



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
1	UATA1001	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi - I	2	2	2

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör.(Okutman) Ergün Tarıkahya	

Dersin Amacı :

Modern Türkiye'nin doğuşu ve gelişimi, -Bağımsızlık savaşı, Atatürk ilke ve inkılapları ve Atatürkçü düşünce hakkında doğru bilgiler vermek. -Türk gençliğini Atatürkçü düşünce doğrultusunda yetiştirmek ve güçlendirmek -Ülke, millet ve devletimizin bölünmez bütünlüğü bilincinin kazandırılması

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Osmanlı İmparatorluğunun yıkılışı ve Türk inkılabını hazırlayan sebepler, Mustafa Kemal Paşa'nın Samsun'a çıkışı, Kongreler yolu ile teşkilatlanma, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin açılışı, İstiklal Savaşı ve Lozan Barış Anlaşması

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	NUTUK MUSTAFA KEMAL ATATÜRK Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Ders Notları .Ergun TARIKAHYA-A.NECİP GÜNAYDIN Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Ders Notları Dökümanlardan işlenen konuların özeti. 1Vize,1Final
------------------	---

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	:	Alan Bilgisi	: 100

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Dersin amacı ve İnkılap Kavramı.	-	-
2	Osmanlı İmparatorluğu'nun Yıkılışı ve Türk İnkılabını Hazırlayan Sebeplere Toplu Bakış.	-	-
3	Osmanlı İmparatorluğu'nun Parçalanması. Mondros Ateşkes Antlaşması	-	-
4	Mustafa Kemal Paşa'nın Samsun'a Çıkışı	-	-
5	Kongreler Yolu ile Teşkilatlanma	-	-
6	Kuvay-ı Milliye ve Misak-ı Milli	-	-
7	T.B.M.M. nin Açılması	-	-
8	T.B.M.M. nin İstiklâl Savaşının Yönetimini Ele Alması	-	-
9	Doğu ve Güney cephesi	-	-
10	Sakarya Savaşı	-	-
11	Büyük Taarruz	-	-
12	Eğitim ve Kültür Alanında Milli Mücadele, Sosyal ve İktisadi Alanda Milli Mücadele	-	-
13	Mudanya'dan Lozan'a	-	-
14	Değerlendirme	-	-

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Dersin amacı ve İnkılap Kavramı
Ö02	Osmanlı İmparatorluğu'nun Yıkılışı ve Türk İnkılabını Hazırlayan Sebeplere Toplu Bakış.
Ö03	Osmanlı İmparatorluğu neden parçalandı? Anlayalım.
Ö04	İsgaller Karşısında Memleketin Durumu ve Mustafa Kemal Paşa'nın Tepkisinin öğrenilmesi
Ö05	Mustafa Kemal Paşa'nın Samsun'a Çıkışı ,Kongreler Yolu ile Teşkilatlanma amacı ve değerlendirilmesi
Ö06	T.B.M.M. nin açılması ve İstiklâl Savaşının Yönetimini Ele Alması değerlendirildi.
Ö07	Kurtuluş Savaşı'nın cepheleri ve zaferi.Değerlendirildi.
Ö08	Mudanya'dan Lozan'a ve Genel Değerlendirme

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkıları kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%10
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%90
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	10	2	20
Ödevler	12	1	12
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yükü			62
AKTS Kredisi			2

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları																		
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.																		

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
Tüm	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT1021 Genel Ekonomi					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
1	HİT1021	Genel Ekonomi	2	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör. Sultan CERAN CUNEDİOĞLU	

Dersin Amacı :

İktisadi hayatın kavranması, günlük hayatta kullanılan iktisadi kavramların anlaşılması ve iktisadi karar süreçlerindeki rasyonelliğin öğrenilmesi Milli Gelir, Para, Uluslararası İktisadi Faaliyetler, Büyüme, İktisadi Düşünce ve Sistemler hakkında genel bilgi sahibi olunması.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Bu derste giriş mahiyetinde olmak üzere, iktisadi hayat, iktisadi olay, iktisadi oyunun tarafları, bunların davranış tarzları, fayda ve kâr maksimizasyonu, Milli Gelirin teşekkülü, Para ve fonksiyonları, iktisadi büyüme ve iktisadi sistemler gibi temel konular görülecektir.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	İktisat.Zeynel Dinler,Enflasyon Teorileri.Ertan Oktay,Mikro İktisat.Tümay Ertek.,Makro Ekonomi .İlker Parasız Temel Ekonomi.Tümay Ertek. Temel Ekonomi.Tümay Ertek.
------------------	---

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 100	Alan Bilgisi	:

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Ekonomi ile ilgili temel kavramlar		
2	Her Ekonominin Ana Sorunları		
3	Ekonomik Sistemler		
4	Makro-mikro iktisat ayrımı		
5	Talep		
6	Arz		
7	Talep-Arz esneklikleri		
8	Tüketici Teorisi - Üretici Teorisi		
9	Piyasalar		
10	ara sınav		
11	Makro Ekonomik Akımın Doğuşu ve Makro Modeller		
12	Enflasyon		
13	İşsizlik		
14	Ekonomik Büyüme ve Kalkınma, para - banka		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Ekonomi kavramı ve ekonomi ile ilgili temel kavramları tanımlar.
Ö02	Ekonominin temel sorunlarını bilir.
Ö03	Talep-talep esnekliği kavramlarını öğrenir.
Ö04	Arz-arz esnekliği kavramlarını anlar.
Ö05	Talep ve arzı belirleyen unsurları açıklayabilir.
Ö06	Kardinal fayda teorisi,ordinal fayda teorisi,tüketici dengesini bilir,üretici dengesini kavrar.
Ö07	Piyasa kavramını,piyasa çeşitlerini ve herbirinin özelliklerini öğrenir.
Ö08	Makro ekonomik okulların tarihi gelişimini ve özelliklerini bilir
Ö09	Enflasyon tanımının özelliklerini,çeşitlerini öğrenir.
Ö10	Ekonomik büyüme ve kalkınma kavramlarını öğrenir.Döviz,döviz kuru,devalüasyon,revalüasyon tanımlarını bilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	0	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	1	14
Ödevler	7	1	7
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	8	8
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	10	10
Toplam İş Yükü			67
AKTS Kredisi			2

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları							
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.							

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07
Ö01		3					
Ö02	3						
Ö03			3				
Ö04		3					
Ö05					3		
Ö06	3						
Ö07				3			
Ö08			3				
Ö09					3		
Ö10						3	3



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT1015 Halkla İlişkiler ve Tanıtım					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
1	HİT1015	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	3	3	6

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör. Özal KARADENİZ	Arş.Gör. Ömer AYDINLIOĞLU

Dersin Amacı :

Bu ders öğrencilerin halkla ilişkiler süreç ve uygulamalarını anlamaları ve halkla ilişkileri tarihi, kuramları ve ilkeleri ile ilişkilendirmelerini amaçlar. sağlama yöneliktir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Konular; halkla ilişkilerin temel kavram ve tanımlamalarını, işletme ve pazarlama içindeki halkla ilişkilerin rolünü, dünyada ve Türkiye'de halkla ilişkilerin tarihsel gelişimini, kurum kimliği ve kurum kültürünü içerecek şekilde oluşturulmuştur.

Dersin Kaynakları

Kaynakları	Halkla İlişkiler Nedir?
5	
2	
2	

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 60	Alan Bilgisi	: 40

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tanımlar ve Kavramlar: Halkla İlişkiler, reklam vd.		
2	Halkla İlişkilerin Türkiye'de ve dünyada tarihsel gelişimi		
3	Halkla İlişkiler Süreci		
4	Halkla İlişkiler Süreci (devam)		
5	Halkla İlişkilerde temel modeller		
6	Halkla ilişkilerde temel modeller(devam)		
7	Vize Sınavı		
8	Halkla ilişkiler uygulamalarında hedef kitle		
9	Halkla ilişkilerde kullanılan yöntem ve araçlar		
10	Halkla ilişkiler aracının seçimi ve medya ile ilişkiler		
11	Kurumsal iletişim, kurum kimliği ve kültürü		
12	Kurumsal İmaj		
13	Halkla İlişkiler ve Sosyal Sorumluluk		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Halkla ilişkiler alanı ile ilgili temel kavramları tanımlar
Ö02	Halkla ilişkiler ile işletme ve yönetim arasındaki ilişkiyi kavrar.
Ö03	Halkla ilişkilerin temel süreç ve modellerini betimler.
Ö04	Bir etkinlik organizasyonunda halkla ilişkiler sürecine özgü bilgiyi kullanır.
Ö05	Halkla ilişkilere özgü taktik ve araçları halkla ilişkiler kampanyalarında uygular.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabile.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	3	42
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	2	2
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	2	2
Toplam İş Yükü			46
AKTS Kredisi			2

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Ö01	4	2	1	2	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
Ö02	4	2	3	1	5	2	3	2	1	1	2	1	2	3	1			2	3	4	3		1	1	1	3
Ö03	4	2	4	3	2	2	4	1	3	4	3	3	1	4	1			1	2	1	2	4	2	3	4	2
Ö04	4	2	5	1	4	2	1	5	2	3	4	5	4	5	2	4	4	5	1	2	1	3	4	2	2	1
Ö05	4	2	3	5	1	2	5	4	2	1	5	4	2	2	2	5	3	4		5		2	2	1	2	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT1023 Hukukun Temel Kavramları					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
1	HİT1023	Hukukun Temel Kavramları	2	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör. Hacı Hasan Saf	

Dersin Amacı :
Hukukun temel kavramlarının kavranması.
Öğretim Yöntem ve Teknikleri :
Hukukun temel kavramları.

Dersin Kaynakları

Kaynakları	
Hukuka Giriş	Hukuka Giriş
Hukuka Giriş	Hukuka Giriş
Hukuka Giriş	Hukuka Giriş
Hukuk kavramları neler?	Hukuk kavramları neler?
Vize/final	Vize/final

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 95	Alan Bilgisi	: 5

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Temel kavramlar		Notların okunması Hukuka Giriş

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
001	Hukukun temel kavramlarının kavranması.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

İletişime Giriş					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
1	HİT1013	İletişime Giriş	3	3	6

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör. Bilal SERT	

Dersin Amacı :

Dersin amacı, iletişimin temel kavramlarını tanıtmak, iletişim süreci, türleri, işleyişi vb. konularda öğrencileri bilgilendirmek ve sağlıklı iletişim kurma becerisine sahip bireyler yetiştirmektir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Listelenen konu başlıkları öğretim elemanı tarafından, konunun durumuna göre çoklu ortam araçları kullanılarak aktarılmaktadır. Ders işlenişinde öğrenci merkezli bir yaklaşım benimsenerek öğrencilerin derse aktif bir şekilde katılmaları sağlanmaktadır.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	ERDM, ORHAN (2009). DUYGUSAL İLETİŞİM VE BEDEN DİLİ, İSTANBUL:YAKAMOZ YAYINCILIK (3. BASIM).
-	
Ders Tekrarı	
Vize-Final	

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	:	Alan Bilgisi	:

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Kişinin kendi kendisiyle iletişimi ya da içe dönük iletişim		bir sonraki haftaya hazırlık GÜNGÖR, Nazife, İletişime Giriş, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2011 AZİZ, Aysel, İletişime Giriş, Hiperlink Yayınları, İstanbul, 2010 YÜKSEL, Aysun (Editör), İletişim Bilgisi, Anadolu Üniversitesi Yayın No: 1758, Eskişehir, 2007.
2	İçe dönük iletişim türleri ve işlevleri		bir sonraki haftaya hazırlık GÜNGÖR, Nazife, İletişime Giriş, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2011 AZİZ, Aysel, İletişime Giriş, Hiperlink Yayınları, İstanbul, 2010 YÜKSEL, Aysun (Editör), İletişim Bilgisi, Anadolu Üniversitesi Yayın No: 1758, Eskişehir, 2007.
3	İçe dönük iletişimi etkileyen faktörler, karşılaşılan sorunlar ve engeller		bir sonraki haftaya hazırlık GÜNGÖR, Nazife, İletişime Giriş, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2011.
4	Grup iletişimi		bir sonraki haftaya hazırlık ERDOĞAN, İrfan, İletişimi Anlamak, Erk Yayınları, Ankara, 2005GÜNGÖR, Nazife, İletişime Giriş, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2011.
5	Örgüt içi iletişim		bir sonraki haftaya hazırlık ERDOĞAN, İrfan, İletişimi Anlamak, Erk Yayınları, Ankara, 2005GÜNGÖR, Nazife, İletişime Giriş, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2011.
6	Kitle iletişimi		bir sonraki haftaya hazırlık GÜNGÖR, Nazife, İletişime Giriş, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2011 AZİZ, Aysel, İletişime Giriş, Hiperlink Yayınları, İstanbul, 2010 YÜKSEL, Aysun (Editör), İletişim Bilgisi, Anadolu Üniversitesi Yayın No: 1758, Eskişehir, 2007.
7	Kitle iletişiminin ilk örneği olarak gazetenin ortaya çıkışı ve bunu doğuran sebepler		bir sonraki haftaya hazırlık BAYRAM, Nazlı, (Editör), Toplum ve İletişim, Anadolu Üniversitesi Yayın No: 1776, Eskişehir, 2007 GÜNGÖR, Nazife, İletişime Giriş, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2011
8	Avrupa'da ve Osmanlı İmparatorluğu'nda çıkan ilk gazeteler, Cumhuriyet Dönemi gazeteleri		bir sonraki haftaya hazırlık BAYRAM, Nazlı, (Editör), Toplum ve İletişim, Anadolu Üniversitesi Yayın No: 1776, Eskişehir, 2007 GÜNGÖR, Nazife, İletişime Giriş, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2011
9	Kitle eğlence aracı olarak sinemanın ortaya çıkışı		bir sonraki haftaya hazırlık BAYRAM, Nazlı, (Editör), Toplum ve İletişim, Anadolu Üniversitesi Yayın No: 1776, Eskişehir, 2007 GÜNGÖR, Nazife, İletişime Giriş, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2011
10	Propagandanın güçlü silahı radyo		bir sonraki haftaya hazırlık BAYRAM, Nazlı, (Editör), Toplum ve İletişim, Anadolu Üniversitesi Yayın No: 1776, Eskişehir, 2007
11	Televizyonun icadı ve gelişmesi		bir sonraki haftaya hazırlık BAYRAM, Nazlı, (Editör), Toplum ve İletişim, Anadolu Üniversitesi Yayın No: 1776, Eskişehir, 2007
12	İnternetin ortaya çıkışı ve tarihsel gelişimi		bir sonraki haftaya hazırlık AZİZ, Aysel, İletişime Giriş, Hiperlink Yayınları, İstanbul BAYRAM, Nazlı, (Editör), Toplum ve İletişim, Anadolu Üniversitesi Yayın No: 1776, Eskişehir, 2007
13	Kitle iletişim araçları ve kamuoyu etkileşimi		bir sonraki haftaya hazırlık AZİZ, Aysel, İletişime Giriş, Hiperlink Yayınları, İstanbul BAYRAM, Nazlı, (Editör), Toplum ve İletişim, Anadolu Üniversitesi Yayın No: 1776, Eskişehir, 2007

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	İletişimin temel kavramları hakkında betimleyici düzeyde bilgi birikimine sahip olur ve söz konusu kavramları birbirleriyle ilişkilendirir.
Ö02	İletişimin gerçekleşmesi için hangi koşulların olması gerektiğini bilir.
Ö03	İletişimin temel öğeleri ve iletişim sürecinin işleyişi konusunda gerekli bilgi birikimine sahip olur. İletişimin temel öğeleri ve iletişim sürecinin işleyişi konusunda gerekli bilgi birikimine sahip olur.
Ö04	İletişim türlerinin (sözlü, yazılı, sözsüz) işlev ve işleyiş biçimlerinin yanı sıra aralarındaki benzerlik ve farklılıkları bilir ve iletişim ortamına/koşullarına göre etkin bir şekilde kullanır.
Ö05	İletişimin sorunlarını tanımlar, analiz eder ve çözüm önerileri sunar.
Ö06	İletişim biçimleri (kişiler arası iletişim, grup, örgüt, kitle iletişimi vs.) ve ikna iletişimi (propaganda, reklam vb.) konusunda ayrıntılı bilgiye sahip olur.
Ö07	İletişim türleri ve biçimleriyle ilgili öğrendiklerini ve edinmiş olduğu iletişim becerisini iş ve gündelik hayatında etkin bir şekilde uygulayabilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kurumsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%40
Toplam		%80

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	30	2	60
Ödevler	30	1	30
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	2	2
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	2	2
Toplam İş Yükü			122
AKTS Kredisi			4

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları							
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.							

	P01	P02	P03	P04	P06	P11	P15
Ö01	5						
Ö02		5					
Ö03			5				
Ö04				5			
Ö05					5		
Ö06							5
Ö07						5	



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

UYDİ1001		İngilizce - I			
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
1	UYDİ1001	İngilizce - I	2	2	4

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör.(Okutman) Yasemin Doğanay	

Dersin Amacı :

Başlangıç seviyesinde yabancı dil becerisi kazandırmak

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

İngilizce temel dilbilgisi,Okuma ,yazma ve konuşma becerileri

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	Solutions in English Grammar,Ahmet Kenterci , ders notları Okutmanlar tarafından hazırlan ders notları Solutions in English Grammar A1-A2 Ahmet Kenterci ,Era dil publishing
------------------	--

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 100	Alan Bilgisi	:

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Şahıs zamirleri,iyelik sıfatları ,to be fiili		
2	Aile bireyleri,have got/has got		
3	A / An / the tanımlayıcıları		
4	Sayılar ,günler ,aylar,mevsimler		
5	Sayılan isimlerin çoğul şekilleri		
6	Yer edatları,where sorusu		
7	Sayılamayan isimler ve kullanımları		
8	'Can' ile yetenek ,beceri,istek durumlarını ifade etmek		
9	Bazı basit bağlaçlar(but,and,or,so,because)		
10	Emir cümleleri,teklif ve öneride bulunma		
11	Soru cümlesi kurma,Evet hayır soruları oluşturma		
12	Geniş zaman		
13	Geniş zamanla kullanılan sıklık zaman zarfları		
14	Kendisinden sonra -ing alan fiiller, like,dislike,hate,love..)		
15	Genel Tekrar		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Basit cümlelerle kişileri tanıtmak
Ö02	Ailesini ve çevresini tanıtmak
Ö03	Günlük faaliyetlerini ifade etmek
Ö04	Bir kaç cümle ile basit bir paragraf yazma
Ö05	Miktar sıfatları ve yer yön zarflarını kullanabilmek
Ö06	Mevcut yeteneklerini anlatabilmek
Ö07	Öneri ve teklifler yapmak

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilmek.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT1019 Sosyolojiye Giriş					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
1	HİT1019	Sosyolojiye Giriş	2	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Yılmaz DAŞLI	

Dersin Amacı :

Öğrencilere, sosyolojinin temel kavramlarını açıklamak, ortaya çıkış koşullarının ve alanlarının neler olduğunu anlatmaktır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Sosyolojinin konusu, amacı, yöntemi, teknikleri, tarihsel gelişimi, diğer bilimlerle ilişkisi, sosyolojinin alt dalları, sosyolojinin önemli isimleri ve sosyolojiye katkıları, sosyolojik kavramlar (toplumsallaşma, statü, rol, grup, toplumsal yapı, kurum vb.) güncel sosyolojik konular (küreselleşme, popüler kültür vb.) anlatılacaktır.

Dersin Kaynakları

Kaynakları Gönül İçli-Sosyolojiye Giriş, Sezgin Kızılcık-Yerli Sosyoloji, Mehmet Zencirciran-Sosyoloji, Anthony Giddens-Sosyoloji, Mahmut Tezcan-Sosyolojiye Giriş

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 50	Alan Bilgisi	: 50

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Sosyolojinin Dünya'da ve Türkiye'de ortaya çıkış koşulları		
2	Doğu-Batı toplum farklılaşmaları		
3	Sosyoloji nedir? Amacı, konusu ve diğer bilimlerle ilişkisi		
4	Sosyolojinin ortaya çıkışını sağlayan öncül sosyologlar		
5	Sosyolojik düşüncenin gelişimini sağlayan çağdaş sosyologlar		
6	Sosyolojide Yöntem		
7	Temel sosyolojik kurumlar		
8	Toplumsallaşma süreci ve özellikleri		
9	Ara Sınav		
10	Toplumsal gruplar		
11	Toplumsal kontrol mekanizmaları		
12	Kültür nedir? Özellikleri nelerdir?		
13	Toplumsal Hareketlilik		
14	Toplumsal Yapı, Statü ve Rol		
15	Dönem sonu sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Sosyoloji ve toplum ilişkisinin içeriğini kavrar.
Ö02	Temel sosyolojik kavramları anlayıp kullanır.
Ö03	Temel sosyolojik yaklaşımları topluma uygular.
Ö04	Toplumsal yapıyı ve toplumsal yapıdaki değişimleri kavrar.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına katkını olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açısından sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propaganda için kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	3	42
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	20	20
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	20	20
Toplam İş Yüğü			110
AKTS Kredisi			4

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Ö01	4	5	5	3	3	5	3	4	5	5	1	5	2	1	1	1	2	4	3	4	1	2	5	3	3	3
Ö02	4	5	5	3	3	5	3	4	5	5	2	5	2	1	1	1	2	4	3	4	1	2	5	4	3	3
Ö03	4	5	5	3	3	5	3	4	5	5	2	5	2	1	1	1	2	4	3	4	1	2	5	4	3	3
Ö04	4	5	5	3	3	5	3	4	3	2	2	5	2	1	2	1	3	3	4	3	1	2	5	2	3	3



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT1025 Temel Radyo - TV Bilgisi					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
1	HİT1025	Temel Radyo - TV Bilgisi	2	2	4

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör.Dr. Gökhan GÜLTEKİN	

Dersin Amacı :

Radyo ve televizyonun tarihsel gelişimini, sesin bir yerden bir yere manyetik dalgalarla iletilmesi, görüntünün oluşması ve yakalanması, görüntünün bir yerden bir yere iletilmesi, kameralar ve çalışma prensipleri, radyo istasyonlarının donanımları, yazımlama ve görüntü elemanlarını öğretmek, ileriki yıllarda sinema ve televizyon derslerine temel oluşturmak.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Radyo ve televizyonun doğuşu, gelişimi. Radyo ve televizyonun uygulama alanında geçerli temel kavramlar. Radyo ve televizyon yayıncılığının temel ilkeleri. Yayıncılık uygulamalarına ilişkin temel bilgiler.

Dersin Kaynakları

Kaynakları

Radyo ve Televizyon Temelleri
Radyo ve Televizyona Giriş. Ankara Üniversitesi Yayınları
Televizyon ve Radyo Yayıncılığı. Turhan Kitabevi
Ders içeriğine uygun dökümanlar ve görsel materyaller.
Radyo ve Televizyona Giriş II
Sunum
Vize - Final

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 100	Alan Bilgisi	:

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Radyo ve Televizyonun Tanımı		Konuyla ilgili genel metinlerin okunması. Radyo ve Televizyona Giriş
2	Radyo ve Televizyonun Tarihsel Gelişimi		
3	Radyo ve Televizyonun İşlevleri		
4	Yayın ve Yönetim Sistemleri		
5	Yayınların Uluslararası Örgütlenmesi		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
001	Radyo ve televizyon alanında temel bilgilerin öğrenilmesi.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabileme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	2	14	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	14	14	196
Sunum/Seminer Hazırlama	5	14	70
Ara Sınavlar	1	2	2
Uygulama	1	2	2
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	2	2
Toplam İş Yükü			300
AKTS Kredisi			10

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları					
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.					

