**MUNZUR ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ**

**HALKLA İLİŞKİLER ve TANITIM BÖLÜMÜ**

**DERS İÇERİĞİ**

**GÜZ DÖNEMİ – I. YARIYIL DERSLERİ**

**TRD101 Türk Dili I (2-0-2) 2**

Dil nedir? Dilin sosyal bir kurum olarak millet hayatındaki yeri ve önemi; Türk dilinin dünya dilleri arasındaki yeri; Türk dilinin gelişmesi ve tarihi devreleri; Türk dilinin gelişmesi ve tarihi devreleri; Türkçede sesler ve sınıflandırılması; Türkçenin ses özellikleri ve ses bilgisi ile ilgili kurallar; Hece bilgisi. Türkçenin yapım ekleri ve uygulaması; Kompozisyonla ilgili genel bilgiler; kompozisyon yazmada kullanılacak plan ve uygulaması; Kompozisyonla ilgili genel bilgiler, kompozisyon yazmada kullanılacak plan ve uygulaması; Dilekçe ve öz geçmiş yazımı; İmlâ ve noktalama.

**AİT101 Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi - I (2-0-2) 2**

Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi okumanın amacı ve İnkılâp kavramı; Osmanlı İmparatorluğu’nun yıkılışını ve Türk İnkılâbını hazırlayan sebepler; Osmanlı İmparatorluğu’nun parçalanması, Trablusgarb Savaşı, Balkan Savaşları, Birinci Dünya Savaşı. Mondros Ateşkes Antlaşması; İşgaller karşısında memleketin durumu ve Mustafa Kemal Paşa’nın tepkisi, Mustafa Kemal Paşa’nın Samsun’a çıkışı; Milli Mücadele için ilk adım, kongreler yoluyla teşkilatlanma: Amasya, Erzurum ve Sivas Kongreleri. Kuva-i Milliye ve Misak-ı Milli; Türkiye Büyük Millet Meclisi’nin açılması; Türkiye Büyük Millet Meclisi’nin İstiklâl Savaşının yönetimini ele alması; Sevr Antlaşması; Sakarya Zaferi’ne kadar siyasi olaylar; Sakarya Savaşı’na kadar askeri gelişmeler; Sakarya Savaşı ve Büyük Taarruz; Mudanya Mütarekesi, Lozan Barış Antlaşması.

**YDİ101 Yabancı Dil I (3-0-3) 3**

Greetings, names, and ages. Numbers. Days, months and seasons. This is ……, that is …..What time is it. Action in Progress, Who …….. ?, What …… ?, Where. Talking about present habits, ideas, opinions. Propositions of time: at, on, in; Talking about schedules and calendars. Abilities and inabilities: can, can’t. A family tree. Possessive pronouns. Family members. Obligations prohibitions and lack of necessity: must, mustn’t. Obligations prohibitions and lack of necessity: don’t/ doesn’t have to.

**DİJ111 Dijital Okuryazarlık (2-0-2) 2**

Ders kapsamında, ‘internet teknolojileri, taşınabilir teknolojiler, sosyal ağlar, teknoloji, toplum ve insan, bilişim etiği, teknoloji ve hayat boyu öğrenme, bulut bilişim, geleceğin teknolojileri’ gibi konularda eğitimler verilecektir.

**HİT101 Halkla İlişkilere Giriş (3-0-3) 8**

*Halkla ilişkiler, son yılların sıkça tartışılan tartıştıkça gelişen ve yeni boyutlar kazanan bir uygulama alanıdır. Ders kapsamında öğrencilere halkla ilişkilerin ne olduğuna yönelik genel bir perspektif sunmak temel amaçlardandır. Bu bağlamda halkla ilişkilerin tanımı, önemi, dünyada ve Türkiye’deki gelişimi, halkla ilişkilere yakın kavramlar, sosyal sorumluluk, örgüt kültürü, etik sorunlar, etkin iletişim yöntemleri, temel amaç ve ilkleri, kurum kimliği, itibarı ve yönetimi, hedef kitle, halkla ilişkilerde kullanılan iletişim araçları ve halkla ilişkiler uygulamaları gibi konuların incelenmesi hedeflenmektedir.*

**İLE101 İletişime Giriş (3-0-3) 8**

*İletişim tarihi çerçevesinde iletişim biliminin temel bilgisinin verilmesi hedeflenmektedir. Bu bağlamda iletişimle ilgili temel kavramlar, onların toplumsal yaşamda ki yeri ve önemi incelenir. Bu bağlamda iletişim biliminin gelişimi, iletişim süreci ve öğeleri de dersin konusudur. İletişim sürecinde sistem yaklaşımı, iletişim türleri, modellerine genel bir bakış, bu alanda yeni kuramsal çalışmalar, farklı iletişim biçimlerinin karşılaştırılması ve onların kullanımında ki temel iletişim becerileri detaylı olarak ele alınır.*

