**DERS İÇERİĞİ**

|  |  |
| --- | --- |
| **DERSİN ADI** | **MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ**  |
| **BÖLÜM** | **PAZARLAMA VE REKLAMCILIK** |
| **PROGRAM** | **HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI** |
| **DÖNEMİ** | III. YARIYIL |
| **DERSİN DİLİ** | Türkçe |
| **DERS KATEGORİSİ**  | Zorunlu Ders | Meslek Dersi | Seçmeli Ders |
|  |  |  **x** |
| **ÖN ŞARTLAR** |  |
| **SÜRE VE DAĞILIMI** | Haftalık Ders Saati | Okul Eğitimi Süresi | Bireysel Öğrenme Süresi (Proje, Ödev, Araştırma, İş Yeri Eğitimi) | Toplam |
| **4** | **56** | **100-56****44** | **100** |
| **KREDİ**  | Ders Kredisi | AKTS Kredisi (1kredi=25-30 saat) (1modül=1 kredi) |
| 4 | 4 |
| **DERSİN AMACI** | Bu dersin amacı, öğrencilere Müşteri İlişkileri Yönetiminin (MİY) çalışanlar, müşteriler ve yöneticiler açısından anlamını, içeriğini, özelliklerini ve önemini kavratmaktır.  |
| **ÖĞRENME ÇIKTILARI VE YETERLİKLER** | 1. MİY ile ilgili temel bilgileri ve uygulamaları anlayabilir.
2. Müşterilerin istek ve arzularını karşılama tekniklerini geliştirebilmektedirler.
3. Müşteri şikâyetlerini yönetmeyi ve müşteri memnuniyetini ölçmeyi öğrenmektedirler
4. Kârlı ve değerli müşterileri elde tutma yöntemlerini öğrenmektedirler.
5. Müşteri sadakati oluşturma tekniklerini geliştirebilmektedirler.
6. MİY uygulamaları ürüne karşı tutum ve satın alma davranışları hakkında araştırmalar yapabilmektedirler.
 |
| **DERSİN İÇERİĞİ VE DAĞILIMI**(MODÜLLER VE HAFTALARA GÖRE DAĞILIMI) | Hafta | Modüller/İçerik/Konular |
| 1 | Günümüz Müşterisi |
| 2 | Müşteri İlişkileri Evrimi  |
| 3 | Müşteri İlişkileri Yönetimi Kavramı  |
| 4 | Müşteri İlişkileri Yönetiminin Yararları  |
| 5 | Müşteri İlişkileri Yönetiminde Teknoloji  |
| 6 | Müşteri İlişkileri Yönetimine Yakın Kavramlar |
| 7 | Müşteri Yaşam Süresi Değeri |
| 8 | Arasınav |
| 9 | Örgütsel Konular ve Müşteri İlişkileri Yönetimi  |
| 10 | Müşteri İlişkileri Yönetiminde Veri Analizi  |
| 11 | Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Pazarlama  |
| 12 | Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Müşteri Hizmetleri  |
| 13 | Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Satış Gücü Yönetimi  |
| 14 | Müşteri İlişkileri Yönetim Süreci |
|  |  |
| **EĞİTİM-ÖĞRETİM****ORTAMI VE DONANIM** | Ortam | Donanım | İş Yeri |
|  |  |  |
| **ÖLÇME VE** **DEĞERLENDİRME** | Not/açıklama/öneri: |
| Yöntem | Uygulanan yöntem | Yüzde (%) |
| Ara sınavlar |  | 40 |
| Ödevler |  |  |
| Projeler |  |  |
| Dönem ödevi |  |  |
| Laboratuvar |  |  |
| Diğer |  |  |
| Dönem sonu sınavı |  | 60 |
|  |  |  |
| **KAYNAKLAR** | [Yrd. Doç. Dr. Cemalettin Aktepe](http://detayyayin.com.tr/tr-base/kitapara.php?yazar=Cemalettin%20Aktepe) / [Yrd. Doç. Dr. Mehmet Baş](http://detayyayin.com.tr/tr-base/kitapara.php?yazar=Mehmet%20Baş) / [Dr. Metehan Tolon](http://detayyayin.com.tr/tr-base/kitapara.php?yazar=Metehan%20Tolon), Müşteri İlişkileri Yönetimi |
| **İŞ BİRLİĞİ YAPILACAK KURUM/KURULUŞLAR** |  |

