|  |
| --- |
| **Dicle Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Ders İçerikleri** |
| **1.Yıl, 1.Dönem** |
| **HİT-101 İletişim Bilimine Giriş (Kredi/3- AKTS/5):** İletişim kavramı ve tanımı, İletişimin Süreci ve Öğeleri, İletişim Türleri, Sözlü ve Sözsüz İletişim, Temel İletişim Modelleri, Kitle İletişimi Etkileri ve ilk çalışmalar |
| **HİT 105 Hukukun Temel Kavramları (Kredi/3-AKTS/3):** Medeni Hukuka Giriş/ Temel Hukuki Terimler/ Medeni Hukukun Kaynakları/ Hâkimin Takdir Yetkisi/ Hakların Kazanılması ve Kaybedilmesi/ İyi niyet/ Kişiler Hukuku/ Kişiler Hukukunun Temel Kavramları/ Kişilerin Sınıflandırılması/ Gerçek Kişiler/ Tüzel Kişiler/ Hak ve Dava Ehliyeti/ Ehliyet Gruplarının Sınıflandırılması/ Kişiliğin Başlangıcı ve Sona Ermesi/Kişiliğin Korunması. |
| **HİT 109 Sosyoloji (Kredi/3-AKTS/5):** Sosyolojinin başlıca konuları Sosyolojik metot Sosyolojik düşünmenin felsefi arka planı Sosyoloji ve sosyal bilimler metodolojisi Sosyal bilimler metodolojisinin felsefesi Sosyal bilimler içindeki farklılıklar Sosyolojik düşüncenin ortaya çıkışında etkili olan çalışmalar, yeni toplumsal hareketler İletişim ve kitle iletişim araçları, küreselleşme, Toplumsal etkileşim, kurallar, günlük yaşam, sözel olmayan iletişim Sosyolojik araştırma süreci ve yöntemleri. |
| **HİT 119 Yazılı Anlatım (Kredi/3-AKTS/3):** 1. Dil nedir? Dilin sosyal bir kurum olarak millet hayatındaki yeri nedir? Dil-kültür ilişkisi. 2. Dünya Dilleri ve Türk dilinin dünya dilleri arasındaki yeri. 3. Türk dilinin gelişmesi ve tarihi devreleri 4. Türk Dilinin şiveleri ve lehçeleri, Şive- ağız kavramları 5. Yazılı kompozisyon türleri: Dilekçe, tutanak, rapor 6. Türk dilinin bugünkü durumu ve yayılma alanları. Türkçede ses bilgisi. Türkçe’nin ses özellikleri 7. Hece Bilgisi 8. Mektuplar: İş mektupları, Resmi Mektuplar, edebi ve özel mektuplar 9. Mektuplar üzerinde örnek yazı çalışmaları 10. Ara Sınav 11. İmla Kuralları 12. Noktalama İşaretleri 13. İmla ve noktalama ile ilgili uygulamalar 14. Yazılı kompozisyon türleri: Deneme, makale, fıkra. 15. Deneme, makale, fıkra örnekleri okunması ve yazma çalışmaları. |
| **HİT 121 Psikoloji (Kredi/3-AKTS/5):** Psikoloji ile ilgili kavram ve konuların öğrencilere sunulması ile öğrencilerin psikolojiye yönelik tutum ve davranışlar kazandırılması, Psikoloji de yer alan kuramlar, ve psikoloji ye bakış açıları kazanma, Teorik anlatıma dayalı ders ve ders yazılı olarak yapılacak bir ara sınav ve bir final sınavı ile değerlendirilecektir. |
| **HİT 111 Bilişim Teknolojileri-I (Kredi/3-AKTS/3):** Bilişim teknolojileri, yazılım ve donanım ile ilgili temel kavramlar, genel olarak işletim sistemleri, kelime işlemci programları, elektronik tablolama programları, veri sunumu, İnternet kullanımı, bilişim teknolojilerinin sosyal yapı üzerindeki etkileri ve iletişimdeki yeri, bilişim sistemleri güvenliği ve ilgili etik kavramları. |