**İLE103 Sosyoloji (3-0-3) 4**

Dünyada sosyolojinin doğuşu ve gelişimi, Sosyolojinin temel kuramları ve yaklaşımları, Türkiye’de Sosyoloji ve Türk Sosyologları, Aile Kurumu, Sanayileşme-Göç-Kentleşme, Kamusal Alan, Toplumsal Kurumlar ve Din, gibi kavramlar bu ders kapsamında irdelenecektir.

**BAHAR DÖNEMİ – II. YARIYIL DERSLERİ**

**TRD102 Türk Dili II (2-0-2) 2**

Kompozisyonda anlatım şekilleri; Hikâye, tasvir; Deneme, makale; Türkçede isim çekimleri; Türkçede fiil çekimleri; Anlam ve vazife bakımından kelimeler- isimler, sıfatlar, zarflar; Zamirler, fiiller, edatlar; Cümlenin unsurları; Cümle tahlili ve uygulaması; Edebiyat ve düşünce dünyası ile ilgili eserlerin okunup incelenmesi; Edebiyat ve düşünce dünyası ile ilgili eserlerin okunup incelenmesi; Retorik uygulamalar; İlmi yazıların hazırlanmasında uyulacak kurallar; Bilirkişi raporu; İmlâ ve noktalama.

**AİT102 Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi II (2-0-2) 2**

Türk İnkılâbının stratejisi; Siyasal alanda yapılan inkılâplar: Cumhuriyetin ilanı, halifeliğin kaldırılması; Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası ve Takrir-i Sükûn Dönemi; Hukuk alanında yapılan inkılâplar; Eğitim ve kültür alanında yapılan inkılâplar; İktisâdi alanda yapılan inkılâplar; Çok partili hayata geçme denemesi ve bazı iç siyasi olaylar; Sosyal ve toplumsal alanda yapılan inkılâplar; Atatürk dönemi Türk dış politikası; 1923-1932 yılları Arası Türk dış politikası; 1932-1938 yılları arasında Türk dış politikası; Atatürk İlkeleri: Cumhuriyetçilik, Milliyetçilik, Halkçılık, Devletçilik, Laiklik, İnkılâpçılık.

**YDİ102 Yabancı Dil II (3-0-3) 3**

Possession (have, has got). There is, there are, quantitative adjectives. Prepositions (under, near, next ...). Making suggestions (let’s, shall, would ...). Making suggestions (let’s, shall, would ...). Asking for help (can you ...). Adverbs of Frequency (never, always, often ...). Present cont. Tense. General exercises on the previous subjects. General exercises on the previous subjects. Simple past tense. Exercises with regular and unregular verbs on Simple past tense. Past use of verb “to be” with affirmative, negative and interrogative forms. General revision and exercises.

**HİT102 Yeni Medya (3-0-3) 8**

*Ders geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş sürecine genel bir perspektifi sunar. Bilgisayar iletişim teknolojilerinde yaşanan değişim, devinim ve dönüşüm dersin ana konusu. İnternet teknolojisinin gelişimi ve toplumsal kullanıma açılması, yeni medya kavramı çerçevesin de ela alınır. Kavramın ortaya çıkışı, değişen gazetecilik kültürü ve yeni medya iletişim teknolojilerinin geleneksel gazetecilik anlayışını kökten değiştirmesi dersin ana başlıklarından. Bu bağlamda, yeni medyada üretilen haberin güvenirliliği, internetin gelişimi, sosyal paylaşım ağları, web ve mobil uygulamalı yazılımlar, dijital içerik üretimi, dijital mecralar (web sitesi, tablet dergi, haber uygulamaları), internet reklamcılığı, Google gibi arama motorları, mikro-bloglar dersin içeriğini oluşturmaktadır.*

**HİT104 Reklamcılığa Giriş (3-0-3) 8**

*Derste genel reklam bilgileri, reklam modellerinin ve mecralarının öğretilmesi amaçlanmaktadır. Ders reklam kavramları, reklam ortamları, özellikleri ve iletişimi ilişkilerinden hareketle reklamın işleyiş süreci ve reklam etki modellerinin yanı sıra, reklam kampanyalarının biçimlendirilmesi ve planlanması üzerinde etkili olan unsurlara genel bir bakışı sunar. Bu iletişim örgüsü, reklamcılık ile ilgili reklam veren, pazarlama karması, hedef kitle, reklam kampanyaları, strateji, reklam yazarlığı gibi ana hatlarının bağlantıları olarak genişletilir*.