	P01	P02	P03	P04	P05
Tüm	5	5	5	5	5
Ö01	5	5	5	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

UTÜR1001 Türk Dili - I					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
1	UTÜR1001	Türk Dili - I	2	2	2

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör.(Okutman) Tolga ORHANLI	

Dersin Amacı :

Doğru, iyi ve güzel cümle kurabilmek için cümlelerin unsurlarını ve bunların önemini tespit edebilmek; edebiyat ve düşünce dünyasıyla ilgili eserlerin okuyup inceleyebilme ve retorik uygulamalar yapabilmek; yazılı kompozisyon türlerini tanımak ve bunlarla ilgili uygulamalar yapmak; dil yanlışlarının farkında olmak ve bunları düzeltebilmek, ilmi yazıların hazırlanmasında uyulacak kuralları bilmek ve bunları uygulayabilmek. Türk ve dünya edebiyatlarından ve düşünce tarihinden seçilmiş metinlere dayanarak öğrencinin doğru ve güzel konuşma, yazma yeteneğinin geliştirebilmek.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

1. İletişim 2. Dil ve Dilin Özellikleri 3. Dil Türleri, Dillerin Doğuşu 4. Dil-Kültür, Dil-Düşünce İlişkisi 5. Dünya Dilleri ve Türkçenin Dünya Dilleri Arasındaki Yeri ve Önemi 6. Türk Dilinin Gelişimi ve Tarihi Dönemleri 7. Türk Dilinin Önemli Eserleri 8. Türkçenin Bugünkü Durumu ve Yayılma Alanları 9. Ara Sınav 10. Türkiye Türkçesinin Tarihi Gelişimi 11. Türkiye Türkçesinin Genel Özellikleri 12. Türkiye Türkçesinin Ses ve Şekil Özellikleri 13. Türkçenin Güncel Sorunları 14. Türkçenin Güncel Sorunlarına Çözüm Önerileri

Dersin Kaynakları

Kaynakları

Dil Bilimi Açısından Türkçe Yazılı Anlatım ve Anlatım Teknikleri Öğretimi, Mehmet Kaplan, Kültür ve Dil, Dergah Yay. İstanbul, 2005. □ Mustafa Cemiloğlu, Prof. Dr. Zeynep Korkmaz, Prof. Dr. Mehmet Akalın, Prof. Dr. Ahmet Erclüsun, Prof. Dr. Hamza Zülfiyar, Prof. Dr. İsmail Parlatur, Üniversiteler İçin Türk Dili ve Kompozisyon Bilgileri, Yargı Yayınevi, Ankara 2003 □

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	:	Alan Bilgisi	: 100

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	İletişim		
2	Dil ve Dilin Özellikleri		
3	Dil Türleri, Dillerin Doğuşu		
4	Dil-Kültür, Dil-Düşünce İlişkisi		
5	Dünya Dilleri ve Türkçenin Dünya Dilleri Arasındaki Yeri ve Önemi		
6	Türk Dilinin Gelişimi ve Tarihi Dönemleri		
7	Türk Dilinin Önemli Eserleri		
8	Türkçenin Bugünkü Durumu ve Yayılma Alanları		
9	Ara Sınav		
10	Türkiye Türkçesinin Tarihi Gelişimi		
11	Türkiye Türkçesinin Genel Özellikleri		
12	Türkiye Türkçesinin Ses ve Şekil Özellikleri		
13	Türkçenin Güncel Sorunları		
14	Dönem Sonu Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Dil ve dilin önemini kavrama, kültür ve medeniyet kavramlarını öğrenme
Ö02	Türk dilinin tarihî gelişimini öğrenme ve Türkçenin temel eserlerini tanıma
Ö03	Türkçenin dünya dilleri arasındaki yeri ve önemini bilme, Türkiye Türkçesinin genel özelliklerini kavrama
Ö04	Bu amaçlar çerçevesinde bilimsel, sorgulayıcı, eleştirel, yaratıcı ve yapıcı düşünme alışkanlığını kazanma

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%10
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%90
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	14	100	1400
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	20	20
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	20	20
Toplam İş Yüğü			1440
AKTS Kredisi			48

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13
Tüm	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4
Ö01	3	5	4	5	5	5	4	3	5	4	3	4	5
Ö02	5	4	3	5	4	3	5	5	5	4	4	3	4
Ö03	4	3	5	3	5	4	3	4	4	3	3	4	3
Ö04	5	4	3	4	3	4	4	3	5	5	4	3	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
2	UATA1002	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi - II	2	2	2

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör.(Okutman) Ergün TARIKAHYA	

Dersin Amacı :

- Modern Türkiye'nin doğuşu ve gelişimi, -Bağımsızlık savaşı, Atatürk ilke ve inkılapları ve Atatürkçü düşünce hakkında doğru bilgiler vermek. -Türk gençliğini Atatürkçü düşünce doğrultusunda yetiştirmek ve güçlendirmek -Ülke, millet ve devletimizin bölünmez bütünlüğü bilincinin kazandırılması

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Türk İnkılabı(sosyal, siyasal,hukuk,eğitim,kültür,ekonomi), Siyasi iç ve dış olaylar, Atatürk İlkeleri

Dersin Kaynakları

Kaynakları

Nutuk, Mustafa Kemal Atatürk
Ergun Tarıkahya-A.Necip Günaydın, Atatürk ilkeleri ve İnkılap Tarihi, Mustafa Kemal Atatürk, Nutuk, Atatürk'ün Söylev ve Demeçleri

Ergun Tarıkahya-A.Necip Günaydın, Atatürk ilkeleri ve İnkılap Tarihi, Mustafa Kemal Atatürk, Nutuk, Atatürk'ün Söylev ve Demeçleri

ARA SINAV%10+FİNAL %90

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	: 0	Eğitim Bilimleri	: 0
Mühendislik Bilimleri	: 0	Fen Bilimleri	: 0
Mühendislik Tasarımı	: 0	Sağlık Bilimleri	: 0
Sosyal Bilimler	: 100	Alan Bilgisi	: 0

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Türk İnkılabının Stratejisi		
2	Siyasal alanda iki büyük İnkılap, Cumhuriyetin İlanı, Halifeliğin kaldırılması		
3	Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası ve Takrir-i Sükun Dönemi		
4	Türk Hukuk İnkılabı		
5	Eğitim ve Kültür İnkılabı		
6	Harf İnkılabı		
7	Türk Dil ve Tarih İnkılabı		
8	İktisadi İnkılab		
9	Ara Sınav		
10	Çok Partili Hayata Geçme Denemesi		
11	Bazı İç Siyasi Olaylar		
12	Sosyal Yapıda İnkılap		
13	Atatürk Dönemi Dış Politika		
14	Atatürk İlkeleri		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Türk İnkılabının Stratejisi
Ö02	Siyasal alanda iki büyük İnkılap, Cumhuriyetin İlanı, Halifeliğin kaldırılması
Ö03	Türk Hukuk İnkılabı
Ö04	Eğitim ve Kültür İnkılabı
Ö05	İktisadi İnkılab
Ö06	Sosyal Yapıda İnkılap
Ö07	Atatürk Dönemi Dış Politika
Ö08	Atatürk İlkeleri

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündeme ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	0	%10
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	%90
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	10	2	20
Ödevler	12	1	12
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	0	0
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	0	0
Toplam İş Yükü			60
AKTS Kredisi			2

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11
Tüm	3	3	3	2	3	3	2	4	3	2	3



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT1024 Davranış Bilimleri					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
2	HİT1024	Davranış Bilimleri	2	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Şebnem Özdemir	

Dersin Amacı :

Davranış alanındaki kuramların, pratik uygulamaları ile beraber incelenmesi

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

İhtiyaç teorileri, sosyal kurumların insan davranışındaki önemi, kültür, kişilik, sosyal tabakalaşma, eğitim, kitle iletişimi, kişiler arası iletişim, motivasyon, stres, çatışma

Dersin Kaynakları

Kaynakları	Davranış Bilimleri
1	
2	

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 70	Alan Bilgisi	: 30

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Davranış Bilimlerine Giriş		
2	İhtiyaçlar		
3	Sosyal Kurumlar ve İnsan Davranışı		
4	Kültür		
5	Kişilik		
6	Tekrar		
7	Vize sınavı		
8	Sosyal Tabakalaşma		
9	Kişiler Arası İletişim		
10	Kitle İletişimi		
11	Motivasyon		
12	Stres Yönetimi		
13	Tekrar		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Davranış bilimlerinin temel kavramlarını tanımlar

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%40
Toplam		%80

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	2	2
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	2	2
Toplam İş Yüğü			32
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları	
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.	

	P02
Tüm	5
Ö01	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

İletişim Tarihi					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
2	HİT1014	İletişim Tarihi	3	3	6

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Doç.Dr. Ahmet Güneş	

Dersin Amacı :

Dersin amacı, insanoğlunun iletişim ve haberleşme alanında kat ettiği aşamaları devletlerin siyasi, ekonomik ve kültürel yapısı içerisinde değerlendirilerek öğrencilere geliştirilen teknolojilerin ve yeni haberleşme biçimlerinin toplumun temel dinamiklerini nasıl etkilediği konusunda farklı bir bakış açısı kazırma hedeflenmektedir. Ders kapsamında iletişim yöntemlerindeki gelişmeler ve teknolojik ilerleme yanında bu gelişmelerin toplumların siyasi, ekonomik ve kültürel yapılarına olan etkileri tarihten örneklerle öğrencilere kavratılması amaçlanmaktadır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

İletişim araçlarının gelişim süreci

Dersin Kaynakları

Kaynakları Crowley, David ve Heyer, Paul (2011). İletişim Tarihi - Teknoloji, Kültür, Toplum, Siyasal Kitabevi, Ankar

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 100	Alan Bilgisi	: 100

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tanışma ve İletişim Tarihi alanı üzerine konuşma		
2	İlk uygarlıkların iletişim araçları		
3	İlk uygarlıkların iletişim araçları		
4	Sözlü kültür/yazılı kültür ayrımı; Kağıt, kitap, matbaa		
5	Roma İmparatorluğu Sonrası Avrupa'da Haberleşme		
6	15. yüzyıla kadar Avrupada Genel Durum		
7	Aydınlanma ve Endüstri Devrimi: Modern toplumun yükselişi. Evrenselleşme ağları: demiryolu, telgraf ve diğerleri		
8	Midterm Exam		
9	Osmanlı Haberleşme Sistemi		
10	Haberleşme Alanında Yaşanan Çağdaş Gelişmelerin Osmanlı İmparatorluğuna Etkileri		
11	Radyo ve Televizyonun İcadı ve Toplumsal Etkileri		
12	Cumhuriyet Dönemi Haberleşme Sistemleri		
13	Cumhuriyet Dönemi Haberleşme Sistemleri		
14	Final Exam		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	İnsanoğlunun iletişim araç ve yöntemlerinde kat ettiği aşamalar hakkında bilgi sahibi olur.
Ö02	Dünyadaki iletişim araç ve yöntemlerindeki gelişmeler hakkında bilgi sahibi olur.
Ö03	Osmanlı'da haberleşme alanında yaşanan gelişmeler hakkında bilgi sahibi olur.
Ö04	Türkiye'deki haberleşme alanında yaşanan gelişmeler hakkında bilgi sahibi olur.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	3	45	135
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	60	60
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60	60
Toplam İş Yükü			255
AKTS Kredisi			8

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları				
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.				

	P13	P14	P19	P26
Tüm	3	3	5	5
Ö01	3	3	5	5
Ö02	3	3	5	5
Ö03	3	3	5	5
Ö04	3	3	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

UYDİ1002		İngilizce - II					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS		
2	UYDİ1002	İngilizce - II	2	2	4		

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör.(Okutman) Yasemin Doğanay	

Dersin Amacı :

Başlangıç seviyesinde yabancı dil becerisi kazandırmak

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

İngilizcen temel dilbilgisi,Okuma ,yazma ve konuşma becerileri

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	Solutions in English Grammar A1-A2 Ahmet Kenterci ,Era dil publishing Okutmanlar tarafından hazırlan ders notları Solutions in English Grammar A1-A2 Ahmet Kenterci ,Era dil publishing
------------------	---

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 100	Alan Bilgisi	:

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Şimdiki Zaman		
2	Şimdiki Zaman & Geniş Zaman		
3	Gelecek Zaman-WillGelecek Zaman-Going to		
4	Sıfatların Karşılaştırma ve Üstünlük Dereceleri		
5	Diğer Karşılaştırma Şekilleri: as.....as / the same as / different fromHal Zarfları		
6	Kipler: have to-don't have to-needn't-must-mustn't		
7	Kipler: should-ought to-had better		
8	Olasılık,Rica ve İzin : may-might-can-couldAra Sınav		
9	Olmak Fiili Geçmiş şekildeThere was - There were		
10	Di'li geçmiş zamanDüzenli/Düzensiz Fiiller		
11	could-couldn't-used to-didn't use to		
12	Şimdiki Zamanın Hikayesi ve Di'li Geçmiş Zaman		
13	Yakın Geçmiş Zaman: ever-never-just-already-yet-latelyYakın Geçmiş Zaman: for-since-have been-have gone		
14	Yakın Geçmiş Zaman & Di'li Geçmiş Zaman		
15	Genel Tekrar		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Geniş zaman ile şimdiki zamanı ayırt edebilmek
Ö02	Sıfatları derecelendirerek kıyaslama yapabilmek
Ö03	Yeteneklerini anlatabilmek
Ö04	Hedef dilde yer tarif edebilmek
Ö05	Geçmiş zamanı ve Gelecek zamanı hedef dilde kullanabilmek
Ö06	Soru kelimelerini kullanabilmek
Ö07	Yakın geçmiş zaman ile geçmiş zamanı ayırt edebilmek

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünmebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündeme ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT1030 Reklamcılık					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
2	HİT1030	Reklamcılık	3	3	6

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör. Özal Karadeniz	

Dersin Amacı :

Temel reklamcılık bilgileriyle donanmış öğrencilerin farklı ürün ve markalar için farklı uygulamalar yaparak mesleki deneyim elde etmelerini amaçlar. Derste öğrencilerin hem grup hem bireysel çalışma yaparak donanımlarını artırmaları, becerilerini geliştirmeleri amaçlanır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Ders, reklam teknikleri ve stratejisini temel anlam da tanıtmayı amaçlar. Reklamcılıktaki uzmanlaşma alanlarını ve uygulamalarını da incelemeyi hedefler.

Dersin Kaynakları

Kaynakları

Atilla Aksoy; Yeni Reklamcılık, Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Reklamcılık Kavramlar, Kararlar, Kurumlar Müge Elden , Fusun Kocabaş İletişim Yayıncılık

Ara sınav, Yarıyıl Sınavı

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 100	Alan Bilgisi	:

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Kampanya özeti.		
2	Ajans kimliği, ajans kültürü, ajans tanıtım metinleri (Miyon, vizyon, etkinlik alanları, referanslar, çalışan profilleri)		
3	Ajans tanıtım materyali (Görsel çözümler)		
4	Ajans sunum materyali (PowerPoint sunumu)		
5	Konkur araştırma sonuçlarının (ürün, tüketici, Pazar) yorumlanması		
6	Konumlandırma		
7	Stratejik çalışmalar (hedef kitle, mecra, bütçe)		
8	Ara Sınav		
9	Yaratıcı çalışmalar		
10	Yapım süreci		
11	Kampanya ürünleri ön sınavı		
12	Sunum Hazırlığı		
13	Etkili sunum teknikleri		
14	Final		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Reklam kampanyasının etkisini ölçerek iletişim çalışmasını geliştirir, revizyonlarını hayata geçirir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	14	2	28
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	20	20
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	20	20
Toplam İş Yüğü			96
AKTS Kredisi			3

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları					
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.					

	P03	P04	P16	P18	P19
Tüm	5	5	5	5	5
Ö01	5	5	5	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT1020 Siyaset Bilimine Giriş					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
2	HİT1020	Siyaset Bilimine Giriş	2	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör.Dr. Meltem Yılmaz Bilecen	

Dersin Amacı :
Bu ders, bir disiplin olarak Siyaset Bilimi'nin sınırlarını tanıtmayı, diğer sosyal bilim disiplinleriyle ilişkisini anlatmayı hedeflemektedir. Derste, politika, güç, iktidar ve otorite kavramlarının tanıtılması ve bu kavramların iletişim disipliniyle ilişkilerinin açıklanması amaçlanmaktadır. İletişim bilimleri öğrencilerine siyaset bilimi formasyonu kazandırmak üzere tasarlanan bu ders, öğrencilere modern devleti tarihsel ve sosyolojik bir bakış açısıyla değerlendirebilecekleri ve toplum-siyaset ilişkilerini yorumlayarak analiz edebilecekleri temel kavramsal birikimi kazandırmayı hedeflemektedir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :
Siyasetin farklı anlamları ve unsurları, akademik örgütlenme içindeki yeri, feodalizm, mutlak rejimler, modern devletin özellikleri, ulus devlet ve milliyetçilik anlayışları.

Dersin Kaynakları
Kaynakları Münci Kapani Politika Bilimi

Ders Yapısı	
Matematik ve Temel Bilimler : Mühendislik Bilimleri : Mühendislik Tasarımı : Sosyal Bilimler : 100	Eğitim Bilimleri : Fen Bilimleri : Sağlık Bilimleri : Alan Bilgisi : 80

Ders Konuları			
Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Siyaset ve Politika kavramlarının etimolojik farklılıkları		
2	Siyasetin farklı anlamları ve unsurları		
3	Devlet kavramı		
4	İktidar ve toplum		
5	İktidar ile ideoloji arasındaki ilişki		
6	Otorite nedir?		
7	Vize Sınavı		
8	Demokrasi ve Parlamenter Rejim		
9	Political Parties		
10	Siyasal Sistem		
11	Siyasal Parti Tipolojileri		
12	Toplumsal Sınıf		
13	Sosyal Statü		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
Ö01	Siyasetin farklı anlamlarını ayırt eder.
Ö02	Siyaset Biliminin temel kavramlarını tanıtır.
Ö03	Devlet kavramını farklı yaklaşımlar açısından tanımlar
Ö04	Monarşi, mutlakiyet, diktatörlük ve faşizm kavramlarını karşılaştırır.
Ö05	Modern devletin gelişimi içinde sınıfsal hareketlerin rolünü ayırt eder.

Programın Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	0	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	2	100	200
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	50	50
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50	50
Toplam İş Yüğü			300
AKTS Kredisi			10

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları						
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.						

	P01	P02	P03	P04	P17	P24
Tüm	2	5	5	2	3	3
Ö01	2	5	5	2	3	3
Ö02	2	5	5	2	3	3
Ö03	2	5	5	2	3	3
Ö04	2	5	5	2	3	3
Ö05	2	5	5	2	3	3



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT1028	Sunum Teknikleri			T+U	Kredi	AKTS
Yarıyıl	Kodu	Adı				
2	HİT1028	Sunum Teknikleri		2	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM		Doç.Dr. Zekiye Tamer Gencer		

Dersin Amacı :

Dersin amacı öğrencilerin profesyonel hayatta kendilerini iyi bir şekilde ifade edebilmelerini ve başarılı sunumlar yapmasını sağlamak.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Öğrencilere öncelikle başarılı sunumun hangi unsurlardan oluştuğunu ve nasıl yapılması gerektiği öğretilen daha sonra onlardan hakim olduğu konularda sınıf içinde sunum yapılması istenecektir.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar

Gallo, C. (2017). TED Gibi Konuş, Aganta Kitap:İstanbul

Gallo, C. (2017). TED Gibi Konuş, Aganta Kitap:İstanbul

Gallo, C. (2017). TED Gibi Konuş, Aganta Kitap:İstanbul

YOK

Ara Sınav ve Yarıyıl Sonu Sınavı

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 60	Alan Bilgisi	: 40

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Giriş		
2	Neden Sunum Yaparız		
3	TED Nedir		
4	Sunumda Kullanılacak Materyaller		
5	Sunum Programları		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Sunumun temellerini öğrenmek
Ö02	TED sunumlarının amacı ve öğelerini öğrenmek
Ö03	Sunum programlarına temel düzeyde hakim olmak

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yükü			30
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
Ö01	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4
Ö02	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Ö03	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

GZT1016 Temel Gazetecilik					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
2	GZT1016	Temel Gazetecilik	2	2	4

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör. BİLAL SERT	

Dersin Amacı :

Gelişen dünyanın özellikle düşüncede ve teknolojiye durmadan çağ atlaması, ulusların birbirleriyle ilişkilerinin sınırlarını kaldırarak düzeye gelmiştir. Burada en önemli görev medyaya düşmektedir. Bu ders, öğrencilerin medya ve gazeteciliği bir bütün olarak anlamaları için çerçeveler sunmaktadır. Bu derste öğrencilerin yazılı, görsel, yeni medya ve tüm diğer kitle iletişim araçlarında temel gazetecilik kavramını anlamaları, haber yazım tekniklerini kavramaları, iş etik ve ahlaka kurallarını bilmeleri, ulusal ve uluslararası insan merkezli haber olgusunu vurgulamayı amaçlamaktadır. Ayrıca gelişen global dünya düzeninde medya endüstrisi kavramı da aktarılacaktır. Yeni medya da haber içeriği oluşturulmasından da örnekler verilecektir. Böylelikle öğrenciler, geleneksel ve yeni medya kuruluşlarında görev başladığında, medya haberciliği, doğru haber yazım teknikleri ve içerik oluşturma konularında yeterli bilgi birikimine sahip olabileceklerdir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

1.hafta Gazete, Gazeteci ve Gazetecilik Tanımları.. 2.hafta Temel Gazetecilik ve haber kavramlarının tarihsel süreçleri 3.hafta Haberde bulunması gereken özellikler, haber yazma, 5N 1K Kuralı (Ne, Nerede, Neden, Ne zaman, Nasıl ve Kim?) 4.hafta Kitle İletişim Araçları ve gazetecilik 5. hafta Yazılı basında (Gazete, dergi, vb.) gazetecilik 6.hafta Görsel Basında (TV) gazetecilik 7.hafta Ara Sınav 8.hafta İhtisal Basında (radyo) gazetecilik 9.hafta Yeni medyada gazetecilik 10.hafta Haber yazma teknikleri, haber yazımında ters piramit, dörtgen ve normal piramit, kronolojik dizi, zincirleme düzen, blog paragraflar metotlar, insan merkezli habercilik 11.hafta Haber toplama (göreve giderken hazırlık, not tutma ve kayıt, araştırma, önem sırasına göre kurgulama) 12.hafta Haberde fotoğraf unsuru 13.hafta Medya endüstrisi ve gazetecilik 14.hafta Mesleki kurallar (basın etiği, dezenformasyon, sızılara saygı, özel hayatın gizliliği, kişisel çıkarların reddi. İftira ve hakaretten kaçınma, dış etkilerden uzak durma vb.) 15.hafta Medyada dil ve ayrımcılık, haber söylemi 16.hafta Siyaset ve siyasetçilerle, hükümetle ilişkiler 17.hafta Önemli konulara bağlı olarak genel tekrar

Dersin Kaynakları

Kaynakları

-Tokgöz, Oya. Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Yayınevi. 2017. -Crowley, Heyer, David, Paul. İletişim Tarihi/Teknoloji-kültür-toplum. Ankara: Siyasal, 2001. - Uzun,Ruhdan. İletişim Etiği, sorunlar ve sorumluluklar.Ankara:Dipnot,2011 - Parsa, Seyide. TV Haberciliği ve Kuramları. İzmir,1993 -Oskey,Ünsal.İletişimin ABC'si. İstanbul, Der Publication,1997 -Oskey,Ünsal. Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri-Kuramsal Bir Yaklaşım.İst:Der,1993 -Mutlu, Erol. İletişim sözlüğü. Ankara:Sofos,2012

-Tokgöz, Oya. Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Yayınevi. 2017. -Crowley, Heyer, David, Paul. İletişim Tarihi/Teknoloji-kültür-toplum. Ankara: Siyasal, 2001. - Uzun,Ruhdan. İletişim Etiği, sorunlar ve sorumluluklar.Ankara:Dipnot,2011 - Parsa, Seyide. TV Haberciliği ve Kuramları. İzmir,1993 -Oskey,Ünsal.İletişimin ABC'si. İstanbul, Der Publication,1997 -Oskey,Ünsal. Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri-Kuramsal Bir Yaklaşım.İst:Der,1993 -Mutlu, Erol. İletişim sözlüğü. Ankara:Sofos,2012

1 ARA SINAV 1 FİNAL

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 90	Alan Bilgisi	: 50

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Dersin kapsamıyla ilgili bilgilendirme		
2	Temel Gazetecilik ve haber kavramlarının tarihsel süreçleri		
3	Haberde bulunması gereken özellikler, haber yazma, 5N 1K Kuralı (Ne, Nerede, Neden, Ne zaman, Nasıl ve Kim?)		
4	Kitle İletişim Araçları ve gazetecilik		
5	Yazılı basında (Gazete, dergi, vb.) gazetecilik		
6	Görsel Basında (TV) gazetecilik		
7	Ara Sınav		
8	İhtisal Basında (radyo) gazetecilik		
9	Yeni medyada gazetecilik		
10	Haber yazma teknikleri, haber yazımında ters piramit, dörtgen ve normal piramit, kronolojik dizi, zincirleme düzen, blog paragraflar metotlar, insan merkezli habercilik		
11	Haber toplama (göreve giderken hazırlık, not tutma ve kayıt, araştırma, önem sırasına göre kurgulama)		
12	Haberde fotoğraf unsuru		
13	Medya endüstrisi ve gazetecilik		
14	Mesleki kurallar (basın etiği, dezenformasyon, sızılara saygı, özel hayatın gizliliği, kişisel çıkarların reddi. İftira ve hakaretten kaçınma, dış etkilerden uzak durma vb.)		
15	Medyada dil ve ayrımcılık, haber söylemi		
16	Siyaset ve siyasetçilerle, hükümetle ilişkiler		
17	Önemli konulara bağlı olarak genel tekrar		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Öğrenciler gazetecilikle ilgili temel kavramlar hakkında bilgi sahibi olur.
Ö02	Gazeteciliğin tarihsel gelişim ve dönüşüm süreci hakkında bilgi sahibi olur ve bu süreç içinde gazeteciliğin toplumsal işlevi konularına hakim olur.
Ö03	Gazetecilikte temel ilkelerin oluşumu ve önemi hakkında bilgi sahibi olur ve gazetecilikle toplumsal sorumluluk arasında bağ kurabilir.
Ö04	Gazeteciliğin temel kurumları ve alt alanları hakkında bilgi sahibi olur. Alanın ulusal ve uluslararası kariyer olanakları hakkında fikir edinir.
Ö05	Temel gazetecilik pratikleri, haber üretim, dağıtım ve tüketim sürecini öğrenir.Günümüzün gereklerine göre alanın gerektirdiği bilgi, beceri ve yetkinlikler hakkında bilgi sahibi olur.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündeme ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açınsından sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.

P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	1	1	1
Ödevler	2	1	2
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	1	1	1
Laboratuvar	0	0	0
Proje	1	1	1
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yüğü			35
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları	
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.	