| **HİT 113 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I (Kredi/2-AKTS/2):** Osmanlı İmparatorluğu'nun Dağılışı (XIX Yüyıl) . Tanzimat ve Islahat Fermanı, I. ve II. Meşrutiyet, Trablusgarp ve Balkan Savaşları, I. Dünya Savaşı, Mondros Ateşkes Antlaşması, Wilson İlkeleri, Paris Konferansı, M. Kemal'in Samsun'a çıkışı ve Anadolu'daki Durum, Amasya Genelgesi, Ulusal Kongreler, Mebusan Meclisi'nin Açılışı, TBMM'nin Kuruluşu ve İç İsyanlar, Teşkilat-ı Esasi Kanunu, Düzenli Ordunun Kuruluşu, I. İnönü, Kütahya - Eskişehir, Sakarya Meydan Muharebesi ve Büyük Taarruz, Kurtuluş Savaşı sırasındaki Antlaşmalar, Saltanatın Kaldırılması, Lozan Barış Antlaşması, Cumhuriyet'in İlanı. |
| **HİT 115 Türk Dili-I (Kredi/2-AKTS/2):** Türkçenin tarihi ve temel kuralları, örnek edebi ve bilimsel metinlerin okunması. |
| **HİT 117 Yabancı Dil-I (Kredi/2-AKTS/2):** Öğrencilerin sonraki yıllarda görecekleri mesleki İngilizce derslerini takip edebilmeleri, lisans sonrası ve meslek hayatlarında ihtiyaç duyacakları İngilizce´ye temel oluşturacak seviyede İngilizce dilbilgisi, kelime dağarcığı, okuduğunu anlama, sözlü anlatım ve yazma becerileri. |

|  |
| --- |
| **1.Yıl, 2.Dönem** |
| **HİT 120 İletişim Kuramları (Kredi/3-AKTS/5):** Temel İletişim Modelleri ve İletişim Kuramları, İletişimde Etki araştırmaları, iletişim, kültür ve toplumsallaşma ilişkileri, Kamuoyu ve gündem belirleme. |
| **HİT 122 Değerler Eğitimi (Kredi/3-AKTS/4):** Öz saygı, diğer bireylere saygı, özdenetim, otokontrol, öfke kontrolü, sorumluluk, iş birliği, dürüstlük, sabır, hoşgörü, empati, mutluluk ve tatmin, paylaşım, kendini ve fikirlerini medeni bir şekilde ifade etme. |
| **HİT 124 Sözlü Anlatım (Kredi/3-AKTS/3):** Dil ve konuşma kavramları, dilin özellikleri ve işlevleri, sözlü anlatım tarzları, doğrudan/dolaylı anlatım, kişisel ve bağlamsal iletişim ve anlatım, sözlü anlatımda etkinliği engelleyen faktörler. |
| **HİT 108 Sosyal Psikoloji (Kredi/3-AKTS/5):** Tutum, Sosyal Uyum, İletişim, Bilişsel Çelişki ve Bilişsel Çelişki Kuramları, Sosyal Algı, İletişim, İletişim beceri ve hataları, Sosyal algı, Grup yapısı ve dinamiği, Propaganda ve reklam, Kültür yapısı ve davranışa etkisi. |
| **HİT 126 İşletme (Kredi/-AKTS/):** İşletmenin temelleri, işletmelerin amaçları ve performans ölçütleri, işletme ve çevre, işletmenin kuruluşu, işletmelerde iş ahlakı ve sosyal sorumluluk, uluslararası işletmecilik, yönetim, örgütlenme, insan kaynakları yönetimi, işçi-işveren ilişkileri, çalışma ilişkileri, üretim sistemleri ve yönetimi. |
| **HİT 112 Bilişim Teknolojileri-II (Kredi/3-AKTS/3):** Grafik ve sayfa tasarımı, photoshop vb. programlar ile bunların kullanımı. |
| **HİT 114 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi- II (Kredi/-AKTS/):** T.C. Devleti'nin Kuruluşu, kuruluş felsefesi, ideolojisi, Osmanlı Devleti ve Türkiye Cumhuriyeti arasındaki geçiş sürecinin içerik ve dinamikleri, Cumhuriyet rejimi ve kazanımları, Atatürk'ün kişiliği, ilkeleri ve inkılâpları… |