**İLE102 Bilgisayar (2-0-2) 2**

Bilgisayar birimleri, bölümleri, işletim sistemleri ve veri tabanları, yazılım çeşitleri ve ne için kullanıldıkları, kelime işlemciler, Word menü ve araç çubuklarının öğretilmesi ve uygulama, menülere ait ikonların ne işe yaradığının öğretilmesi ve uygulama, Word içinde tablolamanın ve özel uygulamaların yaptırılması, Excel´e giriş, Power Point Uygulamaları gibi temel konular ders içeriğini oluşturmaktadır.

**İLE104 Siyaset Bilimi (2-0-2) 5**

*Dersin içeriğini siyaset biliminin temel kavramları, bu kavramlara atfedilen farklı anlamlar ve disiplin içerisinde yer alan teorik perspektifler oluşturmaktadır. Dersin sonucunda öğrencilerin siyaset biliminin temel kavramları ve disiplin içerisinde yer alan farklı yaklaşımları öğrenmesi ve eleştirel düşünme yeteneği kazanması beklenmektedir.*

**GÜZ DÖNEMİ – III. YARIYIL DERSLERİ**

**HİT201 Halkla İlişkilerde Metin Yazarlığı (3-0-3) 6**

Tarihsel süreç içinde Halkla İlişkiler ve Metin Yazarlığının değişim ve sonuçları, planlanmış hedeflere ulaşmak amacıyla belirlenmiş hedef kitleleri etkilemek ve ikna etmek için etkili mesaj oluşturma süreci, halkla ilişkiler alanında kullanılan iletişim araçlarına göre yazım teknikleri, yazma yeterliliklerini geliştirecek yöntemleri ders kapsamındadır. Halkla İlişkiler ve metin yazarlığı uygulamaları doğrultusunda kendi cümleleri ile kavramları ve olayları rapor edebilme becerisi ve farklı iletişim araçları için farklı yazı tekniklerinin bilgisine sahip olmalarının sağlanması hedeflenmektedir.

**HİT203 Radyo, Televizyon ve Sinemaya Giriş I (3-2-4) 6**

*Ders kapsamında radyo, televizyon ve sinemanın birer kitle iletişim aracı olarak tarihsel gelişim süreçlerinde incelenmesinin yanı sıra, dünyada ve Türkiye’de ortaya çıktıkları toplumsal koşullar da irdelenecektir. Diğer yandan derste, sinema, televizyonun ve radyonun teknik ve estetik özellikleri, görüntünün temel teknikleri, sinema, televizyon ve radyonun temel bilgi ve kavramlarının öğretilmesi hedeflenmektedir.*

**HİT205 Reklam Stratejileri (3-2-4) 4**

*Reklam stratejilerini inceleme ve eleştirme gerekliliği, reklamcılığın ikna edici bir iletişim biçimi olduğu varsayımı üzerine kurulu. Bu sav, iletişimin etki ve hedeflerini, sorunlarını belirlemekle yetinmeyip, sorunlara çözümler üretme, etkili reklam fikrinin gelişmesi ve buna yönelik kavramsal çerçevesinin oluşturulması gerektiğini de içerir. Bu kapsamında ders reklam stratejileri, marka konumlandırmanın temelleri ve bunların mesaj stratejileriyle olan organik ilişkilerini irdeler.*

**İLE201 Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (3-0-3) 4**

*Bilim ve araştırma kavramları, araştırmanın temel özellikleri, nicel ve nitel araştırma yöntemleri, bilimsel araştırma basamakları ve modelleri, veri toplama ve analizi, rapor yazma, araştırma sonuçlarının kullanımı konuları dersin kapsamını oluşturmaktadır. Dersin temel amacı, öğrencilere metodolojik genel bilgi sunma ve sosyal bilimlerde temel yönelim ve yaklaşımları tanımlamalarına katkı sağlamaktır.*

**İLE203 Ekonomi (2-0-2) 3**

Dersin amacı, öğrenciye iktisadi analizin temel kavram ve analiz aletlerini sunularak öğrencinin gerçek dünya sorunları üzerine “iktisadi” bir biçimde düşünebilmeleridir. Temel odak, iktisadın kavramsal temellerini incelemektir. Ders kapsamında temel iktisadi tanımlar, yöntembilim, iktisadi grafikler, talep ve tüketici analizleri gibi konular yer almaktadır.