**DERS İÇERİĞİ**

|  |  |
| --- | --- |
| **DERSİN ADI** | **PAZARLAMADA İLETİŞİM** |
| **BÖLÜM** | **PAZARLAMA VE REKLAMCILIK** |
| **PROGRAM** | **HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI** |
| **DÖNEMİ** | **III.YARIYIL** |
| **DERSİN DİLİ** | Türkçe |
| **DERS KATEGORİSİ**  | Zorunlu Ders | Meslek Dersi | Seçmeli Ders |
|  |  |  **x** |
| **ÖN ŞARTLAR** |  |
| **SÜRE VE DAĞILIMI** | Haftalık Ders Saati | Okul Eğitimi Süresi | Bireysel Öğrenme Süresi (Proje, Ödev, Araştırma, İş Yeri Eğitimi) | Toplam |
| **4** | **56** | **100-56****44** | **100** |
| **KREDİ**  | Ders Kredisi | AKTS Kredisi(1kredi=25-30 saat)(1modül=1 kredi) |
| 4 | 4 |
| **DERSİN AMACI** | Öğrencinin, işletmenin misyon ve vizyonuna göre işletme imajının korunması ve geliştirilmesine katkı sağlayabilmesini; işletmenin tutundurma amaçlarına göre işletme ve ürün hakkında çevreye bilgi verebilmesini ve sponsorluk çalışmalarına katkıda bulunabilecektir. İşletmenin reklam amacı ve ortamına göre oluşturulacak reklam kampanyasına veri sağlayabilecek ve reklam etkinliğinin ölçülmesi yöntemlerine göre yürütülmekte olan reklamlar ile ilgili geri bildirimde bulunabilecektir. Tutundurma stratejileri, satış elamanları ve müşterilerin özelliklerine ve aracılara göre satış elemanlarına, aracı ve müşterilere yönelik satış geliştirme faaliyetlerine yardımcı olmasını, hedef pazarın özelliklerine, tutundurma stratejilerine ve satış yöntemine göre doğrudan satış faaliyetleri için potansiyel alıcıları belirlemeye ve doğrudan satış faaliyetleri için gerekli araçların seçimine yardımcı olabilmesini sağlayacaktır. |
| **ÖĞRENME ÇIKTILARI VE YETERLİKLER** | Pazarlama İletişim Teknikleri,1. Halkla ilişkiler faaliyetlerine katkı sağlamak
2. Reklam faaliyetlerine katkı sağlamak
3. Satış geliştirme faaliyetlerine katkı sağlamak
4. Doğrudan satış faaliyetlerine katkıda bulunmak yeterlikleri kazandırılacaktır.
 |
| **DERSİN İÇERİĞİ VE DAĞILIMI**(MODÜLLER VE HAFTALARA GÖRE DAĞILIMI) | Hafta | Modüller/İçerik/Konular |
| 1 | İletişim Kavramı ve Öğeleri |
| 2 | Pazarlama İletişimi |
| 3 | Bütünleşik Pazarlama İletişimi |
| 4 | Tutundurma Karması Uygulamaları |
| 5 | Reklam |
| 6 | Reklam(devam |
| 7 | Halkla İlişkiler ve Duyurum |
| 8 | Arasınav |
| 9 | Satış elemanlarına yönelik satış geliştirme faaliyetlerine katkı sağlamakAracılara yönelik satış geliştirme faaliyetlerine katkı sağlamak |
| 10 | Aracılara yönelik satış geliştirme faaliyetlerine katkı sağlamak |
| 11 | Pazarlama Karması Unsurları ve Pazarlama İletişimi |
| 12 | Müşterilere yönelik satış geliştirme faaliyetlerine katkı sağlamak |
| 13 | Doğrudan satış faaliyetleri için potansiyel alıcıları belirlemeye yardımcı olmak |
| 14 | Doğrudan satış faaliyetleri için gerekli araçların seçimine yardımcı olmak |
|  |  |
| **EĞİTİM-ÖĞRETİM****ORTAMI VE DONANIM** | Ortam | Donanım | İş Yeri |
|  |  |  |
| **ÖLÇME VE** **DEĞERLENDİRME** | Not/açıklama/öneri: |
| Yöntem | Uygulanan yöntem | Yüzde (%) |
| Ara sınavlar |  | 40 |
| Ödevler |  |  |
| Projeler |  |  |
| Dönem ödevi |  |  |
| Laboratuvar |  |  |
| Diğer |  |  |
| Dönem sonu sınavı |  | 60 |
|  |  |  |
| **KAYNAKLAR** | Yavuz Odabaşı ve Mine Oyman, Pazarlama İletişimi Yönetimi, MediaCat Yayınları |
| **İŞ BİRLİĞİ YAPILACAK KURUM/KURULUŞLAR** |  |