| **HİT 116 Türk Dili-II (Kredi/2-AKTS/2):** İmla kuralları ve uygulanması, noktalama işaretleri ve uygulaması, cümlenin unsurları, cümle tahlili ve uygulaması, anlatım bozuklukları, yazılı kompozisyon ve uygulaması dersin ana karakterini oluşturmaktadır. |
| **HİT 118 Yabancı Dil-II(Kredi/2-AKTS/2):** Öğrencilerin lisans sonrası ve meslek hayatlarında ihtiyaç duyacakları İngilizce' ye temel oluşturacak seviyede İngilizce dilbilgisi, kelime dağarcığı, okuduğunu anlama, sözlü anlatım ve yazma becerileri. |

|  |
| --- |
| **2.Yıl, 3.Dönem** |
| **HİT 201 İletişim Sosyolojisi (Kredi/3-AKTS/5):** İletişim ve sosyoloji ilişkisi, iletişim sosyolojisinin alanları, McLuhan’ın Teknolojik Determinizm Kuramı bağlamında toplumsal değişme, teknoloji ve medya, Chomsky/Herman Yaklaşımında Medya ve Toplumsal Rıza Üretimi/Medya Propaganda Kuramı, Eleştirel Yaklaşım perspektifinde kitle kültürü, medya ve hipergerçeklik: Baudrillard’ın Simülasyon Kuramı, sanal toplum, ağ toplumu ve küreselleşme. |
| **HİT 215 Ekonomi (Kredi/3-AKTS/4):** Mikro ekonomi, makro ekonomi, ekonomik sistemler, milli gelir ölçümleri ve belirlenmesi, kalkınmanın tanımı ve gerekliliğinin nedenleri, kalkınma ekonomisi, kalkınma için gerekli finansman ihtiyacı ve finansman büyüklüğü, büyüme teorileri. |
| **HİT 217 Halkla İlişkilere Giriş (Kredi/3-AKTS/5:** Halkla İlişkiler nedir? Halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi, kurum İçi ve kurum dışı halkla ilişkiler, halkla ilişkiler modelleri, halkla ilişkilerin uygulama alanları, pazarlama amaçlı halkla ilişkiler, halkla ilişkiler teknikleri. |
| **HİT 219 Siyaset Bilimi (Kredi/3-AKTS/4):** Siyaset ve siyaset bilimi, iktidar ve siyasi iktidar, anayasa, demokrasi, siyasal partiler ve parti sistemleri, Türkiye’de uygulanan seçim sistemleri. |
| **HİT 221 Grafik Tasarımı I (Kredi/3-AKTS/4):** Grafik tasarımındaki temel terimler, tasarım kavramları, tasarım elemanları, tasarımın süreçleri, tasarım sürecinde bilgisayar uygulamaları. |
| **HİT 211 Temel Fotoğrafçılık (Kredi/3-AKTS/4):** Fotoğrafın tarihsel gelişimi, fotoğrafın teknik ve sanat yönü, fotoğraf makinelerinin yapısı, fotoğraf makinesi yardımcı ekipmanları, fotoğraf çekimine dair bilgiler. |
| **HİT 213 Mesleki İngilizce I (Kredi/3-AKTS/4):** Mesleki İngilizce nedir? Halkla İlişkiler alanında kullanılan terimler, iletişim alanında çeviri yaparken dikkat edilmesi gerekenler, mesleki İngilizce kullanılarak diyalog kurabilme. |

|  |
| --- |
| **2.Yıl, 4.Dönem** |
| **HİT 202 Siyasal İletişim (Kredi/3-AKTS/4):** Siyasal iletişim nedir? Kampanya türleri, siyasal kampanya sahipleri, siyasal kampanya süreci, siyasal iletişim türleri, etkili siyasal iletişimin özellikleri. |
| **HİT 216 Grafik Tasarımı II (Kredi/3-AKTS/4):**  Grafik tasarım ilkeleri, grafik tasarım uygulamaları, grafik ürünü değerlendirme. |