**HİT207 Kişilerarası İletişim (3-0-3) 4**

Kişilerarası iletişimin konusu, alanı, yöntemlerini tanımlayarak kişilerarası iletişimin diğer iletişim türleri arasındaki yeri, kişilerarası iletişim sürecinde etkili olan öğeler, insan ve insanların kişilik özelliklerini, kişilerarası iletişimi ortaya çıkaran ve etkileyen faktörler, temelde karşılaşılan sorunlar ve bunların çözümü, normallik ve anormallik boyutunda kişilik özelliklerinin oluşum ve gelişimi, kişilerarası iletişim modelleri, kişilerarası iletişim çatışmaları ve bunlara ilişkin çözümler, etkin bir kişilerarası iletişimin nasıl olması gerektiği, kişilerarası iletişimde etkililiği artırma yöntem ve teknikleri, değişik iletişim stratejileri oluşturma gibi konular ders içeriklerini oluşturur.

**HİT209 Çağdaş Sanat Akımları (3-0-3) 3**

Sanat tarihinin temel kavramları çerçevesinde dönemler ve eğilimler irdelenecek; dönem karşılaştırmaları gerçekleştirilecek, sanat yapıtları ve sanatçılar bağlamında ayrıntılı olarak açıklanacaktır. Sanat Tarihi’nin temeli ve gelişim süreci, diğer bilim dalları ile olan ilişkileri üzerinde durulacaktır. Türkiye’de Sanat Tarihi’nin tarihi gelişimi ve bu konuda faaliyet gösteren Türk Sanat Tarihçileri hakkında genel bilgiler verilecektir.

**BAHAR DÖNEMİ – IV. YARIYIL DERSLERİ**

**HİT202 Kurumsal İletişim Yönetimi (3-0-3) 4**

*Bu dersin içeriğini kurumsal iletişimin temel kavram ve konuları oluşturmaktadır. Kurumsal iletişimin fonksiyonları, stratejileri, ilkeleri, kurumsal iletişim mekanizmasının oluşum süreçleri, kurumsal iletişimin kurumların başarısındaki rolü, kurumun paydaşları ile olan ilişkilerinde ve bu ilişkilerin sürdürülmesinde kurumsal iletişimin önemi, kurumlar için etkin iletişim stratejisi ve kurum içi iletişim çalışmaları dersin inceleme konularıdır. Derste uygulamalı olarak bir kurumsal iletişim planının nasıl hazırlanacağı da öğretilecektir. Örgütsel iletişim, yönetim iletişimi ve pazarlama iletişiminin kapsamını ve bu kapsamda yer alan iletişim çalışmalarını ve bu çalışmaların kurumsal itibar ve imaj konusuyla ilişkilerini tartışmak amaçlanmıştır.*

**HİT204 Radyo, Televizyon ve Sinemaya Giriş II (3-2-4) 6**

*Ders kapsamında sinema, televizyonun ve radyonun birer kitle iletişim aracı olarak tarihsel gelişim süreçlerinin incelenmesinin yanı sıra, dünyada ve Türkiye’de ortaya çıktıkları toplumsal koşullar da irdelenecektir. Diğer yandan derste, sinema, televizyonun ve radyonun teknik ve estetik özellikleri, görüntünü temel teknikleri, sinema, televizyon ve radyonun temel bilgi ve kavramlarının öğretilmesi hedeflenmektedir.*

**HİT206 Reklam Yazarlığı (3-2-4) 6**

*Bu ders bir reklamın reklam ajansında üretilme sürecini, reklam yazma aşamalarını, farklı iletişim araçlarında reklam metni yazma tekniklerini, yaratıcı süreç kuram ve stratejilerini, reklam yazarının sorumlulukları gibi konuları içermektedir. Ders kapsamında öğrenilen teknik bilgiler ışığında öğrencilerden yaratıcı bir fikir bulup geliştirme ve bunun pratiğe dökülmesi istenecektir.*

**HİT208 Pazarlama İletişimi (3-0-3) 4**

*Reklam, halkla ilişkiler, pazarlama iletişimi kavramı ve tanımı, promosyon, sponsorluk, doğrudan pazarlama, e-iletişim ve satış stratejilerinin ayrı ayrı ve her birinin birbiriyle ilişkisi içerisinde, bir kurum veya kuruluşun marka değerine olan katkısının araştırılması ve pazarlama modelleri ders içeriğini oluşturmaktadır. Örnek çalışmalar ve uygulamalarla öğrencilere pazarlama iletişiminin önemi kavratılacaktır.*