**DERS İÇERİĞİ**

|  |  |
| --- | --- |
| **DERSİN ADI** | **TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ** |
| **BÖLÜM** | **PAZARLAMA VE REKLAMCILIK** |
| **PROGRAM** | **HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI** |
| **DÖNEMİ** | **III.YARIYIL** |
| **DERSİN DİLİ** | Türkçe |
| **DERS KATEGORİSİ**  | Zorunlu Ders | Meslek Dersi | Seçmeli Ders |
|   |  |  **x** |
| **ÖN ŞARTLAR** |  |
| **SÜRE VE DAĞILIMI** | Haftalık Ders Saati | Okul Eğitimi Süresi | Bireysel Öğrenme Süresi (Proje, Ödev, Araştırma, İş Yeri Eğitimi) | Toplam |
| **4** | **56** | **100-56****44** | **100** |
| **KREDİ**  | Ders Kredisi | AKTS Kredisi(1kredi=25-30 saat)(1modül=1 kredi) |
| 4 | 4 |
| **DERSİN AMACI** | Toplam Kalite Yönetiminin kavramları, tarihsel gelişim süreci ve esasları hakkında öğrencileri bilgilendirmek, bu sayede, öğrencilerin mezuniyet sonrası çalışacakları işletmelerde Kalite Yönetim Sistemi'ni işler hale getirmek için kolaylıkla kullanabilecekleri bilgileri vermektir. |
| **ÖĞRENME ÇIKTILARI VE YETERLİKLER** | Dersi başarıyla tamamlayan bir öğrenci:Kalite ve kalite yönetiminin tarihi gelişim sürecini açıklayabileceklerdir.Toplam Kalite Yönetiminin firma faaliyetlerinin sonuçları üzerindeki etkisini tahmin edebileceklerdir.Toplam Kalite Yönetiminin uygulanmasında ortaya çıkan sorunları çözebileceklerdir.Toplam Kalite Yönetiminde kullanılan araç ve tekniklerin uygulanan alana göre değişimine ilişkin örnekleri inceleyebileceklerdir.Toplam Kalite Yönetimini farklı bir alana uygulayabileceklerdir.Toplam Kalite Yönetiminin temel kavramlarını ve yaklaşımlarını sıralayabileceklerdir. |
| **DERSİN İÇERİĞİ VE DAĞILIMI**(MODÜLLER VE HAFTALARA GÖRE DAĞILIMI) | Hafta | Modüller/İçerik/Konular |
| 1 | TKY tanımı ve tarihçesi |
| 2 | TKY ile klasik yönetim arasındaki farklılıklar |
| 3 | KY de liderlik ve ilkeler |
| 4 | TKY ilkeleri |
| 5 | TKY ilkeleri |
| 6 | TKY de kullanılan kontrol ve yönetim araçları; pareto diyagramı, kontrol tablosu, kontrol çizelgesi. |
| 7 | TKY de kullanılan kontrol ve yönetim araçları; neden-sonuç diyagramı, ilişki diyagranmı |
| 8 | Arasınav |
| 9 | TKY de kullanılan kontrol ve yönetim araçları; matris veri analiz tablosu, saçılma diyagramı, ağaç diyagramı, beyin fırtınası, gant ve pert diyagramı |
| 10 | TKY Stratejik Planlama yöntemi |
| 11 | Standardizasyon ve kalite güvence sistem belgelendirme tanım ve tarihçesi |
| 12 | Kalite güvence sistem belgelendirme işlevleri |
| 13 | ISO 9000:2000 Kalite Yönetim Sistemi |
| 14 | Kalite Ödülleri |
|  |  |
| **EĞİTİM-ÖĞRETİM****ORTAMI VE DONANIM** | Ortam | Donanım | İş Yeri |
|  |  |  |
| **ÖLÇME VE** **DEĞERLENDİRME** | Not/açıklama/öneri: |
| Yöntem | Uygulanan yöntem | Yüzde (%) |
| Ara sınavlar |  | 40 |
| Ödevler |  |  |
| Projeler |  |  |
| Dönem ödevi |  |  |
| Laboratuvar |  |  |
| Diğer |  |  |
| Dönem sonu sınavı |  | 60 |
|  |  |  |
| **KAYNAKLAR** | İsmail EFİL, 1999, Yöentimde Kalite Çemberleri ve Uygulama Örnekleri, Alfa Yay.Orhan KÜÇÜK, 2004, Standardizasyon ve Kalite, Seçkin Yay.Ahmet YATKIN, 2003, Toplam Kalite Yönetimi, Nobel Yay.  |
| **İŞ BİRLİĞİ YAPILACAK KURUM/KURULUŞLAR** |  |