| **HİT 218 Örgüt İletişimi (Kredi/3-AKTS/5:** Örgüt iletişimi nedir, örgütün temel özellikleri, örgütsel iletişimin amacı ve önemi, örgütsel iletişimin yapısı, örgütsel iletişimde kullanılan yöntem ve araçlar, örgütsel iletişimin psikolojik ve sosyolojik boyutu, yeni iletişim teknolojileri ve örgütsel iletişim. |
| **HİT 208 Uygulamalı Fotoğrafçılık (Kredi/3-AKTS/4):**  Diyafram, netlik ayarları, doğru pozlama uygulamaları, beyaz ayarı uygulamaları, flaş ve diğer yapay ışıklar, odak uzunluğu uygulamaları. |
| **HİT 220 Reklamcılığa Giriş (Kredi/3-AKTS/4):** Reklam çeşitleri, reklamda yaratıcı boyut, mesaj stratejisi, reklamcılık ile ilgili temel modeller, reklamın amaç ve hedefleri, kitle iletişim araçları ve reklam, marka ve markalaşma süreci, reklam kampanyası. |
| **HİT 212 Halkla İlişkiler Kampanyalarına Giriş (Kredi/3-AKTS/5):**  Halkla ilişkiler kampanyalarıyla ilgili genel bilgi, halkla ilişkilerde stratejik planlama, hedef kitle analizi ve medya planlaması, mesaj ve ikna stratejileri. |
| **HİT 214 Mesleki İngilizce II (Kredi/3-AKTS/4):** Alana yönelik çeşitli makale ve metin çalışmaları. |

|  |
| --- |
| **3.Yıl, 5.Dönem** |
| **HİT-333 Araştırma Yöntemleri (Kredi/3-AKTS/6):**  Bilim nedir sorusuna yanıt verir. Araştırma yöntemlerini sosyal bilimler özgülünde irdeler ve araştırma sürecini ayrıntılarıyla aktarır.  Bu ders kapsamında öğrenciye araştırma yöntemleri hakkında bilgi verilmesi amaçlanmıştır. Öğrencinin araştırma konusunu nasıl seçeceği, nelerin araştırma konusu olup olamayacağı bilgisini edinerek, araştırma hipotezlerini oluşturabilme bilgisine ve yetisine sahip olması amaçlanmıştır. Araştırmanın uygulama sürecinde veri toplamaya bağlı olarak nitel ve nicel araştırma ayrımının ve uygulama alanlarının neler olabileceği hakkında gerekli ayrımları ve özellikleri öğrencinin edinmesi düşünülmektedir. Yine bu süreçte araştırmanın türüne bağlı olarak veri değerlendirme yöntemleri aktarılması öngörülmekte ve bu değerlendirme biçimlerinin nasıl olacağına ilişkin bilgileri öğrencinin edinmesi hedeflenmektedir. Son aşamada öğrencinin akademik dil ve biçim özelliklerini öğrenerek, rapor yazımın temel kurallarının neler olduğu bilgisine sahip olması beklenmektedir. |
| **HİT 335 Pazarlama Yönetimi (Kredi/3-AKTS/6):**  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. |
| **HİT 305 Halkla İlişkilerde Kriz Yönetimi (Kredi/3-AKTS/6):**  Kriz bir kuruluşun hedeflerini tehdit eden, kuruluşun varlığını tehlikeye sokan ve kuruluşun hızla tepki göstermesi gereken özel durumdur. Krizin en belirgin özeliği beklenmedik bir zamanda ortaya çıkmasıdır. Kriz anında kuruluşun itibarının zedelenmesi söz konusudur ve çözüm için süre çok kısıtlıdır. Kriz iletişimi ise, kriz döneminde izlenecek iletişim stratejisi ve taktikler bütünüdür. Yani olası krizlerin yaşanmaması için önlemler alınması, krize neden olabilecek unsurların ortadan kaldırılması, çözümler üretilmesi kriz yönetiminin, çözümlerin ve gelişmelerin hedef kitle ile paylaşımı kriz iletişiminin konusunu oluşturur. Krize ilişkin tüm bu ayrıntılar bu ders kapsamında irdelenecektir. |