	P01
Tüm	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

UTÜR1002		Türk Dili - II			
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
2	UTÜR1002	Türk Dili - II	2	2	2

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör. Mahmut GÜNAY	

Dersin Amacı :

Üniversite öğrencilerine Türk dilini sevdirmek, Türk dilinin kurallarını sezdirmek; onları, gerek sosyal hayatlarında, gerekse mesleki hayatlarında Türkçeyi bilinçli, özenle ve güvenle kullanmaya yönlendirmek, dinlediğini ve okuduğunu daha iyi anlayabilmesi için edebi eserler yoluyla tahsil yeteneğini kazandırılmaktadır. Orta öğrenimini tamamlamış öğrencilerimize, ana dilimizin yapı özelliklerini gereğince kavrayabilmek, dil-düşünce bağlantısı açısından yazılı ve sözlü anlatım aracı olarak, Türkçeyi doğru güzel kullanabilme yeteneği kazandırabilmek; öğretimde birleştirici ve bütünleştirici olan dilimizi egemen kılmak ve ana dili bilincine sahip gençler yetiştirmek.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

1. Anlam ve görev yönünden kelimeler 2. Paragraf çeşitleri 3. Sözlü ve yazılı anlatım 4. Yazılı kompozisyon türleri 5. Cümlenin unsurları, cümle tahli ve uygulaması 6. Kompozisyon açısından cümle 7. Bilimsel yazıların hazırlanması 8. Türk ve dünya edebiyatlarından ve düşünce tarihinden seçilmiş örnek metinlere dayanılarak öğrencilerin doğru ve güzel konuşma ve yazma yeteneğinin geliştirilmesi, bununla ilgili retorik uygulama 9. II. yarıyıl ara sınavı

Dersin Kaynakları

Kaynakları Çağdaş Türk Dili, Süer Eker, Yazılı ve Sözlü Anlatım, Şerif Aktaş ve Osman Gündüz

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	:	Alan Bilgisi	: 100

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Yazım Kuralları		
2	Noktalama İşaretleri		
3	Yazılı Anlatım Giriş		
4	Yazışmalar (Dilekçe)		
5	Yazışmalar (Öz Geçmiş)		
6	Yazışmalar (Rapor, Tutanak, Seminer, e-posta...)		
7	Anlatım Bozuklukları		
8	Yazılı Anlatım (Kompozisyon)		
9	Ara Sınav		
10	Anlatım Türleri ve Özellikleri		
11	Düşünce Yazıları		
12	Metinler Yardımıyla Uygulama		
13	Sözlü Anlatım Türleri		
14	Bilimsel Araştırma Teknikleri (Hazırlama ve Uygulama)		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Yazım (imlâ) kurallarına uyma
Ö02	Noktalama işaretlerini yerinde ve doğru bir şekilde kullanma; yazılı ve sözlü olarak duygu ve düşüncelerini güzel ve etkin bir biçimde anlatabilme
Ö03	Mesleki yazışmaları kurallarına uygun bir biçimde gerçekleştirilme
Ö04	Bilimsel, sorgulayıcı, yorumlayıcı, yaratıcı ve yapıcı düşünme alışkanlığı kazanma

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propaganda ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%10
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%90
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	14	100	1400
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	20	20
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	20	20
Toplam İş Yüğü			1440
AKTS Kredisi			48

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları											
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.											

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11
Tüm	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT2019 Bütünleşik Pazarlama İletişimi					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
3	HİT2019	Bütünleşik Pazarlama İletişimi	3	3	6

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Zekiye Tamer Gencer	

Dersin Amacı :

Bu derste bütünleşik olarak bir kampanya stratejisinin oluşturulması ve uygulanması öğrenilmiştir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Tüm pazarlama iletişim öğelerinin bütünleştirilerek bunun neden bir şirketin başarısı için kilit bir nokta olduğunun irdelenmesi.Reklam,halkla ilişkiler,tanıtım,promosyon,sponsorluk,doğrudan pazarlama,e-iletişim ve satış stratejilerinin birleştirilerek,bunların bir şirketin marka değerine olan katkısının araştırılması ve örnek çalışmaların yapılması.

Dersin Kaynakları

Kaynakları

ODABASI Y, OYMAN M. PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, MEDIACAT, 2003. SEVER S, YILMAZ A, BAYCU S, ODABASI Y. BUTUNLESİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ,ANADOLU UNİVERSİTESİ YAYINLARI, 2013.
Tüm pazarlama iletişim öğelerinin bütünleştirilerek bunun neden bir şirketin başarısı için kilit bir nokta olduğunun irdelenmesi.Reklam,halkla ilişkiler,tanıtım,promosyon,sponsorluk,doğrudan pazarlama,e-iletişim ve satış stratejilerinin birleştirilerek,bunların bir şirketin marka değerine olan katkısının araştırılması ve örnek çalışmaların yapılması.
Yavuz ODBAŞI Bütünleşik Pazarlama İletişimi
YOK
2

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 40	Alan Bilgisi	: 60

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	TANIŞMA, PAZARLAMA İLETİŞİMİNE GİRİŞ		ODABASI Y, OYMAN M. PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, MEDIACAT, 2003. SEVER S, YILMAZ A, BAYCU S, ODABASI Y. BUTUNLESİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ,ANADOLU UNİVERSİTESİ YAYINLARI, 2013.
2	PAZARLAMA VE PAZARLAMA İLETİŞİMİ KAVRAMLARI		ODABASI Y, OYMAN M. PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, MEDIACAT, 2003. SEVER S, YILMAZ A, BAYCU S, ODABASI Y. BUTUNLESİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ,ANADOLU UNİVERSİTESİ YAYINLARI, 2013.
3	BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ		ODABASI Y, OYMAN M. PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, MEDIACAT, 2003. SEVER S, YILMAZ A, BAYCU S, ODABASI Y. BUTUNLESİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ,ANADOLU UNİVERSİTESİ YAYINLARI, 2013.
4	REKLAM		ODABASI Y, OYMAN M. PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, MEDIACAT, 2003. SEVER S, YILMAZ A, BAYCU S, ODABASI Y. BUTUNLESİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ,ANADOLU UNİVERSİTESİ YAYINLARI, 2013.
5	HLKLA İLİŞKİLER		ODABASI Y, OYMAN M. PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, MEDIACAT, 2003. SEVER S, YILMAZ A, BAYCU S, ODABASI Y. BUTUNLESİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ,ANADOLU UNİVERSİTESİ YAYINLARI, 2013.
6	SATIŞ TUTUNDURMA VE KİŞİSEL SATIŞ		ODABASI Y, OYMAN M. PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, MEDIACAT, 2003. SEVER S, YILMAZ A, BAYCU S, ODABASI Y. BUTUNLESİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ,ANADOLU UNİVERSİTESİ YAYINLARI, 2013.
7	ÜRÜN, FİYAT VE DAĞITIM		ODABASI Y, OYMAN M. PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, MEDIACAT, 2003. SEVER S, YILMAZ A, BAYCU S, ODABASI Y. BUTUNLESİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ,ANADOLU UNİVERSİTESİ YAYINLARI, 2013.
8	AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM		ODABASI Y, OYMAN M. PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, MEDIACAT, 2003. SEVER S, YILMAZ A, BAYCU S, ODABASI Y. BUTUNLESİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ,ANADOLU UNİVERSİTESİ YAYINLARI, 2013.
9	YENİ MEDYA		ODABASI Y, OYMAN M. PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, MEDIACAT, 2003. SEVER S, YILMAZ A, BAYCU S, ODABASI Y. BUTUNLESİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ,ANADOLU UNİVERSİTESİ YAYINLARI, 2013.
10	PAZARLAMA İLETİŞİMİ ETKİNLİKLERİNİN PLANLANMASI VE ORGANİZASYONU		ODABASI Y, OYMAN M. PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, MEDIACAT, 2003. SEVER S, YILMAZ A, BAYCU S, ODABASI Y. BUTUNLESİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ,ANADOLU UNİVERSİTESİ YAYINLARI, 2013.
11	PAZARLAMA İLETİŞİMİ ETKİNLİKLERİNİN ÖRGÜTLENMESİ		ODABASI Y, OYMAN M. PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, MEDIACAT, 2003. SEVER S, YILMAZ A, BAYCU S, ODABASI Y. BUTUNLESİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ,ANADOLU UNİVERSİTESİ YAYINLARI, 2013.

Ders Konuları			
Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
12	PAZARLAMA İLETİŞİMİ VE ETİK		ODABASI Y, OYMAN M. PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, MEDIACAT, 2003. SEVER S, YILMAZ A, BAYCU S, ODABASI Y. BUTUNLESİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ, ANADOLU UNİVERSİTESİ YAYINLARI, 2013.
13	PAZARLAMA İLETİŞİMİ UYGULAMALARI		ODABASI Y, OYMAN M. PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, MEDIACAT, 2003. SEVER S, YILMAZ A, BAYCU S, ODABASI Y. BUTUNLESİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ, ANADOLU UNİVERSİTESİ YAYINLARI, 2013.
14	GENEL TEKRAR		ODABASI Y, OYMAN M. PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ, MEDIACAT, 2003. SEVER S, YILMAZ A, BAYCU S, ODABASI Y. BUTUNLESİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ, ANADOLU UNİVERSİTESİ YAYINLARI, 2013.

Dersin Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
Ö01	Kişisel satış sürecini kavrar ve uygular.
Ö02	Doğrudan pazarlama çalışmalarını organize eder ve uygular.
Ö03	Pazarlama iletişim karmasını oluşturur.
Ö04	ÜRÜN, FİYAT VE DAĞITIMIN İLETİŞİM BOYUTU HAKKINDA FİKİR SAHİBİ OLUR.
Ö05	PAZARLAMA SÜRECİNDE GEREKLİ ETİK İLKELERİ BİLİR

Programın Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

İletişim Etiği					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
3	HİT2033	İletişim Etiği	2	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Zeynep GULTEKİN AKÇAY	

Dersin Amacı :

Dersin en temel amacı öğrencilerin medyadaki etik sorunları fark edebilmeleri ve çözüm önerileri geliştirebilmeleridir. Dersin daha özeldede medya ile ilgili etik düzenlemeleri içselleştirmeleri ve etik dışı örnekleri fark ederek eleştirebilmeleri hedeflenmektedir. Medyadaki etik dışı uygulamaların ortaya çıkış nedenlerini analiz etmek dersin bir diğer amacıdır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Ders kapsamında etik ve iletişim etiği kavramları derinlemesine incelenmektedir. Gazetecilik etiğinin tarihsel gelişimi, ortaya çıkışını belirleyen faktörler ayrıntılı biçimde ele alınmaktadır. Örnek olaylar üzerinden medya ve gazetecilik alanındaki ayırın belirgin hale getirilmektedir. Medya alanıyla ilgili etik düzenlemeler ve düzenleyiciler konusunda bilgiler verilmektedir. Farklı medya ortamlarına dönük etik düzenlemeler açıklanmaktadır.

Dersin Kaynakları

Kaynakları	Uzun, R. (2011) İletişim Etiği, Dipnot Yayınevi.- Belsey, A ve Chadwick, R. (1998), Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar, Ayrıntı Yayınları- Taş, O. (2012) Gazetecilik Etiğinin Mesleki Sınırları, İletişim Yayınları- Sönmez, M. (2010) Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidan, Yordam Kitap.))
	Uzun, R. (2011) İletişim Etiği, Dipnot Yayınevi.- Belsey, A ve Chadwick, R. (1998), Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar, Ayrıntı Yayınları- Taş, O. (2012) Gazetecilik Etiğinin Mesleki Sınırları, İletişim Yayınları- Sönmez, M. (2010) Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidan, Yordam Kitap.))
	Gazeteciler etik ilkelerin farkında mı? Halkla İlişkiler Profesyonelleri Etik İlkeleri Uygulayabiliyorlar mı? Ara sınav ve Yıl sonu Sınavı yazılı olarak yapılacaktır.

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 100	Alan Bilgisi	:

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Etik Kavramı		
2	Etik ve Ahlak Ayrımı		
3	Etiğin iki yöntemi: Teleolojik ve deontolojik		
4	İletişim etiği		
5	Kendi kendini düzenleme		
6	Kamu hizmeti olarak gazetecilik mesleği ve demokrasi		
7	Toplumsal sorumluluk kuramı		
8	Ara Sınav		
9	Gazetecinin sınırlılıkları: cinayet (film) Reklamcılar Polis	Yasal sınırlılıklar Sahipler Hükümet	
10	Yapısal sınırlılıklar		
11	Gerçeği anlatmak ve kamu için gazetecilik		
12	Yurttaş gazeteciliği		
13	Gazetecilik meslek ilkeleri (ödev)		
14	Etik ilkelerin izlenmesi: etik komite basın konseyi	ombudsman medya gözlemevi	

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Değişen medya yapılanması içerisinde, medya etiğinin haber üretimi sürecinde hesap verilebilir bir meslek etiği yaratmada nasıl bir etkisinin olabileceğini tartışır.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%30
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	2	%20
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%50
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	15	11	165
Sınıf Dışı Ç. Süresi	2	5	10
Ödevler	2	10	20
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	2	2
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	2	2
Toplam İş Yükü			199
AKTS Kredisi			7

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları				
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.				

	P12	P17	P18	P23
Tüm	5	3	4	4
Ö01	5	3	4	4



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

İletişim Sosyolojisi					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
3	HİT2027	İletişim Sosyolojisi	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör.Dr. Özgür İPEK	

Dersin Amacı :

öğrencilerin iletişim alanındaki sosyolojik terminolojiden haberdar olmalarını sağlayarak bu kapsamda okuma yapmalarını sağlamak

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

medya ve ideoloji, görsel kültür, medya ve kamusal alan, televizyon dizileri, medya ve kimlik, toplumsal cinsiyet, tüketim kültürü, gözetim toplumu

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	İletişim Sosyolojisi Anadolu Üniversitesi Yayınları Maigret, E. "Medya ve İletişim Sosyolojisi" Eric Maigret İletişim Sosyolojisi Ders Tekrarı Vize-Final
------------------	---

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 50	Alan Bilgisi	: 50

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	İletişim Sosyolojisine Giriş ve okuma listesi		
2	Haber, Gerçeklik ve Tv FormaT		
3	Medya ve Görşellik		
4	Reality Şov Programları		
5	Truman Şov and Medya		George Orwell 1984
6	Gözetim Toplumu		Neil Postman Televizyon Öldüren Eğlence
7	Ütopya ve Distopya		Thomas Moore Utopia
8	2017-2018 Güz Dönemi Ara sınav		
9	Nefret Söylemi		
10	Tüketim Kültürü ve Medya		
11	Toplumsal Cinsiyet ve Medya		
12	Televizyon Dizileri		
13	Gösteri Toplumu		
14	2017-2018 Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	İletişim biliminin temel kavramlarını kullanarak iletişim sorunlarını sosyolojik bakış açısıyla saptar
Ö02	Medya ve iletişim alanlarında iletişimin sosyolojik terminolojisini listeler
Ö03	Medya ve iletişim ürünlerini eleştirel ve bilimsel bir gözle analiz eder
Ö04	Alanıyla ilgili olay ve olgular arasındaki ilişkileri iletişim sosyolojisi açısından açıklar

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT2023 Kişilerarası İletişim					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
3	HİT2023	Kişilerarası İletişim	2	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör. Bilal SERT	

Dersin Amacı :

Bu ders, öğrencinin daha önce ki yıllarda öğrenmiş olduğu, davranış bilimleri ve sosyal psikoloji derslerinin pekiştirilmesine ve derinleştirilmesine yöneliktir. Kişilerarası ilişkilerde, iletişimin gerekliliğini ortaya koyarak iletişim sürecini anlayabilmek, kendini iyi tanımanın önemini kavrayarak, toplumu tanımadaki anlamının belirtilmesi amaçlanmaktadır

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Sınıf seviyesine uygun ve bireysel ihtiyaçları göz önünde bulunduran, öğrenci merkezli, katılımlı soru cevap şeklinde ve tartışma ortamı anlatsal öğretim yöntemi.

Dersin Kaynakları

Kaynakları GÖKÇE, ORHAN (2006). İLETİŞİM BİLİMİ, İNSAN İLİŞKİLERİNİN ANATOMİSİ, ANKARA:SIYASAL KİTAPEVİ.

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	:	Alan Bilgisi	:

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar	
1	İletişim kavramının genel tanımı, iletişim süreci, öğeleri, işleyişi		bir sonraki haftaya hazırlık	Mustafa Özodaşık, Kişilerarası İletişim Ders Notları
2	Kişilerarası iletişimin tanımı, önemi, şartları ve özellikleri		bir sonraki haftaya hazırlık	Mustafa Özodaşık, Kişilerarası İletişim Ders Notları
3	Kişilerarası iletişim türleri, sorunları ve engelleri		bir sonraki haftaya hazırlık	Mustafa Özodaşık, Kişilerarası İletişim Ders Notları
4	Kişisel ilişkiler ve davranış geliştirme süreçleri		bir sonraki haftaya hazırlık	Mustafa Özodaşık, Kişilerarası İletişim Ders Notları
5	İletişim sürecinde anlaşım ve uzlaşma		bir sonraki haftaya hazırlık	Mustafa Özodaşık, Kişilerarası İletişim Ders Notları
6	Tutamları oluşturan faktörler ve tutumların işlevleri		bir sonraki haftaya hazırlık	Mustafa Özodaşık, Kişilerarası İletişim Ders Notları
7	Sosyal etki, sosyal etki ortamları ve çeşitleri		bir sonraki haftaya hazırlık	Mustafa Özodaşık, Kişilerarası İletişim Ders Notları
8	İletişim ve Algı		bir sonraki haftaya hazırlık	Mustafa Özodaşık, Kişilerarası İletişim Ders Notları
9	Dinleme ve anlama becerisi		bir sonraki haftaya hazırlık	Mustafa Özodaşık, Kişilerarası İletişim Ders Notları
10	İkna süreçleri, iknaya karşı koyma ve direnme nedenleri		bir sonraki haftaya hazırlık	Mustafa Özodaşık, Kişilerarası İletişim Ders Notları
11	Empati ve ilişkili olduğu kavramlar		bir sonraki haftaya hazırlık	Mustafa Özodaşık, Kişilerarası İletişim Ders Notları
12	Empati yaklaşımları, empati yoksunluğu ve sosyal beceri olarak empati		bir sonraki haftaya hazırlık	Mustafa Özodaşık, Kişilerarası İletişim Ders Notları
13	Kurumsal İletişim		bir sonraki haftaya hazırlık	Mustafa Özodaşık, Kişilerarası İletişim Ders Notları

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	İletişim kavramlarının anlamını bilerek, toplumu tanımak için göstereceği çabayı nedenleriyle kavrar.
Ö02	Toplumun temel yapı taşı olan insanı ve insanların kişilik özelliklerini, kişilerarası iletişimi ortaya çıkaran ve etkileyen faktörleri bilir.
Ö03	Sağduyulu, uygun ve nazik davranmanın, başkalarıyla iyi geçinmenin, zamana saygı göstermenin, dinlemenin, başkalarının gözüyle dünyaya bakabilmenin önemini farkederek.
Ö04	Sağlıklı ve sağlıklı iletişim ortamlarını ayırtebilir.
Ö05	Normallik ve anormallik boyutunda kişilik özelliklerini oluşumlarını ve gelişimlerini
Ö06	Yaratıcılık ve sıra dışı düşünce becerisini ortaya koyabilir
Ö07	İletişim engelleri ve kazalarını örnekleriyle analiz edebilir.
Ö08	Ben dili kullanarak olaylara çözümcü yaklaşımlar getirebilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkıları kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.

P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	30	0	0
Ödevler	30	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	30	0	0
Ara Sınavlar	1	2	2
Uygulama	30	0	0
Laboratuvar	30	2	60
Proje	30	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	2	2
Toplam İş Yükü			92
AKTS Kredisi			3

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları	
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.	

	P01
Tüm	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT2015 Kitle İletişim Kuramları - I					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
3	HİT2015	Kitle İletişim Kuramları - I	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Üye Murat Sinan Laçiner	

Dersin Amacı :

İletişim Bilimlerinin kuramsal temellerinin öğrenilmesini sağlamak

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Anaakım/Egemen Kitle İletişim Kuram ve Modelleri

Dersin Kaynakları

Kaynaklar

Kitle İletişim Çalışmalarında İletişim Modelleri (Denis Mcquail - Sven Windahl)

Kitle İletişim Kuramları (Levent Yaylağül)

Ara Sınav ve Yarıyıl Sonu Sınavı

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 100	Alan Bilgisi	:

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tanışma ve ders içeriği hakkında bilgi paylaşımı		
2	Kitle iletişim tarihsel gelişim süreci		
3	Kitle iletişimine ilişkin kuramsal araştırmaların başlangıcı: Walter Lippmann ve Harold Lasswell		
4	Shannon ve Weaver'in matematiksel iletişim modeli ve gürlüğü faktörü		
5	Paul Lazarsfeld'in çalışmaları ve "iki aşamalı akış" modeli		
6	Kitle iletişim sürecine geri bildirim dahil edilme ve dairesel modeller		
7	Kitle iletişim çalışmalarında psikolojik yaklaşımlar		
8	Kitle iletişim çalışmalarında sosyoloji ve teknoloji merkezli yaklaşımlar		
9	Ara sınav		
10	Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı		
11	Kültürel göstergeler ve Ekme Kuramı		
12	Suskunluk Sarmalı ve Gündem Belirleme yaklaşımları		
13	Eşik Bekçiliği Modeli ve Bilgi Eksikliği Hipotezi		
14	Modernleşme Kuramları ve Bağımlılık Kuramı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	İletişim Bilimlerinin kuramsal temellerinin öğrenilmesini sağlanması
Ö02	Günümüz medyanın etkileri ve işlevi açısından kitle iletişim kuramlarını yorumlamak

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	12	2	24
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	25	25
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	40	40
Toplam İş Yükü			89
AKTS Kredisi			3

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P06	P08	P11	P14	P15	P16	P17	P19	P23	P24	P25	P26
Tüm	1	3	1	1	1	1	1	4	4	2	4	4	4	4	2	1
Ö01	1	3	1	1	1	1	1	4	4	2	4	4	4	4	2	1
Ö02	1	3	1	1	1	1	1	4	4	2	4	4	4	4	2	1



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT2029 Mesleki Yabancı Dil - I					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
3	HİT2029	Mesleki Yabancı Dil - I	2	2	4

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör.Dr. Özgür İPEK	

Dersin Amacı :

öğrencilerin iletişim alanında kullandıkları kavram ve kelimelerin İngilizce kullanımlarını öğrenerek çeviri yapmalarını sağlamak.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

kelimeler, çeviri metinler.

Dersin Kaynakları

Kaynakları Erol Mutlu İletişim Sözlüğü

Ders Tekrarı
Vize-Final

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	:	Alan Bilgisi	: 100

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Halkla İlişkiler Dair Kelimeler ve Metinler		
2	İletişim		
3	Pazarlama		
4	Advertising		
5	Markalama		
6	Sosyal Sorumluluk		
7	Sponsorluk		
8	Güz Dönemi Arasınava		
9	Siyasal İletişim		
10	Yeni Medya		
12	Araştırma Yöntemleri		
13	Gazetecilik		
14	Güz Dönemi Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Öğrenciler alana dair kavramların İngilizce karşılıklarını bilir
Ö02	Alanda yazılan İngilizce metinleri çevirebilir
Ö03	Öğrenciler alana dair görüşlerini İngilizce olarak ifade edebilir

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabile.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	0	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	14	1	14
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	14	1	14
Toplam İş Yükü			56
AKTS Kredisi			2

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT2031 Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
3	HİT2031	Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri	3	3	6

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Yılmaz Daşlı	

Dersin Amacı :
Öğrencilere sosyal bilimlerde araştırma yapmanın temel ilke ve yöntemlerinin öğretmek amaçlanmaktadır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Bu kapsamda genel anlamda bilimsel araştırmalar, özel anlamda ise toplumsal araştırmalarda yöntem konusuna değinilmektedir. Bu bağlamda bilimsel araştırmalarda araştırmanın planlanmasından sonuçlanmasına kadar takip edilen tüm aşamalar ders çerçevesinde verilmektedir. Veri toplama, verilerin analizine kadar, öğrenciler metodoloji konusunda aydınlatılmakta, ayrıca, bilimsel araştırmaların yazımında dikkat edilmesi ve uyulması gereken kurallar hakkında da öğrenciler bilgilendirilmektedir.

Dersin Kaynakları

Kaynakları

Bal, Hüseyin (2016). Nitel Araştırma Yöntem ve Teknikleri, Bursa: Sentez Yayıncılık.,Lawrance, Neuman (2014). Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar Cilt: 2, (Çeviren: Sedef Özgü), Ankara: Yayın Odası Yayınları.,Gökçe, Birsan (2007). Toplumsal Bilimlerde Araştırma, Ankara: Savaş Yayınları.

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 100	Alan Bilgisi	:

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Temel bilimsel araştırma yaklaşımları		
2	Nitel ve nicel araştırmalarda literatür taraması		
3	Nitel ve Nicel Araştırmaya Giriş		
4	Nitel ve Nicel Araştırma tasarımı ve rapor hazırlama		
5	Nitel ve nicel araştırmalarda güvenilirlik ve geçerlilik		
6	Nitel araştırma teknikleri: Anket Tekniği I		
7	Nitel araştırma teknikleri: Anket Tekniği II		
8	Nitel araştırma teknikleri: Deney Tekniği		
9	Arasınava		
10	Nitel araştırma teknikleri: İçerik Analizi		
11	Nitel araştırma teknikleri: Gözlem Tekniği		
12	Nitel araştırma teknikleri: Mülakat Tekniği		
13	Nitel araştırma teknikleri: Söylen Analizi		
14	Nitel araştırma teknikleri: Odak Grup Çalışması		
15	Final sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Sosyal bilimlerde araştırmanın temellerini kavrayabilmek
Ö02	Bir sosyal bilim araştırmasını baştan sona uygulayabilmek.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına katkı sağlamak ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilmek.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	2	28
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	10	10
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	2	30	60
Toplam İş Yükü			126
AKTS Kredisi			4

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Ö01	2	2	5	5	3	1	2	4	5	1	2	1	1	1	1	3	5	2	1	2	2	1	1	5	2
Ö02	2	2	5	5	4	1	2	4	5	1	2	1	1	1	1	3	5	2	1	2	2	1	1	5	2



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT2017 Temel Fotoğrafçılık					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
3	HİT2017	Temel Fotoğrafçılık	2	2	4

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Yrd.Doç. Ozan Özpay	

Dersin Amacı :

Öğrencinin kullanacağı fotoğraf makineleri ve objektifleri tanıtarak, kompozisyon, ışık ve çerçeveleme teknikleri dahilinde temel fotoğraf bilgi ve becerileri kazandırmaktır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Fotoğraf olgusunun kuram, yöntem ve araçlarının tasarlama ve uygulama noktasında temel oluşturacak bilgi aktarımı.