**DERS İÇERİĞİ**

|  |  |
| --- | --- |
| **DERSİN ADI** | **ETKİLİ VE GÜZEL KONUŞMA-I** |
| **BÖLÜM** | **PAZARLAMA VE REKLAMCILIK** |
| **PROGRAM** | **HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM** |
| **DÖNEMİ** | **III. YARIYIL** |
| **DERSİN DİLİ** | Türkçe |
| **DERS KATEGORİSİ**  | Zorunlu Ders | Meslek Dersi | Seçmeli Ders |
| X |  |  |
| **ÖN ŞARTLAR** | Protokol, İletişim ve Mesleki Yazışmalar derslerinden sonra bu ders verilmelidir. |
| **SÜRE VE DAĞILIMI** | Haftalık Ders Saati | Okul Eğitimi Süresi | Bireysel Öğrenme Süresi (Proje, Ödev, Araştırma, İş Yeri Eğitimi) | Toplam |
| 2 | (14+14)28 | (50-28)22 | 50 |
| **KREDİ**  | Ders Kredisi | AKTS Kredisi(1kredi=25-30 saat)(1modül=1 kredi) |
| 2 | 3 |
| **DERSİN AMACI** | Bu ders ile öğrenci; etkili ve güzel konuşma yeterlikleri kazandırılacaktır. |
| **ÖĞRENME ÇIKTILARI VE YETERLİKLER** | 1. Nefes tekniklerini ve konuşma organlarını kullanmak
2. Ortama ve kişiye uygun konuşmalar yapmak
 |
| **DERSİN İÇERİĞİ VE DAĞILIMI**(MODÜLLER VE HAFTALARA GÖRE DAĞILIMI) | Hafta | Modüller/İçerik/Konular |
| 1 | Nefes |
| 2 | Ses organları |
| 3 | Ses organları |
| 4 | Ses organları |
| 5 | Vurgu, Ulama, Tonlama |
| 6 | Vurgu, Ulama, Tonlama |
| 7 | Vurgu, Ulama, Tonlama |
| 8 | Protokol konuşması |
| 9 | Protokol konuşması |
| 10 | Protokol konuşması |
| 11 | Bilgilendirme konuşması |
| 12 | Bilgilendirme konuşması |
| 13 | Bilgilendirme konuşması |
| 14 | Hazırlıksız konuşmak |
| **EĞİTİM-ÖĞRETİM****ORTAMI VE DONANIM** | Ortam | Donanım | İş Yeri |
|  |  |  |
| **ÖLÇME VE** **DEĞERLENDİRME** |  |
| Yöntem | Uygulanan yöntem | Yüzde (%) |
| Ara Sınavlar |  | 40 |
| Ödevler |  |  |
| Projeler |  |  |
| Dönem Ödevi |  |  |
| Laboratuvar |  |  |
| Diğer |  |  |
| Dönem Sonu Sınavı |  | 60 |
|  |  |  |
| **KAYNAKLAR** | Taşer, Suat, Konuşma Eğitimi, Papirüs Yayınevi, 2000.Ammelburg, Gerd, Konuşma Sanatı Konuşmacı Eğitimi, Doruk Yayınları, 2003.Özdem, Yavuz, Konuşma Sanatı Diksiyon, Kariyer Yayıncılık, 2003. |
| **İŞ BİRLİĞİ YAPILACAK KURUM/KURULUŞLAR** |  |

**DERS İÇERİĞİ**

|  |  |
| --- | --- |
| **DERSİN ADI** | **HALKLA İLİŞKİLER ORTAM VE ARAÇLARI-I** |
| **BÖLÜM** | **PAZARLAMA VE REKLAMCILIK** |
| **PROGRAM** | **HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI** |
| **DÖNEMİ** | **III. YARIYIL** |
| **DERSİN DİLİ** | Türkçe |
| **DERS KATEGORİSİ**  | Zorunlu Ders | Meslek Dersi | Seçmeli Ders |
|  **x** |  |   |
| **ÖN ŞARTLAR** |  |
| **SÜRE VE DAĞILIMI** | Haftalık Ders Saati | Okul Eğitimi Süresi | Bireysel Öğrenme Süresi (Proje, Ödev, Araştırma, İş Yeri Eğitimi) | Toplam |
| **2** | **28** | **50-28****22** | **50** |
| **KREDİ**  | Ders Kredisi | AKTS Kredisi(1kredi=25-30 saat)(1modül=1 kredi) |
| 2 | 2 |
| **DERSİN AMACI** | “Halkla İlişkiler Ortam ve Araçları” dersinin amacı, halkla ilişkilerde ortam ve araçlara ilişkin temel kavram ve uygulamaları öğretmektir. |
| **ÖĞRENME ÇIKTILARI VE YETERLİKLER** | Bu dersin sonunda, öğrenci aşağıdakileri kavramış olacaktır:- İç halkla ilişkilerde ortam ve araçlar- Dış halkla ilişkilerde ortam ve araçlar- Halkla ilişkilerde organizasyon faaliyetleri |
| **DERSİN İÇERİĞİ VE DAĞILIMI**(MODÜLLER VE HAFTALARA GÖRE DAĞILIMI) | Hafta | Modüller/İçerik/Konular |
| 1 | Halkla ilişkilerde iletişim süreci |
| 2 | Halkla ilişkilerde işleyiş ve etkinlik |
| 3 | Kitle iletişimi ve halkla ilişkiler |
| 4 | Kitle iletişim araçları ve işlevleri |
| 5 | İç halkla ilişkilerin çalışma alanları |
| 6 | Dış halkla ilişkiler ve basılı araçlar |
| 7 | Dış halkla ilişkilerde görsel ve işitsel araçlar |
| 8 | Arasınav |
| 9 | Halkla ilişkilerde organizasyon faaliyetleri |
| 10 | Fuarlar, yarışmalar, festivaller |
| 11 | Sponsorluk |
| 12 | Medya ile ilişkiler |
| 13 | Kurum içi iletişim |
| 14 | Kurumsal kimlik ve kurumsal İmaj |
|  |  |
| **EĞİTİM-ÖĞRETİM****ORTAMI VE DONANIM** | Ortam | Donanım | İş Yeri |
|  |  |  |
| **ÖLÇME VE** **DEĞERLENDİRME** | Not/açıklama/öneri: |
| Yöntem | Uygulanan yöntem | Yüzde (%) |
| Ara sınavlar |  | 40 |
| Ödevler |  |  |
| Projeler |  |  |
| Dönem ödevi |  |  |
| Laboratuvar |  |  |
| Diğer |  |  |
| Dönem sonu sınavı |  | 60 |
|  |  |  |
| **KAYNAKLAR** | Çamdereli, Mete, Halkla İlişkiler, Salyangoz Yayınları, 2005. Önal, Göngür, Halkla İlişkiler, Türkmen Kitabevi, İstanbul 2000. Tikveş, Özkan, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Temel Bilgiler-Uygulamalar, BetaYayınları, 2003.Halkla İlişkilerde Ort.ve Araçlar-Anadolu Ünv. Açıköğretim Fakültesi Yayınları |
| **İŞ BİRLİĞİ YAPILACAK KURUM/KURULUŞLAR** |  |