| **HİT 337 İtibar Yönetimi (Kredi/3-AKTS/4):**  İtibar bir kuruluşun hedef kitle tarafından görülmek istediği yapıyı içermektedir, ancak bu yapının da gerçekliğe dayanması beklenmektedir. Kuruluşların kendilerine ait birer kimlik oluşturma çabası çok uzun zamandan beri devam etmektedir. Bu derste de kurumsal kimlik uygulamalarının kökeni ve günümüzdeki yansıması öğrencilere aktarılacaktır |
| **HİT 307 Tüketici Davranışı (Kredi/3-AKTS/4):**  Tüketici davranışlarına giriş, tüketici davranışı pazarlama ilişkisi, tüketici davranış modelleri, tüketici davranışını biçimlendiren bireysel farklılıklar, tüketici yaşam tarzları ve pazar bölümlendirme, tüketici davranışını biçimlendiren psikolojik süreçler ve durumsal etkileri, tüketici davranışını biçimlendiren sosyo-kültürel etkenler, tüketici karar verme ve satın alma davranışları, tüketicilerin satın alma ve satın alma sonrası davranışları, tüketim toplumu ve tüketim kültürü tartışmaları konularını kapsamaktadır. |
| **HİT 339 Marka Yönetimi (Kredi/3-AKTS/4):**  Çeşitli gereksinimlerin karşılanması için birbirine oldukça benzer niteliklere sahip ürün ve hizmetlerin tüketici tercihine sunulduğu günümüz koşullarında işletmeler arasındaki rekabet yarışı daha da hız kazanmıştır. Ürün ve hizmetlerin özellikleri bakımından birbirinden ayrılmasının pek mümkün olmaması kurumları ürün ve hizmetlerini rakiplerinden farklı kılma arayışlarına yönlendirmiş ve farklılaştırma çabaları bizleri marka kavramı ile karşı karşıya bırakmıştır. Kurumların kendilerine ait ürün ve hizmetleri tüketicilerinin zihninde rakiplerinden farklı bir yere konumlandırma amacını taşıyan çabalarının temel önerisi markalama ve marka oluşturma sürecidir. Marka yönetimi sürecini stratejik biçimde yönetebilen ve ürün / hizmetlerine yönelik başarılı markalara sahip olan kurumlar rekabet yarışında büyük bir avantaj elde edebilmektedirler. Günümüz şartlarında güçlü markalara sahip olma; tüketiciler tarafından daha fazla tercih edilme, finansal kazanım elde etme, önemli bir değere sahip olma, sadık bir müşteri grubu oluşturma gibi anlamlar taşımakta ve marka yönetimi süreci tüm kurumlar açısından rekabet yarışında üstünlük elde etmek için kritik bir rol oynamaktadır. Bu bilgilerden hareketle, “Marka İletişimi Yönetimi” dersinde; marka yönetimi süreci tüm detayları ile birlikte ele alınarak marka kavramının tarihsel gelişim sürecine, kapsamına ve hem işletmeler hem de tüketiciler açısından sahip olduğu öneme ilişkin bilgilere yer verilecektir. Dersin ilerleyen kısımlarında marka ile ilgili marka kimliği, marka imajı, marka kişiliği, marka tercihi, marka sadakati, marka farkındalığı ve marka çağrışımları gibi birtakım kavramlara değinilmesinin ardından, markalama süreci, marka stratejileri ve marka konumlandırma kararlarına ilişkin bilgiler paylaşılacaktır. Dersin son bölümlerinde ise, marka iletişimi konusu detaylı bir şekilde ele alınarak marka iletişiminin temel unsurlarına yönelik marka iletişimi çabaları ve dijital medya platformlarının marka iletişimine etkisi irdelenecektir. |