**HİT210 Sosyal Psikoloji (3-0-3) 5**

Sosyal psikolojinin temel kavramlarına giriş, tutum, algı, güdü, propaganda, iletişim, roller, grup, sosyalleşme, kültür, kişilik, dil gibi kavramlar, sosyal psikoloji kuramları, sosyal psikolojide egemen bilimsel paradigmanın sorunları, tutum ölçeklerinin geliştirilmesi, insanlararası etkileşim ve bu etkileşimin ürünleri: grup yapısı ve normlar, kolektif etkileşim ve sosyal hareketler ve kent ve çevresel psikoloji gibi konular ders kapsamında yer almaktadır. Sosyal psikolojinin temel kavramlarına ve kuramlarına giriş yapmak ve sosyal psikoloji alanındaki egemen bilimsel paradigmanın sorunlarına, eleştirel sosyal psikolojinin olanaklarına değinmek bu dersin temel amacıdır.

**HİT212 İstatistik (2-0-2) 4**

İstatistik ve istatistiğin temel kavram ve konuları, sayısal göstergelerin nasıl yorumlanacağı, her türlü verinin tablo ve grafiklerle nasıl özetleneceği, istatistiğin öncelikle bilimsel açıdan, sonra da devlet yönetimi, iş hayatı ve bireyler açısından önemi konuları başta olmak üzere; İstatistik Kavramı ve Tarihsel Gelişimi, Temel Kavramlar, Ölçme ve Ölçekler, İstatistiksel Verilerin Toplanması, Merkezi Eğilim Ölçüleri Oranlar ve Yüzdeler, Değişim Ölçüleri gibi konular dersini içeriğini oluşturmaktadır.

**İLE202 Türkiye Siyasal Tarihi (2-0-2) 3**

*Bu ders, Türkiye siyasal hayatının önemli olay ve gelişmeleri, başlıca düşünce akımları ve Türkiye siyasal hayatında yer tutan kurumlar hakkındaki temel bilgileri aktarmaktadır. Ders kapsamında, konu ile ilgili temel kavramlar ve kaynaklardan yola çıkarak, Türk Siyasal Hayatının gelişimi sunulmaktadır. Derste Siyasal İletişim Kavramı, Demokrasi Kuramları, Demokratik Sistemde Siyasal Katılım, Demokratik Sistemde Siyasal Aktörler, Demokratik Sistemde Temsil ve Medya, Sivil Toplum ve Medya gibi kavramlar yer almaktadır.*

**GÜZ DÖNEMİ – V. YARIYIL DERSLERİ**

**HİT301 İnsan Hakları ve Medya (3-0-3) 5**

*Bu derste insan haklarının önemi, ihlali ve korunması konusunda medyanın takındığı tavır ve işlev ele alınacaktır. Ders kapsamında insan hakları ve medya çerçevesinde toplum içerisinde cinsiyet, kuşak ve sosyal farklılıklar irdelenmektedir. Ayrı bir kategori olarak dünya ve Türkiye’deki sığınmacıların ve göçmenlerin karşılaştıkları zorluklar üzerinde durulacaktır.*

**HİT303 Kitle İletişim Kuramları (3-0-3) 6**

*Kitle iletişim modelleri, kitle iletişim araçları ve yapıları, kitlelere yönelik mesajların oluşturulması, kitle iletişiminin toplumsal, kültürel ve siyasal boyutları bu dersin içeriğini oluşturmaktadır. Kitle iletişim alanındaki farklı model, yaklaşım ve kuramlar ele alınmakta ve bunların günümüzdeki ekonomik, siyasi, sosyo-kültürel boyutları irdelenmektedir. Ders kapsamında, eleştirel yaklaşımlara yer verilecektir. Frankfurt Okulu bağlamında özellikle kültür endüstrisi, aydınlanmanın diyalektiği üzerinde durulacaktır. Eleştirel ekonomi-politik yaklaşım kapsamında Stuart Hall ve kültürel çalışma ekolü, göstergebilim, feminist kuram ve yaklaşımlar genel hatları ile ele alınacaktır*.