Dersin Kaynakları

Kaynakları

BERGER, J. "Bir Fotoğrafı Anlamak",AKBAŞ, F. "Fotoğraf Teknik Okumaları",PRAKEL, D. "Yaratıcı Fotoğrafçılığın Temelleri",FREEMAN, M. "Fotoğrafçının Gözü"
PowerPoint slayt, ders kitabı ve ders notları.
KILIÇ, L. "Fotoğrafa Başlarken", ders notları, PowerPoint sunum.
Ara sınav/Final sınavı

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 10	Alan Bilgisi	: 90

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tanışma ve dersin içeriği, amacı ve işleniş biçimiyle ilgili bilgilendirme.		PowerPoint sunum.
2	Fotoğrafın tarihi ışık ve görüntü.		Ders notları, ders kitabı, slayt.
3	Fotoğraf makineleri ve türleri.		Ders notları, ders kitabı, slayt.
4	Pozlama: Diyafram sistemi, Örtücü sistemi (Shutter), ISO (ASA).		Ders notları, ders kitabı ve slayt.
5	Temel ışık bilgisi ve fotoğrafta aydınlatma.	Öğrenciler ödevlerini teslim edecek ve sunumlarını yapacaklar.	Ders notları, ders kitabı ve slayt.
6	İşık ölçerler ve kontrol sistemleri: Netleme sistemi, diyafram ve örtücü hızının alan derinliğine etkisi.	Öğrenciler ödevlerini teslim edecek ve sunumlarını yapacaklar.	Ders notları, ders kitabı ve slayt.
7	Objektifler: Objektif tasarımı ve yapısı, normal ve geniş açılı objektifler, tele objektifler, zoom objektifler.		Ders notları, ders kitabı ve slayt.
8	Analog fotoğraf makineleri, Siyah-beyaz fotoğraf filmleri ve renli fotoğrafçılık.		Ders notları, ders kitabı ve slayt.
9	Fotoğrafçılıkta filtreler ve filtre kullanımı.		Ders notları, ders kitabı ve slayt.
10	Fotoğrafta tasarımın temelleri, görüntü estetiği ve kompozisyon.		Ders notları, ders kitabı ve slayt.
11	Dijital fotoğraf makineleri, tipleri ve teknik özellikleri.		Ders notları, ders kitabı ve slayt.
12	Grafik ve fotografik öğeler, ışık ve renkle kompozisyon.		Ders notları, ders kitabı ve slayt.
13	Sanatsal ve mesleki açıdan fotoğrafçılık türleri.		Ders notları, ders kitabı ve slayt.
14	Genel değerlendirme.		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Bu dersin sonunda öğrenci, fotoğraf makinelerinin ve fotoğrafçılığın tarihsel gelişimi hakkında bilgi sahibi olur.
Ö02	Fotoğraf makinesini tüm bileşenleriyle tanıyacaktır.
Ö03	Pozlama süreci hakkında bilgi sahibi olurlar.
Ö04	Temel ışık ve optik hakkında bilgi sahibi olurlar.
Ö05	Görsel bir metni (fotografik temayı) analitik bileşenlerine ayırıp, teknik ve estetik açıdan yorumlayabilecekler.
Ö06	Kitle iletişimi ve medya açısından fotoğrafın önemini kavrarlar.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	2	4	8
Sunum/Seminer Hazırlama	14	3	42
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	5	5	25
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yükü			105
AKTS Kredisi			4

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	1	1	3	2	4	2	2	1	1	4	4	1	4	5	4	5	2	5	3	2	5	4	3	3	4	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

İletişim Hukuku					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
4	HİT2022	İletişim Hukuku	2	2	4

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi ?	

Dersin Amacı :

Kitle iletişim alanını düzenleyen yasal ve bu yasalara göre hizmet veren kurum ve kuruluşların yaşadığı hukuksal sorunların aktarılacağı derste, özellikle basın suçları ve özgürlüğü arasındaki gelişmelerin kamusal yarar bağlamında nasıl algılanması gerektiğine ilişkin düşünceler aktarılacaktır. Aynı zamanda diğer ülkelerdeki kitle iletişim hukuku uygulamalarına da değinilecek derste İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi, uluslararası sözleşmeler bağlamında bireyin anayasal hakkı bilgi edinme ve bilgilendirmenin hukuksal özgürlükleri ve sınırlamalarına ilişkin bilgiler verilecektir. Bu dersin amacı iletişim sektöründe çalışacak olan kişilerin kitle iletişim hukukunu bilmeleri ve basın meslek ahlak kurallarına uygun olarak çalışmalarını sağlamaktır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Kitle iletişim hukuku alanında karşılaşılan sorunları rapor edip bu sorunların çözümünü için ileri sürülen fikirlerin sorgulanması

Dersin Kaynakları

Kaynaklar

Ahmet Kılıçoğlu, Şeref Haysiyet ve Özel Yaşama Basın Yoluyla Saldırlardan Hukuksal Sorumluluk, Ankara: AÜHF Yayınları.,Sevda Alankuş (Der.) Medya ve Hukuk, Habercinin El Kitabı Dizisi 2, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul.,Zakir Avşar ve Gürsel Öngören, Radyo ve Televizyon Hukuku, Ankara: Piramit Yayınları.

Kayhan İcel. Kitle İletişim Hukuku, İstanbul: Beta, 2006.

1

1 Arasnav , 1 Yıl Sonu Sınavı

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 70	Alan Bilgisi	: 30

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Açılış dersi.		
2	Basın özgürlüğü kavramı ve önemi		
3	Basın ve sanat özgürlüğü		
4	Basın hürriyeti ve sansür yasağı		
5	Sürekli ve süresiz yayın hakları		
6	Basın araçlarının korunması.		
7	Genel Tekrar		
8	Ara Sınav		
9	Kamu ve tüzel kişilerin elindeki basın dışı kitle haberleşme araçlarından yararlanma hakkı.		
10	Kamu ve tüzel kişilerin elindeki basın dışı kitle haberleşme araçlarından yararlanma hakkı.		
11	Düşünce ve kanaat hürriyeti		
12	Düzeltilme ve cevap hakkı.		
14	Düşünceyi açıklama ve yayma hürriyeti		
15	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Kitle iletişim hukukuna özgü kavram ve kurumların özelliklerini tanımlayabilecek.
Ö02	Kitle iletişim araçlarında ortaya çıkan sorunlar ve mevzuatta yapılan değişiklikleri yorumlayabilecek
Ö03	Haberleşme özgürlüğünün kitle iletişim araçlarında ki yeri ve önemini yorumlayabilecek ve inceleyebilecek.
Ö04	Kitle iletişim hukuku alanında karşılaşılan sorunları tanımlayabilecek

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açılarından sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%60
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%40
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	15	2	30
Sınıf Dışı Ç. Süresi	30	2	60
Ödevler	20	2	40
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yükü			132
AKTS Kredisi			4

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları	
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.	

	P18
Tüm	5
Ö01	5
Ö02	5
Ö03	5
Ö04	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT2016 Kitle İletişim Kuramları - II					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
4	HİT2016	Kitle İletişim Kuramları - II	2	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Ömer AYDINLIOĞLU	

Dersin Amacı :

Bu dersin amacı iletişimde çok önemli yeri olan iletişim kuramlarını ana akımcı ve eleştirel açılardan okuyabilmek ve iletişimin temeline bu kuramlar vasıtasıyla inebilmektir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

İletişim, Kitle İletişimi, Ana Akım Kuramlar, Medya Etkileri, Ana akım Kuramlar, Eleştirel Kuramlar

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Nazife Güngör, Siyasal Kitabevi Kitle İletişim Kuramları, Levent Yaylagül, Dipnot Yayınları Ders Kitabı, Slaytlar Okuma Ödevleri Arasına, Final Sınavı
-----------	---

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 20	Alan Bilgisi	: 80

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Eleştirel Yaklaşımlar		İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Nazife Güngör, Siyasal Kitabevi Kitle İletişim Kuramları, Levent Yaylagül, Dipnot Yayınları
2	Frankfurt Okulu ve Temsilcileri		İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Nazife Güngör, Siyasal Kitabevi Kitle İletişim Kuramları, Levent Yaylagül, Dipnot Yayınları
3	Yapısalcı Dilbilim ve Göstergibilim		İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Nazife Güngör, Siyasal Kitabevi Kitle İletişim Kuramları, Levent Yaylagül, Dipnot Yayınları
4	İngiliz Kültürel İncelemeler		İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Nazife Güngör, Siyasal Kitabevi Kitle İletişim Kuramları, Levent Yaylagül, Dipnot Yayınları
5	Kültürel Gelenek ve Alımlama Analizi		İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Nazife Güngör, Siyasal Kitabevi Kitle İletişim Kuramları, Levent Yaylagül, Dipnot Yayınları
6	İletişimin Ekonomi Politliği		İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Nazife Güngör, Siyasal Kitabevi Kitle İletişim Kuramları, Levent Yaylagül, Dipnot Yayınları
7	İletişimin ve Kültürün Ekonomi Politliği		İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Nazife Güngör, Siyasal Kitabevi Kitle İletişim Kuramları, Levent Yaylagül, Dipnot Yayınları
8	Arasınnav		İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Nazife Güngör, Siyasal Kitabevi Kitle İletişim Kuramları, Levent Yaylagül, Dipnot Yayınları
9	Amerika'da Ekonomi Politik		İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Nazife Güngör, Siyasal Kitabevi Kitle İletişim Kuramları, Levent Yaylagül, Dipnot Yayınları
10	Amerika'da Ekonomi Politik 2		İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Nazife Güngör, Siyasal Kitabevi Kitle İletişim Kuramları, Levent Yaylagül, Dipnot Yayınları
11	Avrupa'da Ekonomi Politik		İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Nazife Güngör, Siyasal Kitabevi Kitle İletişim Kuramları, Levent Yaylagül, Dipnot Yayınları
12	Küreselleşme ve İletişim		İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Nazife Güngör, Siyasal Kitabevi Kitle İletişim Kuramları, Levent Yaylagül, Dipnot Yayınları
13	Küreselleşme ve İletişim		İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Nazife Güngör, Siyasal Kitabevi Kitle İletişim Kuramları, Levent Yaylagül, Dipnot Yayınları
14	Dönemsonu Sınavı		İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Nazife Güngör, Siyasal Kitabevi Kitle İletişim Kuramları, Levent Yaylagül, Dipnot Yayınları

Ders İçin Önerilen Diğer Dersler

HİT2015 Kitle İletişim Kuramları - I

HİT1013 İletişime Giriş

HİT2027 İletişim Sosyolojisi

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Eleştirel İletişim Kuramlarını Ana Akım Kuramlardan ayırt eder.
Ö02	İletişim Disiplinine eleştirel bir bakış açısı ile yaklaşabilir.
Ö03	Öğrenciler eleştirel kurama ait çeşitli yaklaşımları bilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.

P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	2	100	200
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	50	50
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50	50
Toplam İş Yükü			300
AKTS Kredisi			10

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	3	2	1	3	1	2	5	5	3	1	1	1	2	3	3	3



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT2036	Medya Okur Yazarlığı				
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
4	HİT2036	Medya Okur Yazarlığı	3	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Zeynep GÜLTEKİN AKÇAY	

Dersin Amacı :

Medyaya ilişkin yaygın yaklaşımların değerlendirilmesi eşliğinde, tarihsel gelişimi bağlamında medya okuryazarlığının ne olduğunu açıklamaktır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Medya Okuryazarlığı

Dersin Kaynakları

Kaynaklar

Sönmez, Mustafa. (2010) "Medyada Diktatörlük ve Medya Aristokrasisi". Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidar. İstanbul: Yordam Kitap. • Uyanık, Muvaffak. (2007) Yeni Okulun Ders Vasıtalarından Gazete. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kırkinci Yılı Kitaplığı. • Şebeke (Network, 1976), Yön: Sidney Lumet, İyi Gecele ve İyi Şanslar (Good Night and Good Luck, 2005), Yön: George Clooney. • Çaplı, Bülent. (2008) Fıli Tarif Etmek Özel Televizyona Beş Kala. Ankara: İmge Kitabevi. • Kaya, Raşit. (2009) İktidar Yumağı Medya- Sermaye-Devlet, Ankara: İmge Kitabevi. • Adaklı, Gülseren (2006) Türkiye'de Medya Endüstrisi Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri, Ankara: Ütopya Yayınevi. • Bulut, Selda (2009) Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi, Ankara: Ütopya Yayınevi. • (Zorunlu) Truman Show, (1998), Yön: Peter Weir, • Alemdar, Korkmaz. (Tarih Yok) Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar, İstanbul: TÜSES Vakfı Yayınları. • Burton, Graeme (1995) Görünenden Fazlası Medya Analizlerine Giriş, Çev: Nefin Dinç, İstanbul: Alan Yayıncılık. • Kejanlıoğlu, Beybin (2004) Türkiye'de Medyanın Dönüşümü, Ankara: İmge Kitabevi.

Batı Avrupa'da üzerine düşünülme başlayan medya okuryazarlığının ne olduğunu açıklamadan önce okuryazarlık denilince ne anlaşılması gerektiği üzerinde durmak gereklidir. Bu anlamda da sözcüğün önce etimolojisine bakılmalıdır. İngilizce karşılığı 'literacy' olan sözcüğün kökenine bakıldığında, Latince'de 'eğitim görmüş, öğrenmiş, harfleri bilen' anlamına gelen litteratus kökünden gelir. Türkçede okuryazarlık kavramı 'okuyup yazabilme, kendini yazarak ifade edebilme, Türkçe harflerle yazılı materyali okuyabilme becerisine sahip olmak' olarak açıklanabilir.

Okuryazarlığa İlişkin Geleneksel Tanım

Sadece basılı biçime gönderme yapar: "Harflere ilişkin bilginin sahibi olma; eğitilmiş, öğrenilmiş olma" ya da alfabetik bileşenlerle dili kullanarak okuma ve yazmayı öğrenme süreci olarak tanımlanmıştır. Okuryazarlıkla eş anlamlı olan kavramların (literatüre, literary, literate) hepsi de insanın yazılı dildeki okuma yeterliliğini açıklar. Çoğu zaman okuryazarlık, dilin entelektüel bir uygulamasını çağırır, doğrudan kişinin eğitim düzeyi, edebiyatla tanışıklığına ifade eder. Okuryazar olarak işaret edilen kimseler, seçkin edebi yapıtları genellikle iyi okuyup anlayan kişilerdir.

Dilin grameri, yapısı, mekaniği, eğlenceli kullanımının anlaşılmasını (ki burada argodan ve mizahtan söz edilebilir) gerektirmesi gerçeğinden ötürü okuryazarlık verili bir metindeki mesajın şifresini çözmeye ya da yorumlama sürecidir; kişinin dilin nasıl düzenlendiğini kavramasına bağlıdır. Dolayısıyla okuryazarlık kavramı, entelektüel bir beceri olması bakımından çeşitli zihinsel uğraşları gerektirir. Bu zihinsel uğraşlar, kişinin başkalarının yanında ya da karşısında bir üstünlük kazanmasını sağladığı için avantajı niteliğine sahiptir. Bu avantajı kullananlar, sosyal, ekonomik, politik ve kültürel alanda seçkin konumlarda yer alır ya da alma uğraşısı verirler.

"Medya Metinlerini Siz Üretiyor Olsaydınız Nasıl Olurdu?", "Medya Metinleri Gerçek mi?"
Ara Sınav ve Final

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 100	Alan Bilgisi	:

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Hafta: Kavramsal ve Tarihsel Gelişimiyle Okuryazarlık		Manguel, Alberto. (2001) Okumanın Tarihi. Çev: Füsun Elioğlu. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. • (Derste Gösterilecek) Dizi Jeneriği (Dexter) Medya anlam inşa ederKısa film: Uzaylılar İstanbul'da
2	Medya Sektörünün Yapısı		• (Zorunlu) İyi Gecele ve İyi Şanslar (Good Night and Good Luck, 2005), Yön: George Clooney • Çaplı, Bülent. (2008) Fıli Tarif Etmek Özel Televizyona Beş Kala. Ankara: İmge Kitabevi.
3	Medya Sektörünün Yapısı		Sönmez, Mustafa. (2010) "Elektronik Medya". Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidar. İstanbul: Yordam Kitap. • (Ödev) Sönmez, Mustafa. (2010) "Medyada Yan Sanayi: Ajanslar, Yapımcılar". Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidar. İstanbul: Yordam Kitap. • (Ödev) Sönmez, Mustafa. (2010) "Reklamcılık Endüstrisi ve Medya-Kültüre Egemenlik". Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidar. İstanbul: Yordam Kitap.
4	Medya Okuryazarlığı Kavramının Ortaya Çıkışı Ve Gelişimi		
5	Medya Okuryazarlığının Farklı Ülkelerde Durumu		
6	Türkiye'de Medya Okuryazarlığı		
7	Medya Okuryazarlığına Farklı Yaklaşımlar	Ana Akım Medya Okuryazarlığı	
8	Ara sınav		
9	Ana Akım Medya Okuryazarlığı		Truman Show, (1998), Yön: Peter Weir
10	Eleştirel Medya Okuryazarlığı		
11	Eleştirel Medya Okuryazarlığı		
12	Medya Okuryazarlığı İçin Uygulamalar:		"Medya Metinlerini Siz Üretiyor Olsaydınız Nasıl Olurdu?", "Medya Metinleri Gerçek mi?" Sağlık, Toplumsal Cinsiyet (Kadın-Erkek), Şiddet, Kimlik, Tüketim Kültürü, Spor, Yemek Ve Gündelik Yaşam, Engelli, Yaşlı, Gençlik, Çocuk, Savaş Ve Terör, Kent, Yeni Medya Vb.

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
13	Medya Okuryazarlığı İçin Uygulamalar:		"Medya Metinlerini Siz Üretiyor Olsaydınız Nasıl Olurdu?", "Medya Metinleri Gerçek mi?" Sağlık, Toplumsal Cinsiyet (Kadın-Erkek), Şiddet, Kimlik, Tüketim Kültürü, Spor, Yemek Ve Gündelik Yaşam, Engelli, Yaşlı, Gençlik, Çocuk, Savaş Ve Terör, Kent, Yeni Medya Vb.
14	Medya Okuryazarlığı İçin Uygulamalar:		"Medya Metinlerini Siz Üretiyor Olsaydınız Nasıl Olurdu?", "Medya Metinleri Gerçek mi?" Sağlık, Toplumsal Cinsiyet (Kadın-Erkek), Şiddet, Kimlik, Tüketim Kültürü, Spor, Yemek Ve Gündelik Yaşam, Engelli, Yaşlı, Gençlik, Çocuk, Savaş Ve Terör, Kent, Yeni Medya Vb.

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Medya aracılığıyla öğrenmek yerine medya hakkında öğrenmeyi açıklar.
Ö02	Eleştirel anlayış ve aktif katılım arasındaki ilişkiyi değerlendirir.
Ö03	Eleştirel yaratıcılık yeteneklerini geliştirir.
Ö04	Medyanın anlamları nasıl kurguladığı, izleyicileri nasıl etkilediği, kod ve geleneklerin nasıl analiz edileceği, medya yoluyla sunulan anlamların eleştirel olarak nasıl yorumlanacağı konusunda yeterlilik kazandırır.
Ö05	Medya tarafından üretilen toplumsal cinsiyet rolleri, ırkçılık, tüketim kültürü, şiddet gibi değerleri sorgulama bilincini geliştirir.
Ö06	Medya materyalleri konusunda seçiciliği geliştirir, aynı zamanda medyadan nasıl yararlanılacağı konusunda bireyleri bilgilendirir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	6	6	36
Sunum/Seminer Hazırlama	4	2	8
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	1	1	1
Laboratuvar	0	0	0
Proje	2	2	4
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yüğü			79
AKTS Kredisi			3

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları																										
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.																										

	P02	P03	P04	P06	P07	P08	P10	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	1	1	1	1	1	2	1	1	3	2	2	5	5	1	2	1	2	2	4	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT2024 Medya Planlaması					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
4	HİT2024	Medya Planlaması	3	3	6

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM		Doç.Dr. Zekiye Tamer Gencer		

Dersin Amacı :

Marka iletişiminde önemli bir aşama olan medya planlama dersinde öğrenciyeye markanın hangi iletişim kanallarıyla, kime, ne zaman iletilmesi gerektiğini öğretmeyi amaçlamaktadır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Dersin amacı doğrultusunda öğrenciler bir markaya ait medya planlamasının nasıl yapılması gerektiğini öğreneceklerdir.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	Medya Planlama- Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları
	Dersin amacı doğrultusunda öğrenciler bir markaya ait medya planlamasının nasıl yapılması gerektiğini öğreneceklerdir.
	Medya Planlama- Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları
	YOK
	Ara Sınav ve Yarıyıl Sonu Sınavı

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	: 0	Eğitim Bilimleri	: 0
Mühendislik Bilimleri	: 0	Fen Bilimleri	: 0
Mühendislik Tasarımı	: 0	Sağlık Bilimleri	: 0
Sosyal Bilimler	: 40	Alan Bilgisi	: 60

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Pazarlama, Reklam, Medya Planı İlişkisi		
2	Medya Planlama Aşamaları		
3	Medya Planlamada Kullanılan Temel Kavramlar		
4	Medya Ölçümleri		
5	Medya Amaçları ve Stratejileri		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Pazarlama, Reklam ve Medya Planı İlişkisi
Ö02	Medya Planlama Aşamaları
Ö03	Medya Planlamada Kullanılan Temel Kavramlar
Ö04	Medya Ölçümleri
Ö05	Medya Amaçları ve Stratejileri

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündeme ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT2030 Mesleki Yabancı Dil - II					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
4	HİT2030	Mesleki Yabancı Dil - II	2	2	4

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM		Dr.Öğr.Üyesi Şebnem Özdemir	Dr.Öğr.Üyesi Şebnem Özdemir	

Dersin Amacı :

Meslek Hayatında gerekli olabilecek İngilizce temel iletişim becerilerini kazanmak

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Pazarlama, halkla ilişkiler, toplantı, raporlama, satış, planlama

Dersin Kaynakları

Kaynakları	Building Skills for Proficiency
1	
0	
2	

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 50	Alan Bilgisi	: 50

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Zamanlar ve Kelime Bilgisi		
2	Zamanlar ve Kelime Bilgisi		
3	Zamanlar ve Kelime Bilgisi		
4	Zamanlar ve Kelime Bilgisi		
5	Zamanlar ve Kelime Bilgisi		
6	Zamanlar ve Kelime Bilgisi		
7	Ara Sınav		
8	Zamanlar ve Kelime Bilgisi		
9	Zamanlar ve Kelime Bilgisi		
10	Zamanlar ve Kelime Bilgisi		
11	Zamanlar ve Kelime Bilgisi		
12	Zamanlar ve Kelime Bilgisi		
13	Zamanlar ve Kelime Bilgisi		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Temel düzeyde iş İngilizcesi konuşabilir, yazabilir, okuyabilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	2	2
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	2	2
Toplam İş Yükü			32
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları	
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.	

	P02
Tüm	5
Ö01	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT2020 Örgütsel İletişim ve Motivasyon					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
4	HİT2020	Örgütsel İletişim ve Motivasyon	2	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Doç.Dr. Ahmet Güneş	

Dersin Amacı :

Dersin genel amacı; öğrencilerin örgüt ve yönetimle ilgili temel bilgileri, çeşitli motivasyon araç ve tekniklerini, kuruluş personelinin nasıl motive edilebileceğini ve örgüt içi iletişimin amaçlar doğrultusunda nasıl düzenlenebileceğini öğrenmelerini sağlamaktır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Ders sınıfta öğretim üyesinin anlatımıyla yüz yüze işlenecektir. Öğrenciler, derse aktif olarak katılıp gerekli tartışmalarda bulunacaktır.

Dersin Kaynakları

Kaynakları Can, Halil (2005), Organizasyon ve Yönetim, Siyasal Kitabevi, Ankara.

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 100	Alan Bilgisi	: 100

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Ders hakkında genel bilgi, yöntem ve kaynaklar		
2	Ders hakkında genel bilgi, yöntem ve kaynaklar		
3	Örgüt çeşitleri		
4	Yönetimin tanımı, yönetsel düzey ve beceriler, yönetsel işlevler		
5	Motivasyonun tanımı, süreci, XYZ kuramları, olgunlaşmışlık kuramı		
6	Motivasyonla ilgili kapsam kuramları		
7	Motivasyonla ilgili süreç kuramları		
8	Ara Sınav		
9	Motivasyon araç ve teknikleri		
10	Örgütsel önderlik ve ilgili kuramlar		
11	Skills of leaders and conditions of effective leaderships		
13	Örgütsel iletişim ve iletişim ağları		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Örgüt tanımını, özelliklerini ve çeşitlerini bilir.
Ö02	Yönetim kavramını ve yönetsel becerileri bilir.
Ö03	Motivasyon kuramlarını ayrıntılarıyla açıklayabilir.
Ö04	Örgüt içi iletişim çeşitlerini ayrıntılarıyla bilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündeme ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	3	45	135
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	60	60
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	60	60
Toplam İş Yüğü			255
AKTS Kredisi			8

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P09	P12	P15	P18	P19	P24	P25
Tüm	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Ö01		5	5			5	5	5	5	5	5	5
Ö02		5	5			5	5	5	5	5	5	5
Ö03		5	5			5	5	5	5	5	5	5
Ö04		5	5			5	5	5	5	5	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT2032 Siyasal İletişim					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
4	HİT2032	Siyasal İletişim	3	3	6

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör. Hacı Hasan Saf	

Dersin Amacı :
Siyasal iletişim ilkelerinin öğrenciyi öğretilmesi
Öğretim Yöntem ve Teknikleri :
Yeni iletişim çağında siyasal iletişim

Dersin Kaynakları	
Kaynakları	Siyasal İletişimin el kitabı Siyasal iletişim notları Siyasal iletişim notları Yeni siyasal iletişim stratejileri Vize/Final

Ders Yapısı			
Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 30	Alan Bilgisi	: 70

Ders Konuları			
Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Siyasal İletişim Kavramları		Siyasal İletişim kitabının okunması Siyasal İletişim

Ders İçin Önerilen Diğer Dersler	
HİT3027	Propaganda Teknikleri

Dersin Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
Ö01	Siyasal iletişim stratejilerinin öğrenilmesi

Programın Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kural ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT2034 Sosyal Psikoloji					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
4	HİT2034	Sosyal Psikoloji	2	2	4

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Ozan Özpay	

Dersin Amacı :
Bu dersin amacı sosyal psikolojiye ilişkin temel kavram ve kuramsal yaklaşımları, ilgili literatür temelinde öğrenciyi aktarmaktır. Teorik bilgi birikiminin yanı sıra öğrencilerin günlük yaşamı ve kendilerini daha iyi anlamaya başlamaları da amaçlanmaktadır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :
Sosyal Psikolojinin tanıtımı, içeriği, diğer dallarla benzerlik ve farklılıkları, kısa tarihsel gelişimi, sosyal psikolojik araştırma yöntemleri, tutumlar, tutum değişimi, sosyal etki, saldırganlık, kişiler arası çekicilik gibi ana konuların incelenmesi hedeflenmektedir.

