisinde, kurumsal kimlik yapıları, kurumsal kimlik oluşumu, oluşumunda etkili faktörler, kurumsal kimlik-kurumsal imaj etkileşimi, kurumsal imajın nasıl oluştuğu, oluşumunda etkili olan faktörler, imaj oluşturma araçları gibi konular incelenmektedir.

Alan Araştırma Analizi. 2+2

Öğrencilerin daha önce teorik olarak aldığı araştırma derslerini pekiştirmek ve alan araştırması analiz yapma yeteneklerini geliştirmek dersin temel amacıdır. Derste; alan araştırmaları analizinde kullanılan istatistiksel işlemlerin neler olduğu ve bunların nasıl yapılacağı SPSS paket programı kullanılarak anlatılmaktadır.

Sosyal Sorumluluk Kampanyaları. 2+2

Bu derste, kurumların sosyal anlamdaki rol ve sorumluluklarının neler olduğu, olması gerektiği ya da sosyal sorumluluk adına ne türden faaliyetlerde bulunduğu yönünde teorik ve uygulamalı anlatımlarda bulunmaktadır. Sosyal sorumluluk, sosyal sorumluluk kampanya süreci, kampanya örnekleri, sosyal sorumluluk kampanyalarının esasları, diğer halkla ilişkiler uygulamalarından farklılığı, kampanyaların ticari boyutları, bir sosyal sorumluluk konsepti geliştirme, kampanya şekillendirme, kampanya ölçümleme, sosyal sorumluluk kampanyalarının geçmişi ve geleceği ile örnek uygulamalar dersin temel konularıdır.

Reklam Kampanyaları Analizi. 3+0

Dersin amacı reklam kampanyalarının analizini örneklerle anlatmaktır. Ders kapsamında; reklam kampanyasının genel çerçevesi, yaratıcı strateji ve mesaj özellikleri, reklam medyası, reklam metni, reklam dili, reklam tonu, reklam formatı, reklam kampanyası analiz unsurları, reklam ideolojisi, reklam söylemi ve reklam kampanyası analizi uygulamaları ele alınmaktadır.

Bütünleşik Pazarlama Yönetimi

Günümüzün iletişim çağında ürün yahut hizmetin satılabilir olması pazarlama başarısı ile ölçülmektedir. Pazarlama stratejisinde uygulanacak yöntemleri entegre halde uygulamak ve kontrol edebilmek ancak başarıya götürmektedir. Bu sebeple bütünleşik pazarlama yönetimi yaklaşımının uygulanabilir olması gerekmektedir. Bu amaç doğrultusunda bu ders kapsamında bütünleşik pazarlama yönetiminin tanımı, özellikleri, pazarlama iletişiminin gelişimi, yenilikçi pazarlama stratejileri, iletişim yöntem ve stratejileri ve bütünleşik marka iletişimi kavramları anlatılmaktadır.

Sağlık Kurumlarında Halkla İlişkiler

Dersin genel amacı, sağlık kurum ve kuruluşlarında yapılan/yapılması gereken halkla ilişkiler çalışmalarıyla ilgili bilgi vermektir. Ders kapsamı içerisinde, sağlık halkla ilişkilerinin tanımı, amaçları, ilkeleri, sağlık kurumlarında karşılaşılan halkla ilişkiler sorunları, doktor-hasta iletişimi, sağlık personeli- hasta iletişimi, sağlık kurumlarındaki halkla ilişkiler birimleri, bu birimlerde görev alacak personelin nitelikleri, halkla ilişkiler açısından hasta hakları gibi konular yer almaktadır.