**HİT305 Sunum, Diksiyon ve Etkili Konuşma (3-2-4) 6**

*Ders bir yandan İletişim, İletişim Biçimleri, İletişimde Etki, İletişim ve Müzakere Yönetimi ve hem de İlişki Yönetimi, Dinleme, Aktif Dinleme Engelleri, Empati, Diksiyon ve Ses Unsurları, Solunum, Boğulmama, Konuşma Dili Farklılıkları, Etkin Sunum Teknikleri ve Sunum Hazırlama gibi konularını kapsar.*

**HİT307 İmaj ve Marka Yönetimi (3-0-3) 5**

*Derste bir yandan iletişim sürecinde önemli bir rol üstlenen kişi imajı, imajı oluşturan etmen ve işlevler, öte yandan kurumsal imajı etkileyen ve imaj değişikliği için yapılması gereken değişimleri, etkin iletişimin önemi ve imaj yönetimi arasındaki ilişki üzerinde durulacaktır. Buradan hareketle öncelikle medya, reklam, halkla ilişkiler ve pazar kavramları çerçevesinde imaj oluşumu, imaj ve gerçeklik arasındaki ilişkiler ve bu ilişkilerin yönetimi konusunda perspektif kazanımı sağlanacaktır. İkinci ana konu ise, marka kavramı, marka ile kimlik arasındaki ilişki, markanın bileşenleri, marka türleri, marka kimliğinin nasıl oluşturulacağı ve konumlandırılacağıdır. Diğer bir konu ise, kurumların markaları doğru yönetebilme koşulları, marka değerinin nasıl oluşturulup ölçülendirileceği ve küresel dünyada nasıl kullanılacağının yanı sıra, markanın bütünleşik pazarlama stratejileri çerçevesinde rolü, yeni ürün geliştirme, stratejik marka yönetimi, fiyatlandırma, tutundurma, paketleme, dağıtım konularını da kapsar.*

**İLE301 İletişim Hukuku ve Fikri Haklar (2-0-2) 4**

İletişim Hukukuna İlişkin Temel Kavramlar; Yazılı ve İşitsel-görsel Medya Hukukunun Tarihsel Gelişimi; Medya Hukuku ile İlgili Özgürlükler ve Özellikle İfade Özgürlüğü; Kişiliğin Korunması ve Kişilik Hakları; Haber Kaynağının Gizliliğinin Korunması; Özel Yaşamın Gizliliğinin Korunması ve Eleştiri Hakkının Sınırları; Basın-yayın Faaliyeti; Matbaacılık; Hukuki ve Cezai Sorumluluk; Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Hakkındaki Yasal Düzenlemeler; Reklamlarla İlgili Yasal Düzenleme ve Sınırlamalar; Marka; Bilgi Edinme Hakkı; Telif Hakları; Kişisel Verilerin Korunması ve Devlet Sırları; Sansür ve Özdenetim; Medyada Rekabet Hukuku; Radyo ve Televizyon Üst Kurulu; Medya Meslek İlkeleri gibi konular dersin içeriğini oluşturmaktadır.

**İLE303 Web Tasarımı (3-2-4) 4**

Bu derste temel teknik bilgiler ve tasarım açısından proje tabanlı öğrenmeyi destekleyen web sayfası tasarlanması öğretilecektir. Ayrıca, temel HTML dili ve web sayfası oluşumu için kullanılan temel etiketler ele alınacaktır.

**BAHAR DÖNEMİ – VI. YARIYIL DERSLERİ**

**HİT302 Halkla İlişkiler Uygulamaları (3-0-3) 5**

Ders, kurumsal çerçevede etkili iletişim stratejileri yaratmak amacıyla halkla ilişkiler yönetiminin ve uygulamasının temellerini açıklamaktadır. Öğrenciler, kurum içinde halkla ilişkilerin rolüne, iletişim stratejilerine ve iletişim araçlarına odaklanacaktır. Bu derste halkla ilişkiler alanında iletişim kampanyalarına dair hem eleştirel hem de pratik bir anlayış geliştirecekler; özellikle halkla ilişkiler profesyonellerinin kriz yönetimi, uluslararası halkla ilişkiler, medya, yatırımcı ve müşteri ilişkileri gibi alanlarda geliştirdikleri strateji ve kullandıkları taktikleri öğreneceklerdir. Başarılı bir iletişim kampanyası tasarlamanın araştırma, bütçeleme ve değerlendirme gibi adımlarını öğrenmek ise bu dersin ana eksenini oluşturmaktadır. Örnek vakalar üzerinden eleştirel analiz ve problem çözme yetilerinin de geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

**HİT304 Reklam Uygulamaları (3-4-5) 6**

Bir reklam kampanyasının temel terimleri ve süreci, alınan briefin yorumlanması, ürün/hizmet, tüketici ve pazar araştırması, pazar analizi, SWOT analizi, stratejik planlama, bütçe ve medya planlama, reklam kampanyası için ön sınama (pre-test) ve son sınama (post-test) süreçleri ders kapsamındadır.