**DERS İÇERİĞİ**

|  |  |
| --- | --- |
| **DERSİN ADI** | **HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMA VE ÖRNEK OLAYLAR-I** |
| **BÖLÜM** | **PAZARLAMA VE REKLAMCILIK** |
| **PROGRAM** | **HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI** |
| **DÖNEMİ** | **III. YARIYIL** |
| **DERSİN DİLİ** | Türkçe |
| **DERS KATEGORİSİ**  | Zorunlu Ders | Meslek Dersi | Seçmeli Ders |
|  **x** |  |   |
| **ÖN ŞARTLAR** |  |
| **SÜRE VE DAĞILIMI** | Haftalık Ders Saati | Okul Eğitimi Süresi | Bireysel Öğrenme Süresi (Proje, Ödev, Araştırma, İş Yeri Eğitimi) | Toplam |
| **2** | **28** | **50-28****22** | **50** |
| **KREDİ**  | Ders Kredisi | AKTS Kredisi(1kredi=25-30 saat)(1modül=1 kredi) |
| 2 | 2 |
| **DERSİN AMACI** | Bu derste öğrencilerin halkla ilişkiler mesleğine ilişkin konuların pekiştirilmesine yönelik uygulama çalışmaları, öğrenciye çeşitli konularda proje hazırlatılması , seminer dersinde gördükleri konulara ilişkin uygulama dersinde konuyla ilgili proje hazırlamaları sağlanacaktır. Buna göre ; fuar organizasyonlarının önemi- fuarcılık, bir fuarda yaşanan krizin çözümüne ilişkin programın hazırlanması, bir halkla ilişkiler uzmanın matbaa konusunda bilmesi gerekenler, basın toplantısı organizasyonu-kuruluş içi- kuruluş dışı, basın kiti hazırlanması, çeşitli kuruluş içi ve dışı organizasyonların planlanması ve hazırlanması (ödül törenleri, kutlamalar, konferanslar, eğitim çalışmaları vb.), ticari kuruluş açılış organizasyonu, resmi kuruluş açılış organizasyonu, Türkiye’nin dünyaya tanıtımıyla ilgili proje çalışması, çeşitli sponsorluk uygulamaları vb. konular işlenecektir. |
| **ÖĞRENME ÇIKTILARI VE YETERLİKLER** | Teorik bilgilerin uygulamada kullanılmalarını hedeflemektedir. Halkla ilişkiler ve sahada uzmanlaşacak öğrencilere yönelik bir derstir.   |
| **DERSİN İÇERİĞİ VE DAĞILIMI**(MODÜLLER VE HAFTALARA GÖRE DAĞILIMI) | Hafta | Modüller/İçerik/Konular |
| 1 | Halkla İlişkiler Uygulamalarında medyanın yeri |
| 2 | Basınla ilişkiler |
| 3 | Radyo ve televizyon |
| 4 | Basın yayın kuruluşları için hazırlanan makaleler |
| 5 | Kurum içi yayınlar, Halkla ilişkiler uygulamalarında yazılı ve görsel materyal |
| 6 | Sunum teknikleri |
| 7 | Sergi ve fuarlar |
| 8 | Arasınav |
| 9 | Halkla ilişkilerde yeni medya |
| 10 | Etkinlik yönetimi |
| 11 | Sponsorluk |
| 12 | Kriz yönetimi ve halkla ilişkiler |
| 13 | Kurum içi iletişim |
| 14 | Kurumsal kimlik ve kurumsal İmaj |
| **EĞİTİM-ÖĞRETİM****ORTAMI VE DONANIM** | Ortam | Donanım | İş Yeri |
|  |  |  |
| **ÖLÇME VE** **DEĞERLENDİRME** | Not/açıklama/öneri: |
| Yöntem | Uygulanan yöntem | Yüzde (%) |
| Ara sınavlar |  | 40 |
| Ödevler |  |  |
| Projeler |  |  |
| Dönem ödevi |  |  |
| Laboratuvar |  |  |
| Diğer |  |  |
| Dönem sonu sınavı |  | 60 |
|  |  |  |
| **KAYNAKLAR** | Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu/ Sektörün penceresinden halkla ilişkiler |
| **İŞ BİRLİĞİ YAPILACAK KURUM/KURULUŞLAR** |  |