Dersin Kaynakları	
Kaynakları	sosyal psikoloji , nobel yayınları, JOANNE R. SMİTH öğretim elemanının notları Temel ve yardımcı kaynak kitaplar sunum hazırlanacak Ara sınav, Final Sınavı

Ders Yapısı			
Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 70	Alan Bilgisi	: 30

Ders Konuları			
Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Psikoloji bilimi, psikolojinin Alanları, sosyal psikolojinin psikoloji içindeki yeri		ders kitabı
2	Sosyal psikoloji alanı ve yöntemleri,		ders kitabı
3	İnsanın doğası		ders kitabı
4	Toplumsallaşma		ders kitabı
5	Sosyal algı		ders kitabı
6	Tutumlar ve değişmesi		ders kitabı
7	Değerler ve değişmesi		ders kitabı
8	ara sınav		
9	Tutumlar ve değerler arasındaki ilişki ve davranışın ortaya çıkışı		ders kitabı
10	Sosyal etki		ders kitabı
11	Grup içinde bireysel davranış		ders kitabı
12	Kişilerarası çekicilik ve sevgi		ders kitabı
13	Grup yapısı ve dinamiği		ders kitabı
14	final sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
Ö01	Sosyal olayların analizinde daha yetkin bir duruma gelir.
Ö02	Sosyal kitleleri mobilize etmede başarılı bir hale gelir.
Ö03	Toplum psikolojisini bilmesi nedeniyle alan araştırmalarında daha başarılı olur.
Ö04	Sosyolojik araştırmalarda verilerin toplanması ve değerlendirilmesi sürecini doğru olarak yönetir

Programın Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	3	42
Ödevler	5	5	25
Sunum/Seminer Hazırlama	4	4	16
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yüğü			113
AKTS Kredisi			4

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Ö01		4			4					4			4			4		4							
Ö02	3			3			4		4			4			4			4	4				4	4	
Ö03			4					4			4					4	4				4				4
Ö04						4							4					4				4		4	



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3061	Drama			T+U	Kredi	AKTS
Yarıyıl	Kodu	Adı				
5	HİT3061	Drama		2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör. Hacı Hasan SAF	

Dersin Amacı :

Bu dersin amacı canlandırma sanatının tanımı, tarihi, gerçek hayat ile olan ilişkisini uygulamalı olarak göstermektir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Drama sanatı, dramanın tarihsel gelişim süreci, drama gerçek yaşam ilişkisi, halkla ilişkilerdeki rolü ve önemi gibi başlıklardır.

Dersin Kaynakları

Kaynakları	
Drama	
Different	
Ders Kitabı	
Sunum ve etkinlikler	
Ara sınav, final	

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:	60
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:	
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:	
Sosyal Bilimler	:	Alan Bilgisi	:	20

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tanışma ve ders hakkında bilgi		
2	Drama ve drama sanatı hakkında kavramsal bilgi		
3	Drama sanatının öncüleri ve tarihsel gelişim süreci		
4	Dramanın ilke ve kuralları, Gerçek hayat kesitinden farklı yönleri		
5	Dramanın kişisel gelişim üzerindeki rolü		
6	Dramanın farklı alanlardaki kullanımı		
7	Drama ve duygular, drama aracılığıyla duyguları karşı tarafa aktarım süreci		
8	Ara sınav		
9	Halkla ilişkilerde drama kullanımı		
10	Farklı rol performansları sergileme		
11	Rol uygulama		
12	Rol performansı		
13	Gerçek yaşam durumları ve rol performansı		
14	Final		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Drama sanatının ne olduğunu bilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3015 Grafik Tasarım - I					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	HİT3015	Grafik Tasarım - I	2	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi ?	

Dersin Amacı :

Grafik tasarımlarda temel eleman olan yazıların günümüze değin tarihsel süreç içindeki oluşumunun kuramsal ve uygulamalı öğretimi dersin amacını oluşturur.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Bu ders, grafik tasarım ürünlerinin tasarlanma süreçlerinin temel basamaklarını, güncel cihaz ve yöntemler kullanılarak uygulamalı olarak işlenmesini kapsar. Proje çalışmaları ve öğrencilerin derste aldıkları pratik bilgilerin laboratuvar ortamında yazılımlar aracılığıyla oluşturulması, dersin somut çıktılarıdır.

Dersin Kaynakları

Kaynakları	Yaratıcı Tasarımın Temelleri, Paul Harris, Gavin Ambrose, Literatür Yayıncılık
	The Essential Principles Of Graphic Design Debbie Millman, Amerika, 2008.
1	
1 Ara Sınav, 1 Yıl Sonu	

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 10	Alan Bilgisi	: 90

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Grafik tasarımı kavramının incelenmesi		
2	Grafik tasarımının tarihsel gelişim sürecinin anlatımı		
3	Markalar, kurumsal kimlik örnekleri ve logolo incelemeleri		
4	Öğrencilere temel bilgilerin verilmesi ve kompozisyon oluşturma yöntemlerinin anlatımı		
5	Çizim ve renkleme teknikleri hakkında bilgi verilmesi		
6	Çizim ve boyama		
7	Çizim ve tasarım		
8	Ara Sınav		
9	Uygulamaya giriş - Photoshop		
10	Kişisel Uygulama Tasarım Süreci		
11	Proje araştırma ve tasarım aşaması		
12	Proje uygulaması ve tasarım çalışması		
13	Proje uygulaması		
14	Dönemin değerlendirilmesi		
15	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Öğrenciler grafiğin temeli yazıların tarihsel gelişimi hakkında bilgiye sahip olur
Ö02	Tipografi Sanatı içinde yazıları uygulamaları öğrenmiş olacaklardır
Ö03	Kurumlarla iletişim ve uygulamalar hakkında bilgi almış olacaklar
Ö04	Grafik tasarımını uygulamalı olarak öğrenecektir

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim çalışmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%60
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%40
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	15	2	30
Sınıf Dışı Ç. Süresi	15	2	30
Ödevler	10	2	20
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	0	0
Uygulama	20	2	40
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	0	0
Toplam İş Yükü			120
AKTS Kredisi			4

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları		
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.		

	P05	P12
Tüm	3	3
Ö01	3	3
Ö02	3	3
Ö03	3	3
Ö04	3	3



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3045 Halkla İlişkilerde Kriz Yönetimi					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	HİT3045	Halkla İlişkilerde Kriz Yönetimi	3	3	6

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Doç.Dr. Zekiye Tamer Gencer	

Dersin Amacı :

Bu dersi alan öğrencilerin: • Krizin topluluk, organizasyon ve paydaşlar üzerindeki etkisinin anlaşılması. Zorunluluk ve engelleri anlama becerisini geliştirir mi? Kriz ve risk durumlarında medya ilişkileri, • Bir kriz planı tasarlama ve proaktif kriz yönetimi becerileri edinme becerisi kazanma, • Bir kriz yönetim sürecini değerlendirme kabiliyetini kazanması beklenmektedir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Kriz yönetiminin aşamaları, kriz durumlarında yapılması gerekenler, medya ile ilişkiler, yaşanması muhtemel kriz çeşitleri ve uygulanması gereken stratejiler hakkında bilgi sahibi olur.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	Açıklama
	Aylin Pira, Çisil Sohodol Bir (2004), Kriz Yönetimi, İletişim Yayınları
	Aylin Pira, Çisil Sohodol Bir (2004), Kriz Yönetimi, İletişim Yayınları
	Aylin Pira, Çisil Sohodol Bir (2004), Kriz Yönetimi, İletişim Yayınları
	Yok
	Ara Sınav ve Yarıyılsonu Sınavı

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	: 0	Eğitim Bilimleri	: 0
Mühendislik Bilimleri	: 0	Fen Bilimleri	: 0
Mühendislik Tasarımı	: 0	Sağlık Bilimleri	: 0
Sosyal Bilimler	: 40	Alan Bilgisi	: 60

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Kriz ve Risk		
2	Kriz yönetiminin esasları (Krizin Boyutları)		
3	Kriz iletişim yönetimi sürecinde yeni bilgi teknolojileri.		
4	Sorunlar yönetim-risk yönetimi-krizyönetimi: benzer hedefler, farklı taktik ve stratejiler.		
5	Kriz yönetimi planı. Yanıt stratejileri, krizekibi, kriz kontrol listesi vb. Vakaçalışmaları Krizler sırasında medyanın rolüne haber kapsamı.		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Kriz ve risk ile ilgili kuram ve kavramları anlamak.
Ö02	Kriz ve risk iletişim stratejilerini anlama
Ö03	Proaktif bir kriz planı başlatabilmek
Ö04	Bir krizi yönetebilmek ve etkilerini değerlendirmek.
Ö05	Alan hakkında etik bir tartışma yapabilmek.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilmek.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

İÇERİK ANALİZİ					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	HİT3059	İçerik Analizi	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Öğün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seçmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Ömer AYDINLIOĞLU	

Dersin Amacı :

Bu dersin amacı, öğrencilerin hem nitel hem de nicel yöntem özellikleri taşıyan içerik analizi tekniğini iletişim alanında kullanmalarını sağlamaktır. Bu doğrultuda öğrenciler için gereken teorik bilgiler sağlandıktan sonra öğrenciler öğrendikleri teorik bilgiler ışığında içerik analizi tekniğini kendi seçmiş oldukları konular üzerinde uygulamaya koyacaklardır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Bu dersin içeriğini sosyal bilimlerde araştırmacılar ve akademisyenler tarafından sıklıkla kullanılan ve nicel veya nitel bir yöntem olduğu konusunda net bir görüş birliği sağlanamayan bir teknik olan içerik analizi tekniği oluşturmaktadır. İçerik kavramı tanımlandıktan sonra medyada içerik ve içeriğin analizi konuları üzerinde durulacaktır.

Dersin Kaynakları

Kaynakları

Güngör, Nazife (2013). İletişim Kuramları ve Yaklaşımlar, Ankara: Siyasal Kitabevi
Geray, H. (2011). "Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş İletişim Alanından Örneklerle". 3. Baskı. Ankara: Genesis Kitap.
Bilgin, N. (2006). "Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar". 2. Baskı. Ankara: Siyasal Kitabevi.
Çeşitli Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Kitapları
Seçilen konularda içerik analizi tekniği kullanarak makale yazma
Arasınav+Final

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 50	Alan Bilgisi	: 50

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tanışma ve ders ile ilgili bilgilendirme		Bilgin, N. (2006). "Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar". 2. Baskı. Ankara: Siyasal Kitabevi.Geray, H. (2011). "Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş İletişim Alanından Örneklerle". 3. Baskı. Ankara: Genesis Kitap.
2	Nitel ve Nicel Araştırma Yöntemleri		Bilgin, N. (2006). "Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar". 2. Baskı. Ankara: Siyasal Kitabevi.Geray, H. (2011). "Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş İletişim Alanından Örneklerle". 3. Baskı. Ankara: Genesis Kitap.
3	İçerik Nedir? İletişim ve medya alanında içerik nedir?		Bilgin, N. (2006). "Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar". 2. Baskı. Ankara: Siyasal Kitabevi.Geray, H. (2011). "Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş İletişim Alanından Örneklerle". 3. Baskı. Ankara: Genesis Kitap.
4	İçerik analizi türleri nelerdir?İçerik analizi tekniğinin uygulama adımları nelerdir?İçerik analizinde kategorilendirme ve kodlama nasıl yapılır?		Geray, H. (2011). "Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş İletişim Alanından Örneklerle". 3. Baskı. Ankara: Genesis Kitap.Bilgin, N. (2006). "Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar". 2. Baskı. Ankara: Siyasal Kitabevi.
5	Gazete haberlerinde içerik analizi nasıl yapılır?Gazete haberlerinde içerik ne şekilde analiz edilir?		Geray, H. (2011). "Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş İletişim Alanından Örneklerle". 3. Baskı. Ankara: Genesis Kitap.Bilgin, N. (2006). "Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar". 2. Baskı. Ankara: Siyasal Kitabevi.
6	Sinema filmlerinde ürün yerleştirme uygulamalarının içerik analizi ile çözümlenmesi		Geray, H. (2011). "Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş İletişim Alanından Örneklerle". 3. Baskı. Ankara: Genesis Kitap.Bilgin, N. (2006). "Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar". 2. Baskı. Ankara: Siyasal Kitabevi.
7	Televizyon, gazete, internet vb. reklamlarının içerik analizi ile analiz edilmesi.		Geray, H. (2011). "Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş İletişim Alanından Örneklerle". 3. Baskı. Ankara: Genesis Kitap.Bilgin, N. (2006). "Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar". 2. Baskı. Ankara: Siyasal Kitabevi.
8	Arasınav		Geray, H. (2011). "Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş İletişim Alanından Örneklerle". 3. Baskı. Ankara: Genesis Kitap.Bilgin, N. (2006). "Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar". 2. Baskı. Ankara: Siyasal Kitabevi.Notes and Presentations

Ders İçin Önerilen Diğer Dersler

HİT2031 Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Öğrenciler medya içeriği veya iletişim bilimlerinde içerik kavramlarını bilir ve bu içeriklerin farkına varır.
Ö02	Öğrenciler çeşitli medyalarından gelen içeriklerini analiz edebilir.
Ö03	Öğrenciler gazete haberlerinde içerik analizi tekniğini kullanabilir.
Ö04	Öğrenciler sinema filmlerinde ürün yerleştirme uygulamalarını içerik analizi tekniği kullanarak çözümler.
Ö05	Öğrenciler televizyon, dergi, internet vb. reklamlarının içerik analizi tekniği kullanarak analiz edebilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kurumsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3063 İkna Edici İletişim ve Retorik					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	HİT3063	İkna Edici İletişim ve Retorik	2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM		Dr.Öğr.Üyesi Şebnem Özdemir		

Dersin Amacı :

İkna ve retorikğin tarihsel gelişimini incelemek ve iknanın iletişim bilimlerinde kullanımını gözden geçirmektir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Retorikğin temelleri, eski Yunan ve modern toplumlarda retorik, iknanın temelleri, argümantasyon

Dersin Kaynakları

Kaynakları	Safsatalar - Tervik Uyar
	Retorik - Aristoteles
	İknanın Psikolojisi - Robert Cialdini
	Retorik - Aristoteles İknanın Psikolojisi - Robert Cialdini

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 50	Alan Bilgisi	: 50

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Retorik ve ikna kavramı		
2	Ethos, Pathos, Logos Kavramları		
3	İknanın Bileşenleri		
4	Mantıksal Safsatalar		
5	Mantıksal Safsatalar		
6	Mantıksal Safsatalar		
7	Ara Sınav		
8	Propaganda Teknikleri		
9	Medya ve İkna		
10	Pazarlama ve İkna		
11	İletişim Kampanyaları ve İkna		
12	İkna Araştırmaları		
13	İkna Araştırmaları ve Vaka Analizi		
14	Final Sınavı		

Ders İçin Önerilen Diğer Dersler

ADS-1 Alan Dışı Seğmeli Ders

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Retorik kavramını öğrenir
Ö02	Herhangi bir söylemde kullanılan argümanları analiz edebilir
Ö03	İkna unsurlarını öğrenir, ikna edici iletişim becerisini geliştirir

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	1	1	1
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yükü			3
AKTS Kredisi			0

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları		
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.		

	P15	P19
Tüm	5	5
Ö01	5	5
Ö02	5	5
Ö03	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

İletişim ve Yabancılaşma					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	HİT3033	İletişim ve Yabancılaşma	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör.Dr. Meltem Yılmaz Bilecen	

Dersin Amacı :

Gündelik hayat örüntüsünü ele geçirmiş olan yabancılaşma kavramı hakkında kuramsal bir bakış açısı sağlayabilmektedir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

yabancılaşma kavramı farklı disiplinlerden faydalanılarak başta emek olmak üzere mekana ve kültüre yabancılaşma özelinde tartışılmaktadır.

Dersin Kaynakları

Kaynakları Bertell Ollman Yabancılaşma,Karl Marx Kapital

1

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 60	Alan Bilgisi	: 40

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Dersin genel çerçevesinin belirlenmesi		
2	Doğa ve kültür ayrımı		
3	Marksist paradigmada yabancılaşma ve meta fetişizminin yeri		
4	Devlet eliyle kültürel yabancılaşma- Batmayan Güneş Zeki Müren Belgeselinin izlenmesi		
5	Emeğe ve mekana yabancılaşma- Bir Ayrılık, Bir Yoksulluk Bir Ölüm Belgeseli: Neşet Ertaş		
6	Emeğe ve mekana yabancılaşma- Bir Ayrılık, Bir Yoksulluk Bir Ölüm Belgeseli: Neşet Ertaş		
7	Emeğe ve mekana yabancılaşma- Bir Ayrılık, Bir Yoksulluk Bir Ölüm Belgeseli: Neşet Ertaş		
8	Vize Sınavı		
9	Popüler Kültür ve Alt Kültür		
10	Popüler Kültür ve Yabancılaşma Bir Yudum İnsan Müslüm Gürses Belgeseli		
11	Alt Kültür ve Yabancılaşma		
12	Yalnızlık, kopma, ötekinin dışlanması		
13	Genel Değerlendirme		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Yabancılaşma kavramını tanımlar
Ö02	Kültür kavramını tanımlar
Ö03	Doğa ve kültür arasındaki ayrımı anlar
Ö04	Türkiye'deki siyasal ve toplumsal dönüşümü gözlemleyebilir
Ö05	Yabancılaşmada kitle iletişim araçlarının rolünü tespit edebilir

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	2	50	100
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	50	50
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50	50
Toplam İş Yükü			200
AKTS Kredisi			7

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları							
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.							

	P03	P04	P11	P17	P23	P24	P26
Tüm	5	5	5	5	5	5	5
Ö01	5	5	5	5	5	5	5
Ö02	5	5	5	5	5	5	5
Ö03	5	5	5	5	5	5	5
Ö04	5	5	5	5	5	5	5
Ö05	5	5	5	5	5	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3025 Mesleki Yabancı Dil - III					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	HİT3025	Mesleki Yabancı Dil - III	2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör.Dr. Ömer AYDINLIOĞLU	

Dersin Amacı :

Öğrencileri kendilerini İngilizce olarak ifade edebilmelerini sağlamak ve iletişim, halkla ilişkiler alanlarında karşılaşılabilecekleri kavramlar konusunda bilgi vermektir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Dersin içeriği halkla ilişkiler, medya, reklam, pazarlama, gazetecilik, sinema vb. iletişim başlığı altındaki pek çok konuda karşılaşılabilecek kavramlardır.

Dersin Kaynakları

Kaynakları	
Business Start-Up 1 Student's Book	
Business Start-Up 1, Cambridge University Press	
Ders Kitabı, kişisel kaynak	
Ders Kitabı Etkinlikleri	
Ara sınav, Final	

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	:	Alan Bilgisi	: 100

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Karşılaşma ve insanlar ile tanışma		
2	Sayılar, telefon ve e-mail adresini ifade etme		
3	Mesleğin hakkında konuşma, Günlük rutinlerden bahsetme		
4	Bilgi ve İnternet Kullanımı		
5	Yerler ve Yön ifade etme		
6	İş yerindeki yaşam ve etkinlikler		
7	Toplantı ve organizasyon düzenleme		
8	Ara sınav		
9	Geçmiş olaylar ile ilgili konuşma		
10	İletişim ve bilgi paylaşımı		
11	İlerleme, kıyaslama yapma		
12	Plan yapma ve gelecek ile ilgili konuşma		
13	Satış yapma ve sipariş verme		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Kendisini İngilizce olarak tanıtabilir.
Ö02	Telefon, faks numarasını ve e mail adresini İngilizce ifade edebilir.
Ö03	Günlük hayatında yaptığı eylemlerden İngilizce olarak bahsedebilir.
Ö04	Yabancı bir ülkede yiyecek veya içecek siparişi verebilir.
Ö05	Geleceğe yönelik plan veya organizasyonları İngilizce ifade edebilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3027 Propaganda Teknikleri					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	HİT3027	Propaganda Teknikleri	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM		Doç.Dr. Zekiye Tamer Gencer		

Dersin Amacı :

1. İkna ve propagandayı birer iletişim modu ve tarihsel, toplumsal ve kültürel olgular olarak kavramak 2. İkna ve propagandanın aralarındaki fark ve benzerlikleri anlamak 3. İletişimde ikna ve propaganda tekniklerini kavramak

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Bu ders ikna ve propaganda süreçlerini anlamayı ve bu yolla fikir, söylem ve iletişimin doğasıyla ilgili sorular sormayı amaçlar. Ders ikna ve propagandayı birer iletişim modu olarak tartışmaya açmak, bu kavramların toplumsal ve kültürel imalarını incelemek ve gündelik konuşmalardan siyasi kampanyalara kadar farklı iletişim alanlarında ikna ve propagandanın mekanizmalarını analiz etmek üzere tasarlanmıştır.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	Dersin öğretim elemanı tarafından verilecektir. Dersin öğretim elemanı tarafından verilecektir. İkna Çağı: Propagandanın Gündelik Kullanımı ve Suistimali - Anthony Pratkanis & Elliot Aronson Yok Ara Sınav ve Yarıyıl Sonu Sınavı
------------------	---

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 40	Alan Bilgisi	: 60

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	İkna ve Propaganda nedir?		
2	Propagandanın dünya tarihindeki yeri nedir?		
3	Siyaset, savaş, medya ve propaganda		
4	Kara propaganda ve beyaz propaganda		
5	Propaganda teknikleri		
6	İkna ve propaganda arasındaki farklar ve benzerlikler		
7	İknanın kültürel ve kurumsal kodları		
8	İknanın ve propagandanın iktidarla ilişkisi		
9	Gündelik yaşamda ikna ve propaganda		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	İkna ve propagandayı birer iletişim modu olarak tanımlayabilmek
Ö02	Propagandanın dünya tarihindeki yerini bilmek
Ö03	İkna ve propagandayı belirleyen kültürel ve toplumsal öğelerini tespit edebilmek
Ö04	İletişimde ikna ve propagandanın farklarını ve benzerliklerini tespit edebilmek
Ö05	İkna ve propaganda tekniklerini yazılı, sözlü ve görsel iletişimde tespit edebilmek
Ö06	İkna ve propaganda tekniklerini yazılı, sözlü ve görsel iletişimde kullanabilmek

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemi kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilmek.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yüğü			30
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
Ö01	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
Ö02	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
Ö03	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
Ö04	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
Ö05	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
Ö06	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3037 Reklam Fotoğrafçılığı					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	HİT3037	Reklam Fotoğrafçılığı	2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör. Hacı Hasan Saf	

Dersin Amacı :
Reklam fotoğrafçılığının aktarılması.
Öğretim Yöntem ve Teknikleri :
Reklam fotoğrafçılığı.

Dersin Kaynakları

Kaynakları	
Reklamda fotoğraf	
Reklamda Fotoğrafçılık	
Reklamda Fotoğrafçılık	
Fotoğraf Çekimi	
Ara sınav/Final sınavı	

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 10	Alan Bilgisi	: 90

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Reklam fotoğrafçılığı		Reklam görselleri Reklamda Fotoğrafçılık

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
001	Reklam fotoğrafçılığının kavranması

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	2	45	90
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	0	0	0
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	0	0
Toplam İş Yükü			90
AKTS Kredisi			3

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları							
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.							

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07
Tüm	5	5	5	5	5	5	5
Ö01	5	5	5	5	5	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3043	Reklam Kampanyaları Analizi				
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	HİT3043	Reklam Kampanyaları Analizi	3	3	6

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör. Özal Karadeniz	

Dersin Amacı :

Temel reklamcılık bilgileriyle donanmış öğrencilerin farklı ürün ve markalar için yapılmış olan reklam kampanyalarını mesleki açıdan doğru şekilde değerlendirmeleri amaçlanmaktadır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Her hafta bir sektörde faaliyet gösteren markaların iyi ve kötü reklam kampanyaları analiz edilecektir.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	
Atilla Aksoy; Yeni Reklamcılık, Bilgi Üniversitesi Yayınları.	
Printed and digital advertisements	
Ara sınav, Yarıyıl Sınavı	

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 40	Alan Bilgisi	: 60

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Kampanya özeti.		
2	Araba reklamları		
3	İçecek reklamları		
4	Abur cubur reklamları		
5	Sakız reklamları		
6	Sigorta reklamları		
7	Eğitim kurumlarının reklamları		
8	Ara Sınav		
9	Kişisel bakım ürünleri reklamları		
10	Enerji firmalarının reklamları		
11	Bankacılık reklamları		
12	Kıyafet markalarının reklamları		
13	Kamu spotları		
14	Final		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Bu dersi alan öğrenciler bir reklam kampanyasının profesyonel olarak nasıl değerlendirilmesi gerektiğini kavrar.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	14	2	28
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	20	20
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	20	20
Toplam İş Yükü			96
AKTS Kredisi			3

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları					
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.					