| **HİT 313 Reklam Fotoğrafçılığı (Kredi/3-AKTS/4):**  Reklam Fotoğrafının özelliklerini, türlerini ve çekim teknikleri uygulamalı olarak gösterilerek farklı sektörlere yönelik reklam fotoğrafları çekilir, karşılaştırmalı reklam fotoğrafları analizleri yapılır. |
| **HİT 341 Örgütsel Davranış (Kredi/3-AKTS/4):**  Ders kapsamında olumlu iş çevresi oluşturma, güdüleme, takım dinamikleri ve sanal takımlar, çatışma ve gerilim yönetimi, yaratıcılık ve karar verme, güç ve etkileme, liderlik, örgütsel kültür, örgüt geliştirme ve değişimin yönetimi, örgütsel yapı gibi konular üzerinde durulacaktır. Örgütsel Davranış dersinde çalışanlara doğrudan performans sağlayacak ve çalışanların iş hayatında daha etkin olmalarını temin edecek konular arasından seçmeler yapılmıştır. |
| **HİT 343 Haber Yazma Teknikleri (Kredi/3-AKTS/4):**  Öğrencilerin yazma eylemindeki yaratıcılıklarını yazımın farklı formatlarını öğrenmelerini amaçlayan bu derste, haber, köşe yazısı, makale, mektup, dilekçe, basın bülteni, reklam metni, röportaj gibi yazım teknikleri yaratıcı bir yaklaşımla kaleme alınmaktadır. |
| **HİT 325 Dış Tanıtım ve Lobicilik (Kredi/3-AKTS/4):**  Bir halkla ilişkiler uygulaması olan lobicilik kavramı ve tanımı, Lobiciliğin tarihi gelişimi ve yasal düzenlemeler, Lobiciliğe yakın kavramlar, farklılıkları ve siyasal sistemler, Lobicilikte hedef kitle tespiti ve Türkiye'de lobiciliğin hedef kitleleri, Hedef kitlelere yönelik lobicilik stratejileri, Lobicilik çeşitleri ve yöntemleri ders kapsamında yer almaktadır. |
| **HİT 345 Reklam Kampanyaları Analizi (Kredi/3-AKTS/4):**  Reklam Kampanya Süreci, Pazarlama İletişim Stratejisinin Geliştirilmesi, Yaratıcı Stratejinin Geliştirilme ve Uygulama Aşaması, Diğer Pazarlama İletişimlerinin Planlanması, Medya Stratejisi ve Amaçlarının Belirlenmesi, Reklam Kampanyasının Etkinliğinin Analizi, Yeni Medya Ortamında Reklamcılığın Dönüşümü konularını kapsamaktadır. |
| **HİT 347 Halkla İlişkilerde Teori ve Uygulamalar (Kredi/3-AKTS/4):**  Derste halkla ilişkilerin uygulanması üzerinde durularak, bu alanda sektördeki başarılı projeler tartışılacaktır.  Halkla İlişkiler Tanımlarının Eleştirel Bir Yaklaşımla Analizi/ Propaganda, Rıza Üretimi ve Halkla İlişkiler Arasındaki İlişki/ alkla İlişkiler Modellerine Dayanaklık Eden Kuramlar: Eleştirel Kuramların Halkla İlişkiler Modelleri ve Çalışmaları Üzerindeki Etkisi/ Halkla İlişkilerde Yöntem Sorunsalı: Nitel Araştırma Yöntemlerine Doğru Bir Yönelim/ Halkla İlişkiler Kampanya Metinlerinde Söylem Analizinin Kullanılışı/ Uluslararası Halkla İlişkiler Pratiklerinin Eleştirel Bir Çerçeveden Değerlendirilmesi (ABD, Avrupa ve Asya ülkeleri üzerinden tarihsel ve kavramsal farklılıklar) |