**HİT306 Alternatif Medya (3-0-2) 5**

*Bu ders kapsamında, toplumsal yapıda egemen ideoloji ve kültür ile ana akım medyanın dışında kalan toplumsal kesimlerin alternatif medya kullanımlarını örneklerle analiz edilecektir. Çok sesliliğin giderek daraldığı küresel geleneksel medyada, internetle birlikte şekillenen yeni medyanın dijital ortamlarında alternatif medyanın özgürleştirici potansiyelleri ortaya çıkarılarak hak odaklı yurttaş haberciliğin değeri vurgulanacaktır. Ayrıca, derste, dünyadan ve Türkiye’den alternatif medya örnekleri de incelemeye tabi tutulacaktır.*

**İLE302 Siyasal İletişim (3-0-3) 5**

*Politika ve iletişim araçlarının birbirleri ile olan ilişkisi dersin ana konusudur. Bu bağlamda, bir yandan politik kampanyalar, siyasal iletişim aktörleri, onların rolleri ve fonksiyonları, politik meşruiyetin sağlanmasında siyasal iletişimin rolü öte yandan ise baskı aracı olarak medya, lobiler, basınla ilişkiler, propaganda, gerçeklerin kurgulanması, gündem yaratılması irdelenecektir. Derste kavramsal düzeyde Jürgen Habermas’ın Kamusal Alan kavramını, politikada reklamcılığı, televizyon ve politik imajın kurgulanmasını ele alınacaktır. Ayrıca siyasetin medyaya etkisi de dersin içeriğini oluşturmaktadır. Son olarak derste Türkiye’deki siyasal iletişim kampanyalarının oy verme davranışları üzerindeki etkisi, rolü ve önemi de tartışma konusu olacaktır.*

**HİT308 Kriz Yönetimi (3-0-3) 5**

*Derste kriz ve risk ile ilgili kuram ve kavramlar, kriz yönetimi ve iletişimine getirilen yeni yaklaşımlar, kriz ve risk iletişim stratejileri, pro-aktif kriz planı, bir krizi yönetebilme ve etkilerini değerlendirme, krizi algılama ve fark etmeyi öğrenme ele alınacaktır. Ayrıca kriz dönemlerinde halkla ilişkiler de yöntem ve tekniklerinin nasıl uygulanacağı ve halkla ilişkiler etkinliklerinin nasıl yürütüleceği, kriz ve boyutlarını ölçme ve kavrama, sorun çözme yöntemleri uygulamalar eşliğinde öğretilecektir.*

**HİT310 Medya Planlaması (2-0-2) 4**

*Derste Medya Planlamasının tanımı, ilişkili kavramlar, medya planlamasının sektördeki rolü ve medya stratejisinin geliştirilmesi ele alınacaktır. Dersin içeriğini hem medya planı örnekleri, medya planı modelleri, medya planlama çalışmalarının ölçüm, değerlendirme ve raporlamasını yapma, kampanya mesajını doğru hedef kitle ile doğru mecrada doğru zamanda iletme yöntemleri, Medya Planlaması ile Halkla İlişkiler ve hem de reklam arasındaki ilişkinin analiz edilmesi oluşturmaktadır.*

**GÜZ DÖNEMİ – VII. YARIYIL DERSLERİ**

**HİT401 Reklam Kampanyaları (4-4-6) 6**

*Derste reklam kampanyalarının tanıtımı, türleri, örnek ve uygulamaları teorik ve pratik çerçevede (atölye çalışması da yapılarak) incelenmesi hedeflenmektedir. Reklamcılığın ikna edici bir iletişim biçimi olduğu düşünülerek hem iletişimin etkileri ve hedefleri, reklam kampanyalarını inceleme ve eleştirme, iletişim hedeflerini belirleme ve sorunlara çözümler üretme biçimleri ve hem de etkili reklam fikrinin gelişmesi, marka konumlandırmanın temelleri ve mesaj stratejilerine bakış konularının ötesinde buna yönelik kavramsal çerçeve oluşturulması da dersin kapsamında irdelenecektir.*

**HİT403 Reklam Filmi Yapımı (3-4-5) 6**

*Ders kapsamında reklam filmin teorik ve pratik aşamalarının öğretilmesi hedeflenmektedir. Bir reklam filminin yapım süreçlerinin (yönetim, senaryo, prodüksiyon, kamera teknikleri, müzik, ses, efekt vs. gibi) incelenmesi ve uygulanması dersin temel amaçları arasındadır.*

**HİT405 Mesleki Sorumluluk ve Etik (3-0-3) 4**

Etik kavramının tanımı, kapsamı ve anlamı, kavramın temel gelişim süreçleri, iş etiği ve önemi, farklı disiplinler için üretilmiş evrensel etik ilkeler, Türkiye’de etik mevzuat, sosyal hizmet alanında üretilmiş mesleki etik ilkeler ve temel unsurlar, kurumsal sosyal sorumluluk ve etik kavramının ilişkisine yönelik temel bilgiler ders kapsamındadır.