	P03	P04	P16	P18	P19
Tüm	5	5	5	5	5
Ö01	5	5	5	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3065	Reklam Yapım Teknikleri			T+U	Kredi	AKTS
Yarıyıl	Kodu	Adı				
5	HİT3065	Reklam Yapım Teknikleri		2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör. Özal Karadeniz	

Dersin Amacı :

Bu ders radyo, televizyon, basılı ve dijital mecralar için uygun reklam tekniklerini anlamayı amaçlar.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Yaratıcı süreç, reklam metni yazımı, radyo reklamları, televizyon reklamları, afişler ve dijital reklamlar.

Dersin Kaynakları

Kaynakları	
Uğur Batı, Reklamın Dili. Alfa.,Jim Aitchison, Basın İlanı Böyle Yapılır. Okuyan Us,Ferah Onat, Dijital Çağda Halkla İlişkiler Yazarlığı. Nobel.,John Hegarty, Reklam. MediaCat.	
Müge Elden, Reklam Yazarlığı. İletişim	

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 30	Alan Bilgisi	: 70

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Yaratıcılık nedir?		
2	Reklam ve metaforlar		
3	Reklam yazarlığı hakkında		
4	İyi reklamlar yapmanın anahtar noktaları		
5	Radyo ve televizyon reklamları		
6	Vize ödevlerinin belirlenmesi		
7	Vize ödevlerinin teslimi		
8	Fikir nasıl bulunur		
9	İkna edici mesajların anahtar noktaları		
10	Reklam çekicilikleri		
11	Başarılı afişler		
12	Başarılı dijital reklam örnekleri		
13	Final ödevlerinin belirlenmesi		
14	Final ödevlerinin teslimi		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Bu dersi alan bir öğrenci reklam veya halkla ilişkiler yazarı olup olamayacağına karar verebilecektir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	0	%0
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	6	%100
Devam	0	%0
Uygulama	6	%100
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	%0
Toplam		%200

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	12	3	36
Sınıf Dışı Ç. Süresi	6	4	24
Ödevler	6	2	12
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	0	0	0
Uygulama	6	6	36
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	0	0
Toplam İş Yükü			108
AKTS Kredisi			4

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	3	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	1	5	5	1



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3053 Reklamda Yaratıcılık					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	HİT3053	Reklamda Yaratıcılık	2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör. Hacı Hasan Saf	

Dersin Amacı :
Reklamda Yaratıcı Stratejiler
Öğretim Yöntem ve Teknikleri :
Reklamda Yaratıcılık

Dersin Kaynakları	
Kaynakları	Yaratıcılık Reklamda Yaratıcı Yaklaşımlar Reklamda Yaratıcılık Reklamda Yaratıcı Yaklaşımlar Vize/final

Ders Yapısı			
Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 15	Alan Bilgisi	: 85

Ders Konuları			
Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Reklamda Yaratıcılık		Reklamda Yaratıcı Stratejiler Reklamda Yaratıcılık

Dersin Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
001	Reklamda yaratıcı yaklaşımların öğrenilmesi.

Programın Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	2	45	90
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	0	0	0
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	0	0
Toplam İş Yüğü			90
AKTS Kredisi			3

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları						
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.						

	P01	P02	P03	P04	P05	P06
Tüm	5	5	5	5	5	5
Ö01	5	5	5	5	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3047 Sanat Tarihi					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	HİT3047	Sanat Tarihi	2	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM		Doç.Dr. Zekiye Tamer Gencer		

Dersin Amacı :

Dersin amacı sanatın tanımı ve sanatın geçmişten günümüze toplumlarda nasıl bir anlayışa sahip olduğunu anlatmaktır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Dersin içeriğini sanatın tanımı doğuşu ve gelişimi oluşturmaktadır. Bunlara ek olarak, sanatın günümüz toplumlarında nasıl yorumlandığı irdelenecektir.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	Çevrimiçi Kaynaklar
	Dökümanlar bölümünde belirtilen kaynaklar ve çevrimiçi malzemeler Ernst H. Gombrich, Sanatın Öyküsü, İstanbul:Remzi Kitabevi

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 20	Alan Bilgisi	: 80

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tarih Öncesi, ilkel topluluklardan örnekler		
2	Mısırda Sanat Anlayışı		
3	Antik Yunan'da ve Roma'da Sanat, Heykel		
4	Roma ve Bizans'ta Sanat		
5	Doğu'da sanat: İslam ve Çin dünyasında sanat anlayışı		
6	Rönesans		
7	Avrupa'da Sanat Anlayışı ve Gelişimi		
8	Barok ve Rokoko		
9	Modernizm		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Öğrenciler dersin sonunda sanatın tarih içinde nasıl bir süreçten geçtiğini öğrenecektir.
Ö02	Öğrenciler geçmişten günümüze tarihte önemli yerlere sahip olan sanatçıları tanımış olacaklar.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilmek.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kurumsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yükü			30
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları				
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.				

	P02	P16	P24	P26
Tüm	3	5	3	3



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3049 Sanat Yönetimi					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	HİT3049	Sanat Yönetimi	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Ozan Özpay	

Dersin Amacı :

Öğrencinin, sanat eserinin tanımlanması, yönetilmesi ve kamuya sunulması süreçlerini kavraması ve değerlendirmesi.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Sanat eserlerinin kuramsal ve uygulamalı olarak tanıtılması, sanat kurumları işletmeciliği, sergileme yöntemleri, tanıtım, iletişim ve pazarlama yöntemleri ele alınmaktadır.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar

H. Honour & J. Fleming "Dünya Sanat Tarihi",E.H. Gombrich, "Sanatın Öyküsü"
PowerPoint sunum, ders notları.
Prof.Dr.Fethiye ERBAY ; Sanat Yönetimi'nin Boyutları, İstanbul Kültür Üni.Yayınları.2009, Ders notları.

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 40	Alan Bilgisi	: 30

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tanışma ve dersin içeriği, amacı ve işleniş biçimiyle ilgili bilgilendirme.		
2	Sanat ve sanatçılar		Ders notları.
3	Sanat tarihine giriş.		Ders notları, ders kitabı.
4	Tarih öncesi topluluklar ve sanat algısı.		PowerPoint sunum ve ders notları.
5	Mısır, Mezopotamya ve Girit'de üslup farklılıkları.		PowerPoint sunum, ders kitabı, ders notları.
6	Yunanistan ve Roma'da sanat.		PowerPoint sunum, ders notları.
7	Görsel çözümlenmeler.		PowerPoint sunum.
8	Görsel çözümlenmeler.		Powerpoint sunum.
9	Ortaçağ'dan Sanayi Devrimine Avrupa sanatı.		Powerpoint sunum, ders notları, ders kitabı.
10	Sanat yönetimi ve çağdaş sanat pratiği.		Ders notları.
11	Gösteri ve sergileme teknikleri.		Ders notları.
12	Sanat kurumlarının gelişim süreci.		Ders notları.
13	Türk-İslam sanatı.		Powerpoint sunum, ders notları.
14	Reklam ajanslarında sanat yönetimi.		Ders notları.

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Estetik ve Sanat hakkında bilgiye sahiptir.
Ö02	Sanat tarihinin temel kavramları hakkında bilgiye sahip olmak.
Ö03	Sanat eserlerini yorumlamak için teorik bilgiye sahip olmak.
Ö04	Mesleğinin tarihsel gelişimi konusunda bilgi sahibidir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakif olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	10	2	20
Sunum/Seminer Hazırlama	5	2	10
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	6	2	12
Laboratuvar	5	2	10
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yükü			82
AKTS Kredisi			3

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	2	1	3	1	2	1	1	1	1	2	1	2	4	3	5	1	2	5	1	1	1	2	4	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3055	Sponsorluk			T+U	Kredi	AKTS
Yarıyıl	Kodu	Adı				
5	HİT3055	Sponsorluk		2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör.Dr. Ömer AYDINLIOĞLU	

Dersin Amacı :

Bu dersin amaçları, sponsorluğun tanımını yaparak türleri, amaçları, ilintili olduğu diğer kavramlar ile benzer ve farklı yönleri ile ilgili bilgi vermek ve sponsorluğu halkla ilişkiler perspektifinden değerlendirmektir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Sponsorluk kavramı, tarihsel gelişimi, sponsorluk amaçları ve alanları, sponsorluk süreci ve bu süreçte yapılması gerekenler, çeşitli sponsorluk örnekleri bu dersin içeriğini oluşturmaktadır.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar

Peltekoğlu, B. F. (2012). Halkla İlişkiler Nedir?, İstanbul: Beta Yayınları, Okay, A. Sponsorluk, İstanbul: Der Yayınları
Aydemir Okay, Sponsorluk, İstanbul: Der Yayınları
Ders Kitabı
Arasınan, Final

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 20	Alan Bilgisi	: 80

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tanışma, ders hakkında genel bilgi ve kaynaklar		
2	Sponsorluk kavramının tanımı ve sponsorluğun tarihsel gelişimi		
3	Meselik, hayirseverlik, bağlılık, sosyal pazarlama ve nedene dayalı pazarlama ile sponsorluk ilintisi		
4	Sponsorluk türleri olarak spor, çevre, kültür-sanat, etkinlik, program vb. sponsorlukları		
5	Sponsorluğun Amaçları		
6	Sponsorluğun reklam, halkla ilişkiler ve pazarlama amaçları		
7	Sponsorluk planlaması		
8	Ara sınav		
9	Sponsorluk dosyasında yer alması gerekenler		
10	Sponsorluğun hedef kitlesi ve bütçesi		
11	Bir sponsorluk uygulaması analizi		
12	Sponsorluk faaliyeti analizi		
13	Sponsorluk faaliyetinde dikkat edilmesi gereken hususlar		
14	Final sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Sponsorluğun ve meseliğin tanımını bilir
Ö02	Sponsorluğun niteliklerini bilir
Ö03	Sponsorluğun önemini kavrar.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündeme ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına katkı sağlamak ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilmek.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3057 Türkiye'nin Yönetim Yapısı					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	HİT3057	Türkiye'nin Yönetim Yapısı	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör. Hacı Hasan Saf	

Dersin Amacı :
Türkiye'nin Yönetim Yapısının öğrencilere öğretilmesi
Öğretim Yöntem ve Teknikleri :
Türkiye'nin yönetim yapısındaki anayasal değişimler

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	
	The text book of Turkey's Administrative Structure
	Türkiye'nin Yönetim Yapısı kitabı
	Türkiye'nin Yönetim Yapısı kitabı
	Türkiye'nin Yönetim Yapısı kitabının okunması
	Vize/Final

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 80	Alan Bilgisi	: 20

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Türkiye'nin Yönetim Yapısı Şeması		Türkiye'nin Yönetim Yapısı Şemasının Okunması Türkiye'nin Yönetim Yapısı ders kitabı

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
001	Türkiye'nin Yönetim Yapısının öğrenilmesi

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3035 Web Tasarımı					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	HİT3035	Web Tasarımı	2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör. ÖZCAN BATCI	

Dersin Amacı :

Web sitesi hazırlayabilmek için gerekli temel programlama bilgisinin verileceği bu derste İnternet ve özellikle de web kavramının içinde bulunduğduğu teknolojiler ile bu teknolojilere teorik ve pratik yaklaşımlar incelenecektir. Öncelikle web tasarım ilkelerinden başlanarak tasarım, renk, tipografi gibi işin sanatsal altyapısı verilecek, daha sonra HTML 'in doğuşu, gelişimi, kullanılan yardımcı programlar ve temel doküman yapısına değinildikten sonra HTML komutlarına giriş yapılacaktır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Web Tasarım İlkeleri, Web Kavramı ve HTML 'e Giriş, HTML Komutları, Ekleniler ve CSS (Cascaded Style Sheets), JavaScript

Dersin Kaynakları

Kaynakları

Web Tasarım Kılavuzu - Erkan BALABAN - Pusula Yayıncılık, Web Tasarımı ve Web Programlama - Uğur Gelişken - Level Yayınları
Ders notları öğrenciler ile haftalık olarak paylaşılacaktır.

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	: 50	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	:	Alan Bilgisi	: 50

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	İnternet ve WEB Tanımları, Htm'l'nin Temel Etiketleri		Yok
2	Htm'l Temel Etiketleri Metin ve Görünüm Etiketleri		Yok
3	Metin ve Görünüm Etiketleri, Bağlantı (Köprü) Oluşturma		Yok
4	Bağlantı (Köprü) Oluşturma, Tablo İşlemleri		Yok
5	Tablo İşlemleri ve Formlar		Yok
6	Formlar		Yok
7	Çerçeveler		Yok
8	Çoklu Ortam Araçları		Yok
9	Çoklu Ortam Araçları		Yok
10	Stil Şablonu(CSS) Temelleri		Yok
11	Stil Şablonu(CSS) Temelleri		Yok
12	Javascript ve Menü İşlemleri		Yok
13	Domain Hosting ve Server İşlemleri		Yok

Ders İçin Önerilen Diğer Dersler

HİT3015 Grafik Tasarım - I

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Hedef kitle, ihtiyaç analizi ve özgün fikir üretimiyle başlayan web tasarım sürecinin teknik boyutunda ihtiyaç duyulan bilgilere sahip olmak.
Ö02	Farklı ekran çözümlüklerine, tarayıcı ve web standartlarına uyumlu tasarım mantığını kavrama
Ö03	Web Tasarımcılığı teknik boyutu dışında farklı yönlerden bakabilmeyi öğrenme

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündeme ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%20
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	1	%20
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	13	3	39
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	10	3	30
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	1	2	2
Laboratuvar	6	3	18
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	0	0
Toplam İş Yükü			90
AKTS Kredisi			3

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları			
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.			

	P16	P19	P21
Tüm	3	3	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

Yeni Medya Yaklaşımları					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	HİT3051	Yeni Medya Yaklaşımları	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM		Doç.Dr. Zekiye Tamer Gencer		

Dersin Amacı :

Derste Yeni Medya ile birlikte değişen iletişim teknolojilerinin günümüz toplumlarında sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda yol açtığı değişimler öğrencilere eleştirel bir anlayışla kavratılmaya çalışılacaktır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Öğrencilere dersin amaçlarıyla örtüşen şekilde konuyla alakalı okumalar yaptırılıp derste tartışılacaktır.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar

Aydoğan, F. (Ed.). (2017). Yeni Medya Kuramları İstanbul: DER
Aydoğan, F. (Ed.). (2017). Yeni Medya Kuramları İstanbul: DER
Aydoğan, F. (Ed.). (2017). Yeni Medya Kuramları İstanbul: DER

Ara Sınav ve Yarıyıl Sonu Sınavı

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 60	Alan Bilgisi	: 40

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Giriş		
2	Yeni Medya Yakınsaması		
3	Web'in Tarihi		
4	Yeni Medya ve Bilgi Toplumu Tartışması		
5	Yeni Medyada Gözetim		
6	Fikri Haklar		
7	Sosyal Medya		
8	Yeni Medya ve Kuşaklar		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No Açıklama

Ö01	Yakınsama, iletişim ve sayısallaşmanın günlük yaşama etkisi üzerindeki tartışmaları eleştirel bir gözle değerlendirme becerisine sahip olmak
Ö02	Yeni Medya'nın temellerine hakim olmak
Ö03	Konvansiyonel medyadan yeni medyaya geçişin etkilerini kavramak

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No Açıklama

P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	0	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yüğü			30
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
Ö01	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4
Ö02	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
Ö03	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3058	Girişimcilik			T+U	Kredi	AKTS
Yarıyıl	Kodu	Adı				
6	HİT3058	Girişimcilik		2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM		Doç.Dr. Zekiye Tamer Gencer		

Dersin Amacı :

Girişimcilikle ilgili temel bir giriş vermek. Öğrencileri kendi işlerini kurma yolunda teşvik etmek.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Girişimcilerin karakteristik özellikleri, girişimciliğin ekonomideki yeri, iş planı geliştirme ve yeni iş kurma

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	
	Dersin öğretim elemanı tarafından verilecektir.
	Dersin öğretim elemanı tarafından verilecektir.
	Dersin öğretim elemanı tarafından verilecektir.
	Yok
	Ara Sınav - Yarıyıl Sonu Sınavı

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 60	Alan Bilgisi	: 40

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Temel girişimcilik kavramlarına giriş		
2	Birey olarak girişimci		
3	Girişimcilik süreci		
4	İş planı geliştirme		
5	Yenilikçilik ve fırsat		
6	Girişimcilik için kaynaklar		
7	Çevre Analizi		
8	Pazarlama Araştırması		
9	Finansal Hazırlık		
10	Şirket hedeflerini geliştirme		
11	Şirket içi girişimcilik		
12	Yeni kurulmuş olan işletme için stratejik yönetim		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Bir işletme kurma sürecinin farkına varmak
Ö02	Girişimciliğin unsurlarını analiz etmek
Ö03	Temel girişimcilik tanımlama

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3018 Grafik Tasarım - II					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
6	HİT3018	Grafik Tasarım - II	2	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Yrd.Doç. Bora Özen	

Dersin Amacı :

Temel Fotoğrafçılık bilgileri üzerine estetik algı ile bilgisayar destekli foto-manupülasyonu uygulayabilmek.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Photoshop programı kullanarak çekilen fotoğraflar üzerinde yaratıcı çalışmalar gerçekleştirilebilir.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar Photoshop CS6, Kodlab Yayınları, 2016

Photoshop CS6 kitabı
bilgisayarda uygulama
vize final

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	:	Alan Bilgisi	: 100

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Photoshop programını tanıma, temel tool box'ların işlevlerini uygulama yaparak deneyimleme.		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
001	Photoshop programında temel tasarım bilgisine sahip olmak.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	21	4	84
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	1	2	2
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	2	2
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	2	2
Toplam İş Yüğü			90
AKTS Kredisi			3

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	5	4	4	5	5	4	3	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	5	3	5	3	4
Ö01	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3052 Haber Toplama ve Yazma Tek.					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
6	HİT3052	Haber Toplama ve Yazma Tek.	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör. BİLAL SERT	

Dersin Amacı :

Gelişen dünyanın özellikle düşüncede ve teknolojiye durmadan çağ atlaması, ulusların birbirleriyle ilişkilerinin sınırlarını kaldırarak düzeye gelmiştir. Burada en önemli görev medyaya düşmektedir. Bu ders, öğrencilerin medya ve gazeteciliği bir bütün olarak anlamaları için çerçeveler sunmaktadır. Bu derste öğrencilerin yazılı, görsel, yeni medya ve tüm diğer kitle iletişim araçlarında temel gazetecilik kavramını anlamaları, haber yazım tekniklerini kavramaları, iş etik ve ahlaka kurallarını bilmeleri, ulusal ve uluslararası insan merkezli haber olgusunu vurgulamayı amaçlamaktadır. Ayrıca gelişen global dünya düzendeğinde medya endüstrisi kavramı da aktarılacaktır. Yeni medya da haber içeriği oluşturulmasından da örnekler verilecektir. Böylelikle öğrenciler, geleneksel ve yeni medya kuruluşlarında görev başladığında, medya haberciliği, doğru haber yazım teknikleri ve içerik oluşturma konularında yeterli bilgi birikimine sahip olabileceklerdir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

1.hafta Gazete, Gazeteci ve Gazetecilik Tanımları.. 2.hafta Temel Gazetecilik ve haber kavramlarının tarihsel süreçleri 3.hafta Haberde bulunması gereken özellikler, haber yazma, 5N 1K Kuralı (Ne, Nerede, Neden, Ne zaman, Nasıl ve Kim?) 4.hafta Kitle İletişim Araçları ve gazetecilik 5. hafta Yazılı basında (Gazete, dergi, vb.) gazetecilik 6.hafta Görsel Basında (TV) gazetecilik 7.hafta Ara Sınav 8.hafta İhtisal Basında (radyo) gazetecilik 9.hafta Yeni medyada gazetecilik 10.hafta Haber yazma teknikleri, haber yazımında ters piramit, dörtgen ve normal piramit, kronolojik dizi, zincirleme düzen, blog paragraflar metotlar, insan merkezli habercilik 11.hafta Haber toplama (göreve giderken hazırlık, not tutma ve kayıt, araştırma, önem sırasına göre kurgulama) 12.hafta Haberde fotoğraf unsuru 13.hafta Medya endüstrisi ve gazetecilik 14.hafta Mesleki kurallar (basın etiği, dezenformasyon, sızılara saygı, özel hayatın gizliliği, kişisel çıkarların reddi. İftira ve hakaretten kaçınma, dış etkilere uzak durma vb.) 15.hafta Medyada dil ve ayrımcılık, haber söylemi 16.hafta Siyaset ve siyasetçilerle, hükümetle ilişkiler 17.hafta Önemli konulara bağlı olarak genel tekrar

Dersin Kaynakları

Kaynakları

-Tokgöz, Oya. Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Yayınevi. 2017. -Crowley, Heyer, David, Paul. İletişim Tarihi/Teknoloji-kültür-toplum. Ankara: Siyasal, 2001. -Uzun,Ruhdan. İletişim Etiği, sorunlar ve sorumluluklar.Ankara:Dipnot,2011 - Parsa, Seyide. TV Haberciliği ve Kuramları. İzmir,1993 -Oskey,Ünsal.İletişimin ABC'si. İstanbul, Der Publication,1997 -Oskey,Ünsal. Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri-Kuramsal Bir Yaklaşım.İst:Der,1993 -Mutlu, Erol. İletişim sözlüğü. Ankara:Sofos,2012

Tokgöz, Oya. Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Yayınevi. 2017. -Crowley, Heyer, David, Paul. İletişim Tarihi/Teknoloji-kültür-toplum. Ankara: Siyasal, 2001. -Uzun,Ruhdan. İletişim Etiği, sorunlar ve sorumluluklar.Ankara:Dipnot,2011 - Parsa, Seyide. TV Haberciliği ve Kuramları. İzmir,1993 -Oskey,Ünsal.İletişimin ABC'si. İstanbul, Der Publication,1997 -Oskey,Ünsal. Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri-Kuramsal Bir Yaklaşım.İst:Der,1993 -Mutlu, Erol. İletişim sözlüğü. Ankara:Sofos,2012

1 ARA SINAV 1 FİNAL

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 90	Alan Bilgisi	: 50

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Dersin kapsamıyla ilgili bilgilendirme		
2	Temel Gazetecilik ve haber kavramlarının tarihsel süreçleri		
3	Haberde bulunması gereken özellikler, haber yazma, 5N 1K Kuralı (Ne, Nerede, Neden, Ne zaman, Nasıl ve Kim?)		
4	Kitle İletişim Araçları ve gazetecilik		
5	Yazılı basında (Gazete, dergi, vb.) gazetecilik		
6	Görsel Basında (TV) gazetecilik		
7	Ara Sınav		
8	İhtisal Basında (radyo) gazetecilik		
9	Yeni medyada gazetecilik		
10	Haber yazma teknikleri, haber yazımında ters piramit, dörtgen ve normal piramit, kronolojik dizi, zincirleme düzen, blog paragraflar metotlar, insan merkezli habercilik		
11	Haber toplama (göreve giderken hazırlık, not tutma ve kayıt, araştırma, önem sırasına göre kurgulama)		
12	Haberde fotoğraf unsuru		
13	Medya endüstrisi ve gazetecilik		
14	Mesleki kurallar (basın etiği, dezenformasyon, sızılara saygı, özel hayatın gizliliği, kişisel çıkarların reddi. İftira ve hakaretten kaçınma, dış etkilere uzak durma vb.)		
15	Medyada dil ve ayrımcılık, haber söylemi		
16	Siyaset ve siyasetçilerle, hükümetle ilişkiler		
17	Önemli konulara bağlı olarak genel tekrar		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Öğrenciler gazetecilikle ilgili temel kavramlar hakkında bilgi sahibi olur.
Ö02	Gazeteciliğin tarihsel gelişim ve dönüşüm süreci hakkında bilgi sahibi olur ve bu süreç içinde gazeteciliğin toplumsal işlevi konularına hakim olur.
Ö03	Gazetecilikte temel ilkelerin oluşumu ve önemi hakkında bilgi sahibi olur ve gazetecilikle toplumsal sorumluluk arasında bağ kurabilir.
Ö04	Gazeteciliğin temel kurumları ve alt alanları hakkında bilgi sahibi olur. Alanın ulusal ve uluslararası kariyer olanakları hakkında fikir edinir.
Ö05	Temel gazetecilik pratikleri, haber üretim, dağıtım ve tüketim sürecini öğrenir.Günümüzün gereklerine göre alanın gerektirdiği bilgi, beceri ve yetkinlikler hakkında bilgi sahibi olur.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündeme ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açınsından sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.

P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	1	1	1
Ödevler	2	1	2
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	1	1	1
Laboratuvar	0	0	0
Proje	1	1	1
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yüğü			35
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları	
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.	