**DERS İÇERİĞİ**

|  |  |
| --- | --- |
| **DERSİN ADI** | **İLETİŞİM HUKUKU** |
| **BÖLÜM** | **PAZARLAMA VE REKLAMCILIK** |
| **PROGRAM** | **HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM** |
| **DÖNEMİ** | **III. YARIYIL** |
| **DERSİN DİLİ** | Türkçe |
| **DERS KATEGORİSİ**  | Zorunlu Ders | Meslek Dersi | Seçmeli Ders |
|  **x** |  |   |
| **ÖN ŞARTLAR** |  |
| **SÜRE VE DAĞILIMI** | Haftalık Ders Saati | Okul Eğitimi Süresi | Bireysel Öğrenme Süresi (Proje, Ödev, Araştırma, İş Yeri Eğitimi) | Toplam |
| **2** | **28** | **50-28****22** | **50** |
| **KREDİ**  | Ders Kredisi | AKTS Kredisi(1kredi=25-30 saat)(1modül=1 kredi) |
|  | 2 |
| **DERSİN AMACI** | Medya’yı etkileyen kuralları ve kanunları tanımak. Öğrenciler, gazeteci hakları ve reklam hukuku gibi, medya hukukundaki ana konuları ve özel medya kanunlarını adlandırabilecek, açıklayabilecekler , ayrıca medya hukukundaki ifade özgürlüğü ve elektronik medya ve internet hukuku gibi güncel konuları saptayıp tartışabileceklerdir.  |
| **ÖĞRENME ÇIKTILARI VE YETERLİKLER** | Dersi başarıyla tamamlayan bir öğrenci:1. Yazınsal yeteneği geliştirmek, özellikle kritik yazın yeteneği ve değişik metinleri okumak ve hem sözel hem de yazılı olarak yanıtlayarak kavrama yeteneğini geliştirmek.2. İletişim hukukunun rolünü ifade özgürlüğü ve basın özgürlüğü ile ilişkin adlandırabilmek 3. Medyanın rolünü toplumda ve demokratik kurumlarda önemini açıklayabilecek 4. İletişim hukukunun uluslar arası ve ulusal olarak nasıl uygulandığını açıklayabilecek 5. Medya hukukunu etkileyen kanunlarının anlam ve önemini ifade edebilecek |
| **DERSİN İÇERİĞİ VE DAĞILIMI**(MODÜLLER VE HAFTALARA GÖRE DAĞILIMI) | Hafta | Modüller/İçerik/Konular |
| 1 | Günümüzde İletişim Hukuku |
| 2 | İfade Özgürlüğü |
| 3 | Yayın Yoluyla Hakaret |
| 4 | Medya ve Özel Hayat  |
| 5 | Gazetecilerin Hakları  |
| 6 | Müstehcenlik ve Ahlaksızlık Kavramları |
| 7 | Bilgi Edinme Özgürlüğü |
| 8 | Arasınav |
| 9 | Toplumun Medyaya Erişimi |
| 10 | Reklam Hukuku |
| 11 | Elektronik Medya Hukuku |
| 12 | Telif Haklarının Korunması |
| 13 | İnternet’in Teknik ve İşlevsel Özellikleri  |
| 14 | İnternet’in Teknik ve İşlevsel Özellikleri  |
|  |  |
| **EĞİTİM-ÖĞRETİM****ORTAMI VE DONANIM** | Ortam | Donanım | İş Yeri |
|  |  |  |
| **ÖLÇME VE** **DEĞERLENDİRME** | Not/açıklama/öneri: |
| Yöntem | Uygulanan yöntem | Yüzde (%) |
| Ara sınavlar |  | 40 |
| Ödevler |  |  |
| Projeler |  |  |
| Dönem ödevi |  |  |
| Laboratuvar |  |  |
| Diğer |  |  |
| Dönem sonu sınavı |  | 60 |
|  |  |  |
| **KAYNAKLAR** | Nusret İlker Çolak, 2007, Kitle İletişim Hukuku,, İstanbul. |
| **İŞ BİRLİĞİ YAPILACAK KURUM/KURULUŞLAR** |  |