**GÖN101 Gönüllülük Çalışmaları (1-2-2) 4**

Dersin temel amacı, öğrencilerin eğitim yaşantıları boyunca edindikleri bilgi, beceri ve birikimleri kullanarak üniversite ile toplum arasındaki bağları güçlendirmek; insani, sosyal, ekonomik vb. problemlerle toplumda göç ve afetler, engelliler, dezavantajlı gruplar başta olmak üzere çeşitli konu ve sorunlar hakkında duyarlılık kazanmalarını sağlamaktır. Yönetim ve organizasyon kavramları, gönüllülük kavramı ve gönüllü yönetimi; temel gönüllülük alanları; gönüllü çalışmalarda etik, ahlaki, dini, geleneksel değerler ve ilkeler, kamu kurumları, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşlarında (STK) gönüllü çalışmalara katılımı toplumda risk grupları ve gönüllülük, göçmenler ve gönüllülük dersin kapsamını oluşturmaktadır.

**İLE401 Sosyal Politika ve İş Güvenliği (3-0-3) 5**

Ders kapsamında öğrencilere sosyal politikanın çalışma hayatındaki önemi, sanayi devriminden sonra insanların makinelerle çalışarak kısa sürede nasıl yıprandıkları ve sosyal güvenlik politikasının sorunları gibi konular aktarılacaktır. Öğrenciler dersin sonucunda günümüzde sosyal güvenlik politikalarını ve buna ilişkin kavramsal çerçeveyi, sosyal politikaların ve iş güvenliği için sosyal güvenlik politikalarının önem ve gerekliliğini kavrar.

**İLE403 Sektörel Girişimcilik (2-0-2) 5**

Dersin temel amacı, öğrencilere yeni bir girişimcilik fikrinin nasıl oluşturup, geliştirileceğine ve iş modeline nasıl dönüştürülüp sunulduğuna dair bilgi ve beceri kazandırmaktır. Girişimcilik olgusunun farklı yönleri ve boyutları konusunda bir farkındalık yaratmak, girişimciliğin oluşum ve gelişimine yol açan altyapı koşullarını incelemek, iş planlarının nasıl hazırlandığı gibi konular dersin kapsamında yer almaktadır.

**BAHAR DÖNEMİ – VIII. DERSLERİ**

**HİT402 Bitirme Projesi (5-10-10) 15**

Bu ders bilimsel araştırma yöntemleri, bilimsel araştırma ile ilgili temel kavramlar, proje hazırlama, proje sunma ve detaylandırma başlıklarını içermektedir. Dersin amacı öğrencilerin lisans eğitimleri boyunca edindikleri yetkinlikler doğrultusunda uzmanlaşmak istedikleri alana yönelik bir çalışma yapmalarını sağlamaktır. Bu ders, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü mezuniyet projesinin başlangıç aşamalarında öğrenciyi yönlendirmeyi amaçlar. Geliştirilen proje danışman bir öğretim üyesinin kontrolünde ilerler. Öğrenci kendini en iyi ifade edecek ortamı seçmekte özgürdür ve araştırmalarıyla bitirme projesi önerisini içeren yazılı bir dosya sunar. Öğrenciler bireysel olarak hazırladıkları projelerini, bölüm öğretim elemanlarından oluşan bir jüri önünde sunacaklardır.

**HİT404 Staj (0-20-10) 15**

Staj, öğrencinin kurumundaki ve yerinde uygulama yaptığı iş yerindeki danışmanları ile birlikte planlanır ve yürütülür. Bu etkinlikler, yerinde uygulamanın yapıldığı bir iş ortamında, öğrencilerin alanlarıyla ilgili yürütülen çalışmalar içerisinde yer alarak uygulama deneyimi kazanmalarına yönelik öğrenme ve uygulama etkinliklerini içerir. Öğrenci, yerinde uygulama etkinliği sonunda hazırlayacağı ve yerinde uygulama yaptığı iş yerinden onaylanmış yazılı bir raporu bağlı olduğu bölüm veya programına sunar. Zorunlu staj uygulaması, öğrencilerin üniversitede kazandıkları teorik ve pratik donanımlarını sektörel alanda nasıl kullanacaklarını kavramaları amacıyla mezun olmadan Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanını kapsayan mesleki kurum ve kuruluşlarda deneyim kazanmalarına yönelik bir süreci kapsamaktadır.