	P01
Tüm	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3044 Halkla İlişkiler Kampanyaları Analizi					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
6	HİT3044	Halkla İlişkiler Kampanyaları Analizi	3	3	6

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Doç.Dr. Zekiye Tamer Gencer	

Dersin Amacı :

1. Halkla ilişkilerde iletişim kampanyası tasarlanmanın kritik adımlarını öğrenmek 2. Halkla ilişkiler kampanyalarında stratejinin önemini kavramak 3. Kampanya tasarlama ve problem çözmede pratik yetiler kazanmak

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Bu derste halkla ilişkiler alanında iletişim kampanyalarına dair hem eleştirel hem de pratik bir anlayış geliştirecekler. Öğrenciler özellikle halkla ilişkiler profesyonellerinin kriz yönetimi, uluslararası halkla ilişkiler, medya, yatırımcı ve müşteri ilişkileri gibi alanlarda geliştirdikleri strateji ve kullandıkları taktikleri öğrenecekler. Başarılı bir iletişim kampanyası tasarlanmanın araştırma, bütçeleme ve değerlendirme gibi adımlarını öğrenmek ise bu dersin ana eksenini oluşturmaktadır. Öğrenciler örnek vakalar üzerinden eleştirel analiz ve problem çözme yetilerini de geliştirecekler.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	Aydede, Ceyda (2002), Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Kampanyaları, İstanbul: MediaCat Yayını.
	Aydede, Ceyda (2002), Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Kampanyaları, İstanbul: MediaCat Yayını.
	Aydede, Ceyda (2002), Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Kampanyaları, İstanbul: MediaCat Yayını.
	Yok
	Ara Sınav ve Yarıyılsonu Sınavı

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	: 0	Eğitim Bilimleri	: 0
Mühendislik Bilimleri	: 0	Fen Bilimleri	: 0
Mühendislik Tasarımı	: 0	Sağlık Bilimleri	: 0
Sosyal Bilimler	: 40	Alan Bilgisi	: 60

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Halkla ilişkiler alanının tarihi ve gelişimi		
2	Stratejik planlamanın Halkla İlişkiler için önemi		
3	Başarılı bir kampanyanın stratejik aşamaları		
4	Durum analizi		
5	Organizasyon analizi		
6	Hedef kitle analizi		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Bir yönetim işlevi olarak halkla ilişkiler ve stratejik iletişim kampanyaları arasındaki bağlantıyı somut olarak kurabilmek
Ö02	İletişim kampanyası değerlendirmesini yapabilmek
Ö03	İletişim kampanyası hazırlarken, yürütürken ve sunarken grup halinde çalışabilmek

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3062 İnsan Kaynakları Yönetimi					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
6	HİT3062	İnsan Kaynakları Yönetimi	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM		Öğr.Gör. Özal Karadeniz		

Dersin Amacı :

Bu ders insan kaynakları yönetiminin doğasını anlamayı amaçlar.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Bu ders bir kaynak olarak insan kavramını ve bu kaynağın yönetim sürecini içermektedir.

Dersin Kaynakları

Kaynakları	İnsan Kaynakları Yönetimi, İ. Ü. İşletme Fakültesi İnsan Kaynakları Yönetimi Anabilim Dalı Öğretim Üyeleri. Beta.
	İnsan Kaynakları Yönetimi, İ. Ü. İşletme Fakültesi İnsan Kaynakları Yönetimi Anabilim Dalı Öğretim Üyeleri. Beta.
	2

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 20	Alan Bilgisi	: 80

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	İnsan kaynakları yönetimine giriş		
2	İnsan kaynakları yönetimi ile personel yönetimi arasındaki farklar		
3	Kamu ve özel sektörde İKY		
4	İş analizi ve iş dizaynı		
5	İK planlaması ve işgören seçimi		
6	Eğitim ve geliştirme		
7	Ara sınav		
8	Performans değerlendirme		
9	Kariyer geliştirme		
10	Ücret yönetimi		
11	İş güvenliği ve işgören sağlığı		
12	İK'nin hukuki boyutları		
13	İş ilişkisinin sona ermesi		
14	Final sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Bu dersi alan öğrenciler insan kaynaklarının yönetilmesi için gerekenleri öğreneceklerdir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	28	392
Sınıf Dışı Ç. Süresi	24	24	576
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	45	45
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	45	45
Toplam İş Yükü			1058
AKTS Kredisi			44

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	3	1	5	4	3	5	2	4	5	1	4	5	1	5	5	3



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

Kurumsal İletişim					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
6	HİT3056	Kurumsal İletişim	2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM		Dr.Öğr.Üyesi Şebnem Özdemir	Dr.Öğr.Üyesi Şebnem Özdemir	

Dersin Amacı :

Kurumsal iletişimin teorik altyapısını ve işletmelerdeki stratejik rolünü anlatmak

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Kurumsal iletişim temel kavram ve teorileri Kurumsal iletişimin işletmelerdeki rolü İtibar Yönetimi

Dersin Kaynakları

Kaynakları Kurumsal İletişim Teoriden Pratiğe / Z. Beril Akıncı Vural , Mikail Bat

2
1
2

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 50	Alan Bilgisi	: 50

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Kurumsal İletişim nedir		
2	Stratejik İletişim		
3	Kimlik, marka, imaj, itibar yönetimi		
4	Kurumsal Reklam		
5	Medya İlişkileri		
6	Tekrar		
7	Vize Sınavı		
8	İç iletişim		
9	Kurumsal Sosyal Sorumluluk		
10	Aktivizm ve STK'lar		
11	Örnek vaka incelemesi		
12	Örnek Vaka İncelemesi		
13	Tekrar		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Kurumsal iletişimle ilgili teori ve yöntemleri uygulamayı öğrenmek.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%40
Toplam		%80

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	2	2
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	2	2
Toplam İş Yüğü			32
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları			
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.			

	P11	P13	P20
Tüm	5	5	4
Ö01	5	5	4



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3050 Popüler Kültür ve İletişim					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
6	HİT3050	Popüler Kültür ve İletişim	2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör.Dr. Meltem YILMAZ BILECEN	

Dersin Amacı :

Dersi alan öğrencilere popüler kültür hakkında hem kuram hem de pratik bağlamında genel bir bakış açısı kazandırmaktır. Bu sayede öğrencilerin hem kendi toplumlarının hem de başka toplumların medya ve teknolojiye bağlı olarak hayatın her aşamasını kuşatan popüler kültürü daha iyi anlamalarını sağlamak.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Kültür, popüler kültür, kitle kültürü ve medya

Dersin Kaynakları

Kaynaklar Popüler kültür Yüksek Kültür Herbert J. Gans

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 100	Alan Bilgisi	: 100

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Oryantasyon ve tanışma ve dersin genel konuları, yararlanılacak kaynak eserler, amaç ve alt amaçları üzerine konuşma.		
2	Kültür, kültürel değişim ve teknoloji		
3	Kültür ve toplumsal dönüşüm		
4	Popüler kültür kavramı ve tarihsel süreci		
5	Popüler kültüre yaklaşımlar		
6	Popüler kültür ve ideoloji		
7	Popüler kültür ve tüketim		
8	Serbest zaman etkinliği ve popüler kültür		
9	Popüler kültür, moda ilişkisi		
10	Vize Haftası		
11	Yarışma programları popüler kültür		
12	Diziler, filmler ve kültür emperyalizmi		
13	Toplumsal dönüşüm, yaşam tarzları, teknoloji ve popüler insan		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Popüler kültür ve medya arasındaki ilişkiyi açıklayabilir.
Ö02	Sosyal olayları ve olguları objektif değerlendirebilir.
Ö03	Toplumsal Değişmeyi rasyonel biçimde değerlendirebilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündeme ilişkin konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	2	90	180
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	0	0
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	0	0
Toplam İş Yükü			180
AKTS Kredisi			6

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P14	P17	P18	P24	P25	P26
Tüm	5	4	5	3	1	3	3	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5
Ö01	5									5		5	5	5	5	5	5
Ö02	5									5		5	5	5	5	5	5
Ö03	5									5		5	5	5	5	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3054	Radyo-Televizyonda Reklam Yapımı				
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
6	HİT3054	Radyo-Televizyonda Reklam Yapımı	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör. Özal Karadeniz	

Dersin Amacı :

Bu ders reklamcılık alanında radyo ve televizyona yönelik yaratıcı fikirler ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Televizyon ve radyo için reklam yazım teknikleri.

Dersin Kaynakları

Kaynakları

Müge Elden ve Murat Çelik, Reklam Ustaları 2. Detay Yayıncılık.,Jim Aitchison, Basın İlanı Böyle Yapılır. Okuyan Us,Müge Elden ve Uğur Bakır, Reklam Ustaları 1. Detay Yayıncılık.,Uğur Batı, Reklamın Dili. Alfa.

John Hegarty, Reklam. MediaCat. Luke Sullivan, Satan Reklam Yaratmak. MediaCat. Müge Elden, Reklam Yazarlığı. İletişim. Televizyon ve radyo reklamları

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 30	Alan Bilgisi	: 70

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Başarılı reklam örnekleri		
2	Başarılı reklam örnekleri		
3	Başarısız reklam örnekleri		
4	İyi reklamlar yapmanın anahtar noktaları		
5	Reklam yazarlığı		
6	Vize ödevlerinin belirlenmesi		
7	Vize ödevlerinin teslimi		
8	Fikir nasıl bulunur		
9	İkna edici mesajların anahtar noktaları		
10	Reklamın dili		
11	Reklam çekicilikleri		
12	Reklam çerçeveleri		
13	Final ödevlerinin belirlenmesi		
14	Final ödevlerinin teslimi		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Bu dersi alan bir öğrenci reklam veya halkla ilişkiler yazarı olup olamayacağına karar verebilecektir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	0	%0
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	6	%100
Devam	0	%0
Uygulama	6	%100
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	%0
Toplam		%200

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	12	3	36
Sınıf Dışı Ç. Süresi	6	4	24
Ödevler	6	2	12
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	0	0	0
Uygulama	6	6	36
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	0	0
Toplam İş Yükü			108
AKTS Kredisi			4

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	3	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	1	5	5	1



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3048	Reklam ve Halkla İlişkiler Yazarlığı				
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
6	HİT3048	Reklam ve Halkla İlişkiler Yazarlığı	3	3	6

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör. Özal Karadeniz	

Dersin Amacı :

Bu ders reklamcılık ve halkla ilişkiler alanlarında yaratıcı fikirler ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Reklam yazım teknikleri ve halkla ilişkiler yazarlığının kuralları.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar

Jim Aitchison, Basın İlanı Böyle Yapılır. Okuyan Us,Müge Elden, Reklam Yazarlığı. İletişim.,Ferah Onat, Dijital Çağda Halkla İlişkiler Yazarlığı. Nobel.,Uğur Batı, Reklamın Dili. Alfa.

John Hegarty, Reklam. MediaCat.
Televizyon reklamları ve basın bültenleri

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 30	Alan Bilgisi	: 70

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Başarılı reklam örnekleri		
2	Başarılı reklam örnekleri		
3	Başarısız reklam örnekleri		
4	İyi reklamlar yapmanın anahtar noktaları		
5	Reklam yazarlığı		
6	Vize ödevlerinin belirlenmesi		
7	Vize ödevlerinin teslimi		
8	Fikir nasıl bulunur		
9	İkna edici mesajların anahtar noktaları		
10	Halkla ilişkilerin dili		
11	Başarılı bülten örnekleri		
12	Başarısız bülten örnekleri		
13	Final ödevlerinin belirlenmesi		
14	Final ödevlerinin teslimi		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Bu dersi alan bir öğrenci reklam veya halkla ilişkiler yazarı olup olamayacağına karar verebilecektir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	0	%0
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	6	%100
Devam	0	%0
Uygulama	6	%100
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	%0
Toplam		%200

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	12	3	36
Sınıf Dışı Ç. Süresi	6	4	24
Ödevler	6	2	12
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	0	0	0
Uygulama	6	6	36
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	0	0
Toplam İş Yükü			108
AKTS Kredisi			4

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	3	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	1	5	5	1



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3066	Röportaj Teknikleri			T+U	Kredi	AKTS
Yarıyıl	Kodu	Adı				
6	HİT3066	Röportaj Teknikleri		2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Ömer AYDINLIOĞLU	

Dersin Amacı :

Bu dersin amacı röportaj ve röportaj tekniğine hakim bir şekilde bu tekniği etkili bir biçimde kullanabilmektir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Röportajın tarihçesi, röportaja hazırlık süreci, kaynağa ulaşma, kişi ve konu ile ilgili araştırma yapma, soru hazırlama, röportajı düzenleme gibi konular bu dersin içeriğini oluşturmaktadır.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar

Halkla İlişkiler Nedir? Filiz Balta Peltekoğlu, Beta Yayınları
Söyleşi mi Röportaj mı?- Pof. Dr. Atilla Girgin
Inside Reporting: A Practical Guide to the Craft of Journalism, TimHarrower, Mc Graw Hill.2007.
Ders Kitabı
Bir Konuk ile Röportaj Yapma
Arasınav, Final Sınavı

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 20	Alan Bilgisi	: 80

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tanışma ve Ders Hakkında Bilgilendirme		Söyleşi mi Röportaj mı?- Pof. Dr. Atilla Girgin Inside Reporting: A Practical Guide to the Craft of Journalism, TimHarrower, Mc Graw Hill.2007.
2	Röportaj ve Röportaj Tekniğinin Özellikleri		Söyleşi mi Röportaj mı?- Pof. Dr. Atilla Girgin Inside Reporting: A Practical Guide to the Craft of Journalism, TimHarrower, Mc Graw Hill.2007.
3	Söyleşi Kavramı ve Özellikleri		Söyleşi mi Röportaj mı?- Pof. Dr. Atilla Girgin Inside Reporting: A Practical Guide to the Craft of Journalism, TimHarrower, Mc Graw Hill.2007.
4	Röportaj ve Söyleşi Arasındaki Temel Farklar		Söyleşi mi Röportaj mı?- Pof. Dr. Atilla Girgin Inside Reporting: A Practical Guide to the Craft of Journalism, TimHarrower, Mc Graw Hill.2007.
5	Haber röportajı ve temel özellikleri		Söyleşi mi Röportaj mı?- Pof. Dr. Atilla Girgin Inside Reporting: A Practical Guide to the Craft of Journalism, TimHarrower, Mc Graw Hill.2007.
6	Araştırma röportajı ve örnekleri		
7	Röportajda fotoğraf çekiminin önemi		
8	Arasınav		
9	Biyografik röportaj		
10	Tarihi röportaj		
11	Macera veya kişisel öykü röportajı		
12	Magazin ve kültür- sanat röportajı		
13	Bir mekânla röportaj		
14	Dönemsonu Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Röportaj toplama ve yazma teknikleri konusunda temel bilgi ve becerileri tanımlar.
Ö02	Röportaj ve söyleşi arasındaki farkı öğrenir.
Ö03	Farklı mecralardaki röportajlar için yazma ve ifade etme becerilerini pratik eder
Ö04	Farklı medya metinleri için gerekli haber toplama ve yazma tekniklerini uygular
Ö05	Farklı mecralar için uygulama yapar.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.

P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%0
Toplam		%40

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	2	100	200
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	50	50
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50	50
Toplam İş Yükü			300
AKTS Kredisi			10

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3064	Sosyal Medya			T+U	Kredi	AKTS
Yarıyıl	Kodu	Adı				
6	HİT3064	Sosyal Medya		2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM		Doç.Dr. Zekiye Tamer Gencer		

Dersin Amacı :

Sosyal Medya kavramına bir giriş sağlamak, temel düzeyde öğrencilere sosyal medyanın iletişimin hangi alanlarında nasıl kullanıldığını anlatmak.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

İletişim araçlarının sosyal medya araçlarına kadar gelişimi, sosyal medya araçlarının neler olduğu ve kullanım alanları, sosyal medyanın kültürel ve toplumsal anlamda yarattığı yeni kavramlar, Halkla İlişkiler alanında sosyal medya araçlarının kullanım alanları.

Dersin Kaynakları

Kaynakları

Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş - Christian Fuchs
Ders notları dersin öğretim elemanı tarafından verilecektir.
Dersin öğretim elemanı tarafından verilecektir.

Ara Sınav ve Yarı Yıl Sonu Sınavı

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	: 0	Eğitim Bilimleri	: 0
Mühendislik Bilimleri	: 0	Fen Bilimleri	: 0
Mühendislik Tasarımı	: 0	Sağlık Bilimleri	: 0
Sosyal Bilimler	: 50	Alan Bilgisi	: 50

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Sosyal medyaya giriş		
2	Web 1.0. 1990larda internet		
3	Web 2.0		
4	Sosyal Paylaşım Siteleri		
5	Bloglar ve Microbloglar		
6	Sanal dünyalar		
7	Sosyal medyada halka ilişkiler		
8	Konum Hizmetleri		
9	Sosyal medya ve pazarlama		
10	Sosyal Medya ve Aktivizm		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Sosyal medyanın gelişimini ve sosyal medyanın temel kavramlarını tanımlayabilir.
Ö02	Sosyal medyada iletişim sürecini açıklayabilir.
Ö03	Farklı sosyal medya araçlarını ve bunların kullanımını açıklayabilir.
Ö04	Sosyal medyanın halkla ilişkiler alanında kullanımını betimleyebilir.
Ö05	Sosyal medyada analiz, ölçüm ve raporlama süreçlerini açıklayabilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yükü			30
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	4	4	5	5	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5
Ö01	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4
Ö02	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
Ö03	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
Ö04	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
Ö05	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3060 Söylem Analizi					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
6	HİT3060	Söylem Analizi	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Doç.Dr. Ahmet Güneş	

Dersin Amacı :

Bu ders söylem analizi alanını, alanın kapsamını, söylem alanı ile ilgili temel kavram ve terimleri tanımlar. Alanın tarihsel gelişimini yorumlar söylem çözümlemesi alanındaki farklı kuram ve yaklaşımları gözden geçirir bu alandaki belli başlı çalışmaları, bunların söylem analizi alanına katkılarını değerlendirir. Bu derste ayrıca, yazılı metin örnekleri üzerinde uygulamalı çözümlemeler yapılacak ve öğrencilerden ders bağlamında verilen bilgileri uyguladıkları bir çalışma yapmaları istenecektir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Söylem analizi

Dersin Kaynakları

Kaynakları

Van Dijk T.A. (2003) ?Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım?, Söylem ve İdeoloji, Barış Çoban ve Zeynep Özarslan (haz.) Nurcan Ateş (çev.), Su Yayınları, İstanbul
4. Özer, Ömer (2011). Haber Söylem İdeoloji: Eleştirel Haber Çözümlemeleri, İstanbul: Literatürk Yayınları

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 50	Alan Bilgisi	: 80

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Dersin kapsamı, içeriği ve işlenişine ilgili genel bilgi verilmesi ve konuya giriş		
2	Söylem üzerine yapılan tanımlar/tartışmalar		
3	Söylem-ideoloji ilişkisi ve haberlerde söylemin nasıl kurulduğuna ilişkin yaklaşımlar		
4	Söylem Türleri (Haber söylemi, gündelik söylem, spor söylemi, magazin söylemi vs.)		
5	Haber çözümleme Yönergesi üzerine tartışma		
6	Söylem analizine ilişkin örnek olay ve uygulamalar (Makro ve mikro yapı analizi)		
7	Midterm Exam		
8	Söylem analizine ilişkin örnek olay ve uygulamalar (Makro ve mikro yapı analizi)		
9	Seminer sunumu		
10	Seminer Sunumu		
11	Seminer Sunumu		
12	Seminer Sunumu		
13	Seminer Sunumu		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Söylem ve söylem çeşitleri hakkında bilgi sahibi olur
Ö02	Söylem ve ideoloji arasında ilişki kurabilir
Ö03	Haberlerde söylemin nasıl kurulduğunu öğrenir
Ö04	Söylem analizi ile ilgili temel kavramları bilir

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakif olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	2	50	100
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	50	50
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50	50
Toplam İş Yüğü			200
AKTS Kredisi			7

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları						
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.						

	P03	P13	P14	P18	P23	P24
Tüm	5	3	5	3	5	5
Ö01	5	3	5	3	5	5
Ö02	5	3	4	3	5	5
Ö03	5	3	4	3	5	5
Ö04	5	3	4	3	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT3046 Tüketici Davranışları					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
6	HİT3046	Tüketici Davranışları	3	3	6

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Sebnem Ozdemir	

Dersin Amacı :

Tüketici davranışı ve tüketici davranışının pazarlamadaki rolü ile ilgili temel konular hakkında bilgi vermek.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Tüketici Davranışına Giriş, Dış Faktörler, İç Faktörler, Tüketicinin Karar Verme Süreci, Endüstriyel Tüketici Davranışı

Dersin Kaynakları

Kaynakları Tüketici Davranışları - Gülfidan Barış / Yavuz Odabaşı

2
0
2

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 60	Alan Bilgisi	: 40

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tüketici davranışlarına giriş ve pazarlama stratejisi		
2	Algılama		
3	Öğrenme ve Hafıza		
4	Motivasyon ve İlgilenim		
5	Kişilik		
6	Değerler, Yaşam Biçimleri ve Kültür		
7	Ara Sınav		
8	Referans grupları, aile ve cinsiyet		
9	Satınalma Süreci		
10	Kültürler ve Kültürlerarası Etkiler		
11	Tüketici Davranışı ve Promosyon		
12	Vaka Analizi		
13	Vaka Analizi		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Bu dersin sonunda öğrenci tüketici davranışlarını tanımlayabilir. Tüketicilerin tutum, davranış ve algılarına göre pazarlama stratejilerini kullanabilir. Pazar araştırması sonuçlarını analiz edebilir. Pazar araştırması sonuçlarını pazarlama planında kullanabilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	2	2
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	2	2
Toplam İş Yükü			32
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları		
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.		

	P05	P08
Tüm	5	4
Ö01	5	4



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4057 Görsel Çözümleme					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
7	HİT4057	Görsel Çözümleme	2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Doç.Dr. Ahmet Güneş	

Dersin Amacı :

Bu derste göstergebilimin kuram ve ilkelerinin öğretilmesi amaçlanır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Düz anlam, yan anlam ve ideoloji

Dersin Kaynakları

Kaynakları Göstergebilime giriş, Fatma Erkman Akersoy

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 50	Alan Bilgisi	: 80

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tanışma		
2	Göstergebilim kavramı ve tarihçesi		
3	Gösterge türleri		
4	Anlamlandırma süreci		
5	Göstergebilim Kuramları		
6	Göstergebilim Kruamları		
7	ara sınav		
8	Anlatı çözümlemesi		
9	Dilsel gösterge		
10	Metin çözümlemesi		
11	Düz Anlam		
12	Yan Anlam		
13	İkonik göstergeler		
14	Örnek Analiz		
15	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Göstergebilimin ne olduğunu ve bu konuda çalışan kuramcıları öğrenir
Ö02	Gösterge türleri ve özelliklerini ve gösterge türlerinde kullanılan temel kavramları öğrenir
Ö03	Reklamda gösterge yaratma ve çözümlemeyi bilir
Ö04	Göstergebilimde anlamlandırma sürecini bilir, kodlar, kod türleri hakkında bilgi sahibi olur

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%40
Toplam		%80

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	2	50	100
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	50	50
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50	50
Toplam İş Yükü			200
AKTS Kredisi			7

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları						
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.						

	P08	P14	P16	P19	P24	P26
Tüm	5	5	5	5	5	5
Ö01	5	5	5	5	5	5
Ö02	5	5	5	5	5	5
Ö03	5	5	5	5	5	5
Ö04	5	5	5	5	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4021 Görsel Çözümlenmeler					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
7	HİT4021	Görsel Çözümlenmeler	2	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Doç.Dr. Ahmet Güneş	

Dersin Amacı :

Bu derste göstergebilimin kuram ve ilkelerinin öğretilmesi amaçlanır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Düz anlam, yan anlam ve ideoloji

Dersin Kaynakları

Kaynakları Göstergebilime giriş, Fatma Erkman Akersoy

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 50	Alan Bilgisi	: 80

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tanışma		
2	Göstergebilim kavramı ve tarihçesi		
3	Gösterge türleri		
4	Anlamlandırma süreci		
5	Göstergebilim Kuramları		
6	Göstergebilim Kruamları		
7	ara sınav		
8	Anlatı çözümlenmesi		
9	Dilsel gösterge		
10	Metin çözümlenmesi		
11	Düz Anlam		
12	Yan Anlam		
13	İkonik göstergeler		
14	Örnek Analiz		
15	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Göstergebilimin ne olduğunu ve bu konuda çalışan kuramcıları öğrenir
Ö02	Göstergebilim özelliklerini ve göstergebilimde kullanılan temel kavramları öğrenir
Ö03	Reklamda gösterge yaratma ve çözümlenmeyi bilir
Ö04	Göstergebilimde anlamlandırma sürecini bilir, kodlar, kod türleri hakkında bilgi sahibi olur

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%40
Toplam		%80

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	2	50	100
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	50	50
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	50	50
Toplam İş Yükü			200
AKTS Kredisi			7

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları						
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.						