| **HİT 349 İletişim Tarihi (Kredi/3-AKTS/4):**  Bu derste, genel olarak dünyada özelde de Türkiye’de iletişim ve medyanın gelişimini, ortaya çıkış şartlarını, toplumsal gelişme ve siyasete etkisi ele alınmaktadır. Dünyada gazeteyle başlayan medyanın gelişim sürecinde, radyo, televizyon ve internet alanındaki gelişmelere özet olarak temas edilmekte, bu alanda Türkiye'deki gelişmeler ise detaylı olarak incelenmektedir. |

|  |
| --- |
| **3.Yıl, 6.Dönem** |
| **HİT 334 Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya (Kredi/3-AKTS/6):**  Sosyal ağlar ve Blogları kapsayan internet tabanlı interaktif iletişim uygulamalarının öğrenilmesi ve uygulama alanında tecrübe kazanılması. |
| **HİT 306 Etkili Konuşma ve Sunum Teknikleri (Kredi/3-AKTS/6):**  Ses, diksiyon, vurgu, konuşma, haber sunumu, program sunumu, ses geliştirme, spikerlik, sunuculuk gibi konular derste hedeflenen içerik başlıklarındandır. |
| **HİT 338 İnsan Kaynakları Yönetimi (Kredi/3-AKTS/6):**  İnsan Kaynakları Yönetiminin tanımı, kapsamı, organizasyon yapısı içindeki yeri ve önemi, personel yönetimi, insan kaynakları yönetiminin temelini oluşturan işlevler; iş analizleri ve iş dizaynı, insan kaynakları planlaması, insan kaynakları temin süreci, performans değerlendirme sistemi, ücret kavramı; ücret sistemleri, iş değerleme, iş güvenliği ve işgören sağlığı, yöneticinin özellikleri; çalışma ilkeleri, kurum kültürü ve insan kaynaklarındaki yeni oluşumlar işlenmektedir. |
| **HİT 336 Medya ve Toplum (Kredi/3-AKTS/4):**  Medya ve medya üretimlerine dair süreçler, medyanın analizi, yeni medya ve geleneksel medyanın gelişim süreci, benzerlik ve farklılıklar ve son durum, Medya ve toplum ilişkisi medyanın toplum üzerinde yarattığı değişimler ders kapsamında ele alınmaktadır. |
| **HİT 340 İmaj Yönetimi (Kredi/3-AKTS/4):**  Kişi imajını oluşturan etmenlerin belirlenerek bu etmenlerin önemi ve işlevlerinin tartışılması. Kişisel imaj çerçevesinde etkin iletişimin önemi ve ilk izlenimi olumlu kılmanın yollarının saptanması, Kişisel imajın oluşmasında önemli işlev üstlenen giyim-kuşam biçimlerinin irdelenerek iş yaşamında erkeklerin ve kadınların nasıl giyinmeleri gerektiğinin tartışılması, Kurumsal imaj çeşitleri ve imaj oluşturmada etken olan öğelerin tartışılması, Kurumsal imajı etkileyen unsurların tartışılarak, planlı bir imaj değişimi için yapılması gereken aşamaların belirlenmesi, kişisel ve kurumsal imaja ait tüm boyutlar ders kapsamında ele alınmaktadır. |