**DERS İÇERİĞİ**

|  |  |
| --- | --- |
| **DERSİN ADI** | **REKLAMCILIK** |
| **BÖLÜM** | **PAZARLAMA VE REKLAMCILIK** |
| **PROGRAM** | **HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI** |
| **DÖNEMİ** | **III. YARIYIL** |
| **DERSİN DİLİ** | Türkçe |
| **DERS KATEGORİSİ**  | Zorunlu Ders | Meslek Dersi | Seçmeli Ders |
|  **x** |  |  |
| **ÖN ŞARTLAR** |  |
| **SÜRE VE DAĞILIMI** | Haftalık Ders Saati | Okul Eğitimi Süresi | Bireysel Öğrenme Süresi (Proje, Ödev, Araştırma, İş Yeri Eğitimi) | Toplam |
| **4** | **56** | **100-56 44** | **100** |
| **KREDİ**  | Ders Kredisi | AKTS Kredisi(1kredi=25-30 saat)(1modül=1 kredi) |
| 4 | 4 |
| **DERSİN AMACI** | Reklamcılık dersinin amacı öğrencilerin, reklamcılıkla ilgili temel kavramları, reklam dizaynı, reklam kampanyası ile ilgili kavramları değerlendirebilmesi ve medyayı yaratıcı bir şekilde kullanmasıdır.  |
| **ÖĞRENME ÇIKTILARI VE YETERLİKLER** | Dersi başarıyla tamamlayan bir öğrenci: 1. Reklam endüstrisini kavramsal ve görsel olarak tanır
2. Temel reklam kavramlarını listeler.
3. Temel ikna tekniklerini uygular.
4. Temel ikna tekniklerini uygular..
5. Reklam ajanslarının yapısını belirtir.
 |
| **DERSİN İÇERİĞİ VE DAĞILIMI**(MODÜLLER VE HAFTALARA GÖRE DAĞILIMI) | Hafta | Modüller/İçerik/Konular |
| 1 | Reklama yönelik eleştiriler |
| 2 | Reklam kavramı |
| 3 | Pazarlama ve iletişim ara yüzünde reklam  |
| 4 | Reklamcı karar süreci |
| 5 | Reklam ajansları |
| 6 | Reklam ajansı gezisi |
| 7 | Reklam ajansı gezisi |
| 8 | Arasınav |
| 9 | İkna |
| 10 | Reklam medyası gezisi |
| 11 | Reklam üretimi |
| 12 | Reklam medyası ve araçları |
| 13 | Reklam medyası ve araçları |
| 14 | Medya planlama |
|  |  |
| **EĞİTİM-ÖĞRETİM****ORTAMI VE DONANIM** | Ortam | Donanım | İş Yeri |
|  |  |  |
| **ÖLÇME VE** **DEĞERLENDİRME** | Not/açıklama/öneri: |
| Yöntem | Uygulanan yöntem | Yüzde (%) |
| Ara sınavlar |  | 40 |
| Ödevler |  |  |
| Projeler |  |  |
| Dönem ödevi |  |  |
| Laboratuvar |  |  |
| Diğer |  |  |
| Dönem sonu sınavı |  | 60 |
|  |  |  |
| **KAYNAKLAR** | BABACAN Muazzez “Nedir bu reklam?”, Beta Basım A.Ş, 2008, Istanbul. |
| **İŞ BİRLİĞİ YAPILACAK KURUM/KURULUŞLAR** |  |

**DERS İÇERİĞİ**

|  |  |
| --- | --- |
| **DERSİN ADI** | **SİYASAL İLETİŞİM VE SİYASAL KAMPANYALAR-I** |
| **BÖLÜM** | **PAZARLAMA VE REKLAMCILIK** |
| **PROGRAM** | **HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM** |
| **DÖNEMİ** | **III. YARIYIL** |
| **DERSİN DİLİ** | Türkçe |
| **DERS KATEGORİSİ**  | Zorunlu Ders | Meslek Dersi | Seçmeli Ders |
|  **x** |  |   |
| **ÖN ŞARTLAR** |  |
| **SÜRE VE DAĞILIMI** | Haftalık Ders Saati | Okul Eğitimi Süresi | Bireysel Öğrenme Süresi (Proje, Ödev, Araştırma, İş Yeri Eğitimi) | Toplam |
| **2** | **28** | **50-28 22** | **50** |
| **KREDİ**  | Ders Kredisi | AKTS Kredisi(1kredi=25-30 saat)(1modül=1 kredi) |
| 2 | 3 |
| **DERSİN AMACI** | Bu derste siyasal iletişim alanında tartışılan kampanyaların tarihsel gelişimi, önemi ve işlevinin tartışılması amaçlanmaktadır. Ders kapsamında, siyasal iletişim ve siyasal kampanyalar, kampanya ve kampanya türleri, siyasal kampanyaların tarihsel gelişimi, Amerika ve Türkiye örneği irdelenecektir. |
| **ÖĞRENME ÇIKTILARI VE YETERLİKLER** | 1. Siyasal reklamların tarihsel gelişimini tartışabileceklerdir.
2. Siyasal kampanyaların siyasal iletişim sürecindeki önem ve işlevlerini tartışabileceklerdir.
3. Siyasal kampanya türlerini ayırt edebileceklerdir.
 |
| **DERSİN İÇERİĞİ VE DAĞILIMI**(MODÜLLER VE HAFTALARA GÖRE DAĞILIMI) | Hafta | Modüller/İçerik/Konular |
| 1 | Siyasal iletişim ve siyasal kampanyalar  |
| 2 | Kampanya, kampanya türleri (seçim, gündem koyma-enformasyon, imaj, oy kampanyaları) ve kampanya yönetimi kavramları |
| 3 | Siyasal kampanya sahipleri: siyasal partiler, adaylar, iktidar ve yönetim organları, çıkar grupları, sendikalar, hareketler.  |
| 4 | Siyasal kampanyaların ABD ve Kıta Avrupası’nda gelişimi ve kurumsallaşması  |
| 5 | Siyasal kampanyalar ve siyasetin medyatikleşmesi  |
| 6 | Kampanyaların Amerikanvarileşmesi/modernleşmesi  |
| 7 | Politikanın bilimselleştirilmesi/teknikleştirilmesi  |
| 8 | Arasınav |
| 9 | Siyasal iletişim uzmanları  |
| 10 | Siyasetin kişiselleştirilmesi  |
| 11 | Siyasal kampanyaların Türkiye?de gelişimi ve kurumsallaşması |
| 12 | Türkiye'de kampanya örnekleri ve tartışmaları I  |
| 13 | Türkiye'deki politik kampanya örnekleri ve tartışmaları II |
| 14 | Türkiye'deki politik kampanya örnekleri ve tartışmaları III |
|  |  |
| **EĞİTİM-ÖĞRETİM****ORTAMI VE DONANIM** | Ortam | Donanım | İş Yeri |
|  |  |  |
| **ÖLÇME VE** **DEĞERLENDİRME** | Not/açıklama/öneri: |
| Yöntem | Uygulanan yöntem | Yüzde (%) |
| Ara sınavlar |  | 40 |
| Ödevler |  |  |
| Projeler |  |  |
| Dönem ödevi |  |  |
| Laboratuvar |  |  |
| Diğer |  |  |
| Dönem sonu sınavı |  | 60 |
|  |  |  |
| **KAYNAKLAR** | ÖZKAN, Necati, 2004, Seçim Kazandıran Kampanyalar, MediaCat Yayınları., İstanbul. Ferruh UZTUĞ, 2004, Siyasal İletişim Yönetimi, MediaCat Yayınları., İstanbul,. |
| **İŞ BİRLİĞİ YAPILACAK KURUM/KURULUŞLAR** |  |