| **HİT 342 Göstergebilim (Kredi/3-AKTS/4):**  Göstergebilimin temel ilkeleri ve temel kavramları ,Charles Sanders Pierce'e göre göstergebilim ,F. de Saussure C. S. Pierce karşılaştırması, Halkla İlişkiler bağlamında filmlerin göstergebilime göre incelenmesi, Diğer göstergebilimciler, Anglosakson Göstergebilim ve Paris Göstergebilim Okulu, Yapısalcılık ve göstergebilim arasındaki ilişki, Reklamcılıkta göstergebilimin kullanımı, Çeşitli sanat alanlarında göstergebilimin kullanımı. |
| **HİT 312 Popüler Kültür (Kredi/3-AKTS/4):**  Dersin içeriği bireysel ve toplumsal özelliklerimizin, kültürümüzün çağdaş medya, teknolojiler ve popüler kültür tarafından ne şekilde etkilendiği ile ilgilidir. |
| **HİT 344 Halkla İlişkiler Kampanya Analizi (Kredi/3-AKTS/4):**  Sorun analizi, formel ve informel araştırmalar, halkla ilişkilerde stratejik planlama, hedef kitle analizi ve medya planlama çalışmaları ders kapsamında ele alınmaktadır. |
| **HİT 346 Etkili İletişim (Kredi/3 -AKTS/4):**  Kişilerarası ilişkilerde, iletişimin gerekliliğini ortaya koyarak iletişim sürecini anlayabilmek, kendini iyi tanımanın önemini kavrayarak, toplumu tanımada ki anlamının belirtilmesi için, kişilerarası iletişim kuramları, etkili iletişim çalışmaları, çeşitli okumalar ve uzman konuklarla söyleşilerle desteklenmektedir. |
| **HİT 348 İletişim Hukuku (Kredi/3 -AKTS/4):**  Kitle iletişim araçlarının tabi bulunduğu yasal düzenlemeler, Anayasada ifade özgürlüğü ve AB görsel işitsel mevzuatının Türkiye’ye etkileri gibi konularda temel bilgiler. |
| **HİT 324 Halkla İlişkilerde Örnek Olay İncelemeleri (Kredi/3 -AKTS/4):**  Bu derste, planlama ve iletişim programları geliştirme de dahil olmak üzere halkla ilişkiler uygulamalarının analizi yapılmaktadır. Teori ve pratik arasındaki bağlantıyı anlamayı amaçlayan bu derste Türkiye’deki ve dünyadaki çeşitli kampanyaların analizleri işlenmektedir. ROPE Model’in ayrıntılı analizi, halkla ilişkilerde örnek olay incelemesi, halkla ilişkiler stratejilerinin hazırlanması. |
| **HİT 350 Reklamda Yaratıcı Stratejiler (Kredi/3 -AKTS/4):**  Yaratıcı konsept, reklamda büyük fikir ve yaratıcı düşünme, görsel iletişim, görsel iletişimin öğeleri, reklam yazarlığı, reklam ve sözcükler, reklam stili, reklam yazım teknikleri, reklamda layout, tipografi, layout ve dizayn, basılı reklamlar, radyo reklamcılığı, tv reklamcılığı, Açıkhava reklamları, internet reklamcılığı; İletişim biçimi olarak reklamcılık, iletişim hedefleri, reklam nasıl çalışır, öğrenme, algı, dikkat, reklamda yaratıcı strateji geliştirilmesi- analiz unsurları, marka konumlandırma, Pazar ve rekabet, tüketici hedef kitle analizi, yaratıcı strateji planlama modelleri FCB, R&P, mesaj stratejisi (ne ve nasıl ifade), marka konumlandırmaya bağlı mesaj tipolojileri, yaratıcı yapım uygulamaları. |
| **HİT 352 Medya Planlaması (Kredi/3 -AKTS/4):**  Öğrenciye medya izleyicilerinin ve kampanya hedef kitlelerinin tanımlanması, ölçülmesi ve sunulması süreçlerinde var olan ileri ve yeni teknolojileri ve medya planlama modelleri hakkında bilgi verilecektir. |