**DERS İÇERİĞİ**

|  |  |
| --- | --- |
| **DERSİN ADI** | **TOPLANTI YÖNETİMİ** |
| **BÖLÜM** | **PAZARLAMA VE REKLAMCILIK** |
| **PROGRAM** | **HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI** |
| **DÖNEMİ** | **III. YARIYIL** |
| **DERSİN DİLİ** | Türkçe |
| **DERS KATEGORİSİ**  | Zorunlu Ders | Meslek Dersi | Seçmeli Ders |
|   |  | x |
| **ÖN ŞARTLAR** |  |
| **SÜRE VE DAĞILIMI** | Haftalık Ders Saati | Okul Eğitimi Süresi | Bireysel Öğrenme Süresi (Proje, Ödev, Araştırma, İş Yeri Eğitimi) | Toplam |
| **4** | **56** | **100-56 44** | **100** |
| **KREDİ**  | Ders Kredisi | AKTS Kredisi (1kredi=25-30 saat)(1modül=1 kredi) |
| 4 | 4 |
| **DERSİN AMACI** | Bu ders ile öğrenci; toplantı yönetimi yapma yeterlikleri kazandırılacaktır. |
| **ÖĞRENME ÇIKTILARI VE YETERLİKLER** | 1. Toplantı gündemini belirlemek
2. Departmanlar arası toplantı düzenlemek
 |
| **DERSİN İÇERİĞİ VE DAĞILIMI**(MODÜLLER VE HAFTALARA GÖRE DAĞILIMI) | Hafta | Modüller/İçerik/Konular |
| 1 | Toplantılara Kavramsal YaklaşımlarToplantı Kavram ve Tanımıİletişim Aracı Olarak Toplantılar |
| 2 | Toplantı Kültürü Toplantı İhtiyacı |
| 3 | Toplantıların Amaçları Toplantı Katılımcıları |
| 4 | Verimli Bir Toplantının İlkeleriToplantı Mekânları ve ÖzellikleriToplantı Salonlarında Oturma Düzenleri |
| 5 | Toplantı TürleriÖrgüt İçi Toplantı TürleriKurumlar arası Toplantı Türleri |
| 6 | İşlevlerine Göre Toplantı Türleri İçeriklerine Göre Toplantı Türleri |
| 7 | Görüntülü Toplantı Türleri |
| 8 | Arasınav |
| 9 | Toplantıya Katılanların Görevleri |
| 10 | Toplantı Yönetimine Kavramsal Yaklaşımlar |
| 11 | Toplantılarla İlgili Yanlış ÖnyargılarToplantılarda Karşılaşılan Kişiler |
| 12 | Toplantılarda Kayıt Tutma |
| 13 | Toplantılarda Uyulması Gereken Görgü ve Protokol Kuralları |
| 14 | Toplantı Organizatörlüğü |
| **EĞİTİM-ÖĞRETİM****ORTAMI VE DONANIM** | Ortam | Donanım | İş Yeri |
|  |  |  |
| **ÖLÇME VE** **DEĞERLENDİRME** | Not/açıklama/öneri: |
| Yöntem | Uygulanan yöntem | Yüzde (%) |
| Ara sınavlar |  | 40 |
| Ödevler |  |  |
| Projeler |  |  |
| Dönem ödevi |  |  |
| Laboratuvar |  |  |
| Diğer |  |  |
| Dönem sonu sınavı |  | 60 |
|  |  |  |
| **KAYNAKLAR** | Kongre ve Toplantı Yönetimi, İge Pırnar Tavmergen -Ebru Günlü Aksakal, Seçkin YayınlarıToplantı Yönetimi,A. Celil Çakıcı,Detay Yayıncılık Toplantı Yönetimi, Nuran ÖZTÜRK BAŞPINAR,Ünver BAYRAMLI, Eskişehir |
| **İŞ BİRLİĞİ YAPILACAK KURUM/KURULUŞLAR** |  |