	P08	P14	P16	P19	P24	P26
Tüm	5	5	5	5	5	5
Ö01	5	5	5	5	5	5
Ö02	5	5	5	5	5	5
Ö03	5	5	5	5	5	5
Ö04	5	5	5	5	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

İnternet Haberciliği					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
7	HİT4053	İnternet Haberciliği	2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör.Dr. Ömer AYDINLIOĞLU	

Dersin Amacı :

Dersin amacı, teknolojik gelişmelere paralel olarak gelişim gösteren internet haberciliğinin ne olduğu, taşınması gereken özellikleri ve nasıl bir mecrada sunulması gerektiğinin öğretilmesidir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Bu ders kapsamında dersin içeriği olarak internet, gazetecilik, internet gazeteciliği, dijital ve online haber portalları, sanal dünyada habercilik ve etik gibi konular ele alınacaktır.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar

Kalsın, B. Tüm Boyutlarıyla İnternet Haberciliği, Gece Kitaplığı
Ders notları, Tüm Boyutları ile İnternet Haberciliği, Haber Edinme Aracı Olarak İnternet Haberciliği
Ders Kitabı
Uygulama ve ödevler
Ara sınav, final

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 20	Alan Bilgisi	: 80

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tanışma ve ders hakkında bilgilendirme		
2	İnternet gazeteciliğinin tanımı ve özellikler		
3	İnternet Gazeteciliğinin Farklılaşan Yönleri		
4	İnternet gazeteciliğinin avantajları		
5	İnternet gazeteciliğinin dezavantajları		
6	Yeni medya ve internet gazeteciliği		
7	Online haber portalları ve internet siteleri		
8	Ara sınav		
9	Uygulamalı internet haber yazımı		
10	İnternet haberi yazma ve analiz etme uygulamaları		
11	İnternet haber sitesi analizi		
12	İnternet haber platformları ve sitelerinin gelir kaynakları		
13	İnternet haber siteleri ve portallarının hedef kitlesi		
14	Final		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	İnternet haberi ve haberciliği kavramlarını bilir.
Ö02	İnternet haber siteleri ve portallarını analiz edebilir.
Ö03	İnternet haberciliğinin avantaj ve dezavantajlarını bilir.
Ö04	Öğrenciler internet haberi yazabilir.
Ö05	İnternet haber sitesi gelir ve hedef kitlelerini tanıyabilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4019 Kamuoyu Araştırmaları					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
7	HİT4019	Kamuoyu Araştırmaları	2	2	4

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM		Doç.Dr. Zekiye Tamer Gencer		

Dersin Amacı :

Bu ders ile pazarlama ve halkla ilişkiler çalışmalarında ve projelerinde etkin kamuoyu araştırması nasıl yapılır, yöntemleri nelerdir öğretmektir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Kamuoyu nedir, nasıl oluşur? Kamuoyunda belirginleşen kanaatlerin araştırılması ve medyada yansımaları, Kanaat önderleri, iki basamaklı akış, kamuoyunun dördüncü kuvvet olarak yorumu, seçim ve kamuoyu araştırmaları arasındaki fark, medyada kamuoyu araştırmalarının sonuçlarının duyurulmasında uyulması gereken kurallar bu dersin içeriğini oluşturur.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar

Kamuoyu Araştırmaları ; Celinda C. Lake, Pat Callbek Harper ; 2002, Altınküre Yayınları; Ankara
amuoyu Araştırmaları ve Su Tüketimi Üzerine bir Uygulama ; İ. Esen Yıldırım ; 2010; Seçkin Kitabevi, Ankara
amuoyu Araştırmaları ve Su Tüketimi Üzerine bir Uygulama ; İ. Esen Yıldırım ; 2010; Seçkin Kitabevi, Ankara
yok
Ara Sınav ve Yarıyıl Sonu Sınavı

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	: 0	Eğitim Bilimleri	: 0
Mühendislik Bilimleri	: 0	Fen Bilimleri	: 0
Mühendislik Tasarımı	: 0	Sağlık Bilimleri	: 0
Sosyal Bilimler	: 40	Alan Bilgisi	: 60

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Bilimsel araştırma, Kamuoyu araştırmaları, kapsamı ve amaçları		
2	Araştırma süreci, Literatür taraması		
3	Araştırma modelinin belirlenmesi, Araştırma hipotezlerinin ifade edilmesi		
4	Araştırma desenleri		
5	Kalitatif Araştırma		
6	Kantitatif Araştırma		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Kamuoyu araştırmalarının ne olduğunu ve neden yapıldığını açıklayacak
Ö02	Araştırma etiğine sahip olacak
Ö03	Temel düzeyde de olsa bir kamuoyu araştırma projesi hazırlayabilecek

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kurumsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	1	14
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yükü			16
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	5	5	5	3	3	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4025 Mesleki Yabancı Dil - V					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
7	HİT4025	Mesleki Yabancı Dil - V	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör.Dr. Özgür İPEK	

Dersin Amacı :
öğrencilerin iletişim alanında kullandıkları kavram ve kelimelerin İngilizce kullanımlarını öğrenerek çeviri yapmalarını sağlamak.
Öğretim Yöntem ve Teknikleri :
kelimeler, çeviri metinler.

Dersin Kaynakları

Kaynakları	Erol Mutlu İletişim Sözlüğü
	Ders Tekrarı Vize-Final

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	:	Alan Bilgisi	: 100

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Halkla İlişkilere Dair Kelimeler ve Metinler		
2	İletişim		
3	Pazarlama		
4	Advertising		
5	Markalama		
6	Sosyal Sorumluluk		
7	Sponsorluk		
8	Güz Dönemi Arasınava		
9	Siyasal İletişim		
10	Yeni Medya		
12	Araştırma Yöntemleri		
13	Gazetecilik		
14	Güz Dönemi Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Öğrenciler alana dair kavramların İngilizce karşılıklarını bilir
Ö02	Alanda yazılan İngilizce metinleri çevirebilir
Ö03	Öğrenciler alana dair görüşlerini İngilizce olarak ifade edebilir

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	0	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	14	1	14
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	14	1	14
Toplam İş Yükü			56
AKTS Kredisi			2

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4043 Mezuniyet Projesi - I					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
7	HİT4043	Mezuniyet Projesi - I	2	1	2

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Doç.Dr. Zekiye TAMER GENCER	

Dersin Amacı :
Öğrencilerin mezuniyet projesinin tamamlanması
Öğretim Yöntem ve Teknikleri :
Mezuniyet Projesi Tasarımı

Dersin Kaynakları	
Kaynakları	Örnek Çalışmalar Gerçekleştirilen Kampanyalar ve Tezler Kampanyalar ve Tezler Tez analizleri Vize/Final

Ders Yapısı			
Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 20	Alan Bilgisi	: 80

Ders Konuları			
Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Kampanya Tasarımı		Kampanya Tasarımı Analizi Örnek Çalışmalar

Dersin Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
001	Kampanya Tasarımı

Programın Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	1	14	14
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	0	0	0
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	0	0
Toplam İş Yüğü			14
AKTS Kredisi			0

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10
Tüm	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4045 Protokol ve Etkinlik Yönetimi					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
7	HİT4045	Protokol ve Etkinlik Yönetimi	2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Sebnem Ozdemir	

Dersin Amacı :

Halkla ilişkiler pratiklerinde etkinliklerin planlanması, kurumsal itibarın korunması ve artırılması, organizasyon düzenleme ve protokol yönetme konularında bilgi ve beceri kazandırmak.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Etkinlik ve Protokol Yönetimi

Dersin Kaynakları

Kaynakları	Vaka Analizleri
	2
	1
	2

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 20	Alan Bilgisi	: 80

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Etkinlik ve Protokol Yönetimine Giriş		
2	Halkla İlişkiler pratiklerinde etkinliklerin önemi		
3	Etkinlik Türleri ve Yönetimi		
4	Etkinlik Planlaması		
5	Protokol Kavramları		
6	Yazılı ve Sözlü İletişimde Protokol		
7	Ara Sınav		
8	Sosyal yaşamda görgü kuralları		
9	Sosyal yaşamda görgü kuralları		
10	İş yaşamında görgü kuralları		
11	İş yaşamında görgü kuralları		
12	Örnek Uygulama ve Vaka Analizi		
13	Örnek Uygulama ve Vaka Analizi		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Etkinliği tanımlar
Ö02	Etkinlik türlerini ve bileşenlerini bilir
Ö03	Protokol kurallarını bilir
Ö04	Etkinlik planlama becerisi kazanır ve geliştirir

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	2	2
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	2	2
Toplam İş Yüğü			32
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları					
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.					

	P04	P11	P13	P19	P20
Tüm	5	4	5	5	4



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4049	Reklam Fotoğrafçılığı			T+U	Kredi	AKTS
Yarıyıl	Kodu	Adı				
7	HİT4049	Reklam Fotoğrafçılığı		2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör. Hacı Hasan Saf	

Dersin Amacı :
Reklam fotoğrafçılığının aktarılması.
Öğretim Yöntem ve Teknikleri :
Reklam fotoğrafçılığı.

Dersin Kaynakları

Kaynakları	
Reklamda fotoğraf	
Reklamda Fotoğrafçılık	
Reklamda Fotoğrafçılık	
Fotoğraf Çekimi	
Ara sınav/Final sınavı	

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 10	Alan Bilgisi	: 90

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Reklam fotoğrafçılığı		Reklam görselleri Reklamda Fotoğrafçılık

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
001	Reklam fotoğrafçılığının kavranması

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	2	45	90
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	0	0	0
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	0	0
Toplam İş Yüğü			90
AKTS Kredisi			3

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları							
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.							

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07
Tüm	5	5	5	5	5	5	5
Ö01	5	5	5	5	5	5	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4037 Reklam Kampanyası Tasarımı					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
7	HİT4037	Reklam Kampanyası Tasarımı	3	3	6

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Öğr.Gör. Özal Karadeniz	

Dersin Amacı :

Bu ders öğrencilerin bir brief doğrultusunda başarılı bir reklam kampanyası hazırlayabilmelerini sağlamayı amaçlamaktadır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Bir vize ve bir de final için olmak üzere iki adet kampanya briefi

Dersin Kaynakları

Kaynaklar

Uğur Batı, Reklamın Dili. Alfa.,Jim Aitchison, Basın İlanı Böyle Yapılır. Okuyan Us,Ferah Onat, Dijital Çağda Halkla İlişkiler Yazarlığı. Nobel.,John Hegarty, Reklam. MediaCat.

Müge Elden, Reklam Yazarlığı. İletişim

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 30	Alan Bilgisi	: 70

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Bir reklam kampanyası nasıl olur?		
2	Kampanya gruplarının belirlenmesi ve kampanya briefinin verilmesi		
3	Danışmanla görüşme		
4	Danışmanla görüşme		
5	Danışmanla görüşme		
6	Danışmanla görüşme		
7	Vize ödevlerinin sunumu		
8	Kampanya gruplarının belirlenmesi ve kampanya briefinin verilmesi		
9	Danışmanla görüşme		
10	Danışmanla görüşme		
11	Danışmanla görüşme		
12	Danışmanla görüşme		
13	Danışmanla görüşme		
14	Final ödevlerinin sunumu		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Bu dersi alan bir öğrenci reklam veya halkla ilişkiler yazarı olup olamayacağına karar verebilecektir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	0	%0
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	6	%100
Devam	0	%0
Uygulama	6	%100
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	%0
Toplam		%200

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	12	3	36
Sınıf Dışı Ç. Süresi	6	4	24
Ödevler	6	2	12
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	0	0	0
Uygulama	6	6	36
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	0	0
Toplam İş Yükü			108
AKTS Kredisi			4

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	3	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	1	5	5	1



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4051 Sağlık İletişimi					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
7	HİT4051	Sağlık İletişimi	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM		Dr.Öğr.Üyesi Sebnem Ozdemir		

Dersin Amacı :

Medya, halkla ilişkiler, reklam, sosyal pazarlama, kriz-risk iletişimi, kişilerarası iletişim konularının sağlık iletişimi perspektifinden değerlendirilmesini, sağlık iletişimi materyalleri hazırlama, planlama ve uygulama yöntemlerinin öğrenilmesini ve her konuya ilişkin farklı sağlık iletişimi uygulamalarının analizini amaçlar.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Sağlık İletişimine Giriş Halkla İlişkiler ve Sağlık Kriz İletişimi ve Sağlık Kişilerarası İletişim ve Sağlık Sağlık İletişimi Uygulamaları Kampanya analizleri Proje sunumları

Dersin Kaynakları

Kaynakları

Essentials of Public Health Communication, Claudia F. Parvanta vd. 2011
Banu Kumbasar - Sağlık İletişimi
İnci Çınarlı - Sağlık İletişimi ve Medya
Ruhi Selçuk Tabak - Sağlık İletişimi
Sağlık İstatistikleri Yıllığı
Banu Kumbasar - Sağlık İletişimi İnci Çınarlı - Sağlık İletişimi ve Medya Sağlık İstatistikleri Yıllığı
Arasınava, Final Sınavı

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 20	Alan Bilgisi	: 80

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Sağlık iletişime Giriş, Sağlık İletişimi Kavramı		
2	Sağlık İletişimi Kuram ve Modelleri		
3	Sağlık İletişimi Kuram ve Modelleri		
4	Sağlık İletişimi Kampanya Süreci		
5	Sağlık İletişimi Kampanya Süreci		
6	Sağlık İletişimi Kampanya Süreci		
7	Ara Sınav		
8	Sağlık Okuryazarlığı		
9	Sağlık İletişimi ve Etik		
10	Sağlıkta Kişilerarası İletişim		
11	Medya ve Sağlık		
12	Sağlık İletişiminde Güncel Konular		
13	Sağlık İletişiminde Güncel Konular		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Sağlık iletişimi kavramı ve sağlık iletişiminin önemini açıklayabilir.
Ö02	Sağlık kampanyalarının nasıl hazırlandığını ve kampanyaları nasıl değerlendirebileceğini öğrenir

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	1	14
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yükü			16
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları	
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.	

	P01
Tüm	5
Ö01	5
Ö02	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4047 Sosyal Kampanyalar					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
7	HİT4047	Sosyal Kampanyalar	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Ömer AYDINLIOĞLU	

Dersin Amacı :

Sosyal sorumluluk kavramının gerektirdiği ilke ve anlayış çerçevesinde gerek işletmeler tarafından yürütülen projelerin analizi gerekse toplumun güncel sorunlarına yönelik projeler yürütmek.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Sorumluluk, Sosyal sorumluluk, Sosyal refah, sosyal fayda, sosyal sorumluluk yaklaşımları

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	
Halkla İlişkiler Nedir? Filiz Balta Peltekoğlu, Beta Yayınları	
Ebru Özgen, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri, Mavi Kitap	
Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları	
Ders Notları, Sunumlar	
Ders kapsamında proje hazırlamak	
Arasnav, Final	

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 50	Alan Bilgisi	: 50

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Sosyal Sorumluluk Kavramı, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
2	Sosyal sorumluluk kavramının tarihsel gelişimi		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
3	Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
4	Sosyal Sorumluluk Hedef Kitleleri		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
5	Sosyal Sorumluluk Alanları		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
6	Sosyal sorumluluk avantaj ve dezavantajları		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
7	Sosyal Sorumluluk ile ilgili diğer kavramlar		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
8	Arasnav		
9	Sosyal sorumluluk iletişimi		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
10	Sosyal sorumluluk kampanyaları		Ebru Özgen, Kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları, Mavi Ağaç Yayınları
11	Sosyal sorumluluk kampanyası uygulama yöntemleri		Ebru Özgen, Kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları, Mavi Ağaç Yayınları
12	Sosyal Sorumluluk kampanyalarının ölçülmesi		Ebru Özgen, Kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları, Mavi Ağaç Yayınları
14	Final sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Sosyal sorumluluk kavramına yönelik farkındalık oluşturulması
Ö02	Kuruluşlara sosyal sorumluluk kavramı çerçevesinde eleştirel bakabilmek
Ö03	Toplumda var olan sorunlara yönelik çeşitli projeler yürütmek

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına katkı olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilmek.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propaganda ilişkili kurumsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	3	42
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	1	1	1
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yükü			45
AKTS Kredisi			2

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	4	3	3	1	1	5	3	1	4	4	3	5	5	5	1	2	2	1	3	3	3	5	5	4	4	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4029 Sponsorluk					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
7	HİT4029	Sponsorluk	2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seçmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Ömer AYDINLIOĞLU	

Dersin Amacı :

Bu dersin amacı sponsorluk kavramının tanımı, tarihsel gelişimi ve bugün gelmiş olduğu konum üzerinde bilgi sahibi olmak ve günümüz sponsorluk uygulamalarını analiz etmektir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Meselik, Ahilik, Sponsorluk, Sponsorluk Türleri, Sponsorluğun avantajları

Dersin Kaynakları

Kaynaklar

Halkla İlişkiler ve İletişim, Fatma GEÇİKLİ, Beta Yayınları
Halkla İlişkiler Nedir? Filiz Balta Peltekoğlu, Beta Yayınları
Sponsorshipin Marketing, Bettina Cornwell, Routledge
Ders kitabı, Ders notları

Arasnav ve Final sınavları

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 40	Alan Bilgisi	: 60

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tanışma ve ders ile ilgili genel bir giriş		Halkla İlişkiler Nedir? Filiz Balta Peltekoğlu, Beta Yayınları Sponsorshipin Marketing, Bettina Cornwell, Routledge
2	Meselik Kavramı ve Tarihi Geçmişi		Halkla İlişkiler Nedir? Filiz Balta Peltekoğlu, Beta Yayınları Sponsorshipin Marketing, Bettina Cornwell, Routledge
3	Meselikten Sponsorluğa Geçiş		Halkla İlişkiler Nedir? Filiz Balta Peltekoğlu, Beta Yayınları Sponsorshipin Marketing, Bettina Cornwell, Routledge
4	İlk Sponsorluk Örnekleri ve Tanımları		Halkla İlişkiler Nedir? Filiz Balta Peltekoğlu, Beta Yayınları Sponsorshipin Marketing, Bettina Cornwell, Routledge
5	Sponsorluk Türleri ve Amaçları		Halkla İlişkiler Nedir? Filiz Balta Peltekoğlu, Beta Yayınları Sponsorshipin Marketing, Bettina Cornwell, Routledge
6	Sponsorluk İletişimi		Halkla İlişkiler Nedir? Filiz Balta Peltekoğlu, Beta Yayınları Sponsorshipin Marketing, Bettina Cornwell, Routledge

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Sponsorluk kavramı hakkında bilgi sahibi olur ve sponsorluk kavramını halkla ilişkilerden ayırt eder.
Ö02	Sponsorluk faaliyetlerinin türlerini ve gerekliliklerini bilir.
Ö03	Güncel sponsorluk kampanyalarını çeşitli açılardan analiz edebilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4041 Web Tasarımı					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
7	HİT4041	Web Tasarımı	2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör. ÖZCAN BATCI	

Dersin Amacı :

Web sitesi hazırlayabilmek için gerekli temel programlama bilgisinin verileceği bu derste İnternet ve özellikle de web kavramının içinde bulunduğdu teknoloji ile bu teknolojilere teorik ve pratik yaklaşımlar incelenecektir. Öncelikle web tasarım ilkelerinden başlanarak tasarım, renk, tipografi gibi işin sanatsal altyapısı verilecek, daha sonra HTML 'in doğuşu, gelişimi, kullanılan yardımcı programlar ve temel doküman yapısına değinildikten sonra HTML komutlarına giriş yapılacaktır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Web Tasarım İlkeleri, Web Kavramı ve HTML 'e Giriş, HTML Komutları, Ekleniler ve CSS (Cascaded Style Sheets), JavaScript

Dersin Kaynakları

Kaynakları

Web Tasarım Kılavuzu - Erkan BALABAN - Pusula Yayıncılık, Web Tasarımı ve Web Programlama - Uğur Gelişken - Level Yayınları
Ders notları öğrenciler ile haftalık olarak paylaşılacaktır.

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:		Eğitim Bilimleri	:	
Mühendislik Bilimleri	:	50	Fen Bilimleri	:	
Mühendislik Tasarımı	:		Sağlık Bilimleri	:	
Sosyal Bilimler	:		Alan Bilgisi	:	50

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar	
1	İnternet ve WEB Tanımları, Htm'l'nin Temel Etiketleri		Yok	Yok
2	Htm'l Temel Etiketleri Metin ve Görünüm Etiketleri		Yok	Yok
3	Metin ve Görünüm Etiketleri, Bağlantı (Köprü) Oluşturma		Yok	Yok
4	Bağlantı (Köprü) Oluşturma, Tablo İşlemleri		Yok	Yok
5	Tablo İşlemleri ve Formlar		Yok	Yok
6	Formlar		Yok	Yok
7	Çerçevesler		Yok	Yok
8	Çoklu Ortam Araçları		Yok	Yok
9	Çoklu Ortam Araçları		Yok	Yok
10	Stil Şablonu(CSS) Temelleri		Yok	Yok
11	Stil Şablonu(CSS) Temelleri		Yok	Yok
12	Javascript ve Menü İşlemleri		Yok	Yok
13	Domain Hosting ve Server İşlemleri		Yok	Yok

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No Açıklama

- Ö01 Hedef kitle, ihtiyaç analizi ve özgün fikir üretimiyle başlayan web tasarım sürecinin teknik boyutunda ihtiyaç duyulan bilgilere sahip olmak.
Ö02 Farklı ekran çözümlerine, tarayıcı ve web standartlarına uyumlu tasarım mantığını kavrama
Ö03 Web Tasarımcılığa teknik boyutu dışında farklı yönlerden bakabilmeyi öğrenme

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No Açıklama

- P06 Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07 Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09 İç ve dış paydaş analize dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02 İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04 Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05 Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10 Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17 Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18 Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20 Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilmek.
P11 Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12 Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14 Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15 Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16 Yararlı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21 Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23 İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22 Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24 Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19 Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25 Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26 Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08 Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13 İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01 Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03 Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%20
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	1	%20
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	13	3	39
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	10	3	30
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	1	2	2
Laboratuvar	6	3	18
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	0	0
Toplam İş Yükü			90
AKTS Kredisi			3

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları			
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.			

	P16	P19	P21
Tüm	3	3	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

Yeni İletişim Teknolojileri					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
7	HİT4033	Yeni İletişim Teknolojileri	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Zekiye TAMER GENCER	

Dersin Amacı :
YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN KAVRAMSAL VE UYGULAMALI AÇIDAN ELE ALINMASI
Öğretim Yöntem ve Teknikleri :
YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ, YENİ MEDYA ARAÇLARI VE UYGULAMALAR

Dersin Kaynakları	
Kaynaklar	Çebi Bal, H., 2011, Bilgi ve İletişim Teknolojisi, Murathan Yayınevi, ISBN: 978605545126, Atabek, Ü., Tuncel, S.H., Kara, H., Karaduman M., Halıcı, N., 2003. Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, EPS İletişim Vakfı Yayınları. ISBN: 9789750148477 Kuyucu, M., Karahisar, T., 2013. Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya, 1. Baskı, ISBN: 6055144357 Atabek, Ü., Tuncel, S.H., Kara, H., Karaduman M., Halıcı, N., 2003. Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, EPS İletişim Vakfı Yayınları. ISBN: 9789750148477 yok 2

Ders Yapısı			
Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 80	Alan Bilgisi	: 20

Ders Konuları			
Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	İletişim Teknolojilerinin Önemi ve Gelişimi		Kuyucu, M., Karahisar, T., 2013. Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya, 1. Baskı, ISBN: 6055144357 Bölüm 1
2	Yeni Medya Yeni Ekonomi ve Yeni Fırsatlar		Kuyucu, M., Karahisar, T., 2013. Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya, 1. Baskı, ISBN: 6055144357 Bölüm 2
3	Sosyal Medyanın Psikolojik ve Toplumsal Yansımaları		Kuyucu, M., Karahisar, T., 2013. Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya, 1. Baskı, ISBN: 6055144357 Bölüm 3
4	Sosyal Medyanın Psikolojik ve Toplumsal Yansımaları		Kuyucu, M., Karahisar, T., 2013. Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya, 1. Baskı, ISBN: 6055144357 Bölüm 3
5	Yeni İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya ve Sosyal Ağlar Üzerine Bir Güncelleme		Kuyucu, M., Karahisar, T., 2013. Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya, 1. Baskı, ISBN: 6055144357 Bölüm 4

Dersin Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
Ö01	Medya ve ekonomideki yeni fırsatları değerlendirebilecek
Ö02	Sosyal medyanın psikolojik ve toplumsal yansımalarını açıklayabilecek
Ö03	Yeni iletişim araçlarını sıralayabilecek
Ö04	Sosyal medya ve insan kaynakları birimlerinin işe alım süreçlerinin değişimini değerlendirebilecek
Ö05	Yeni medya teknolojileri ve radyo yayıncılığını uygulayabilecektir

Programın Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açılarından sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

Yeni Toplumsal Hareketler					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
7	HİT4055	Yeni Toplumsal Hareketler	2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör.Dr. Meltem Yılmaz Bilecen	

Dersin Amacı :
Yeni toplumsal hareketlerin yeni medya aracılığıyla örgütlenme, mücadele ve varolma pratiğini ortaya koymak.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :
Kimlik, temsil, medya ve alternatif medya ilişkisi

Dersin Kaynakları	
Kaynakları	Toplumsal Hareketler - Tarih, Teori ve Deneyim Y. Doğan Çetinkaya

Ders Yapısı			
Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 50	Alan Bilgisi	: 50

Ders Konuları			
Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Genel Bilgilendirme		
2	Kimlik, sosyal kimlik ve alt kimlik		
3	Toplumsal sınıf		
4	Yeni ve eski toplumsal hareketler		
5	Kimlik olarak cinsiyet, ırk ve inanç		
6	Kimlik ve Temsil: Türkiye'de kimlik politikaları ve ana akım medya		
7	kimlik mücadelesi ve alternatif medya		
8	Vize Sınavı		
9	Öğrenci sunumları		
10	Öğrenci Sunumları		
11	Öğrenci Sunumları		
12	Öğrenci Sunumları		
13	Öğrenci Sunumları		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
Ö01	yaşadığı toplumdaki farklı kimlikleri tanıyıp ve onlar hakkında yeni şeyler öğrenir
Ö02	sosyal duyarlılığı artırır
Ö03	Çevre sorunlarına karşı duyarlılığı artırır
Ö04	medyanın kimlik politikalarındaki rolünü keşfeder
Ö05	halkla ilişkiler ve reklam çalışmalarında önceliklerini yeniden belirler
Ö06	kültür ve dilin önemini kavrar

Programın Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

Halkla İlişkiler Kampanyası Tasarımı					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
8	HİT4038	Halkla İlişkiler Kampanyası Tasarımı	3	3	6

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Doç.Dr. Zekiye TAMER GENCER	

Dersin Amacı :

Bu dersin amacı halkla ilişkiler kampanyaları konusunda öğrencileri bilgilendirmek ve halkla ilişkiler kampanyalarını yürütbilme becerilerini geliştirmektir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Bu dersin içeriği halkla ilişkiler, pazarlama ve reklam ve kampanyalarını tanıtmak ve aradaki farkları açıklamak, bir halkla ilişkiler kampanyasının aşamalarını öğretmek ve bu bağlamda medya ile ilişkilerde kullanılan yöntemleri uygulamaktır.

Dersin Kaynakları

Kaynakları

Ayla Okay, Aydemir Okay, Halkla İlişkiler, DR Yayınları, İstanbul, 2001.,Aydemir Okay, Ayla Okay, Halkla İlişkiler ve Medya, 5. Basım, MediaCat, İstanbul, 2010.,Y. Ece Çöklü, Halkla İlişkilerde Medya Yönetimi, Set Yayınları, 2004.,Metin Kazancı, Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler, 6. Baskı, Turhan Kitabevi, Ankara, 2006.,Fatih Keskin, Pınar Özdemir (Derl.), Halkla İlişkiler Üzerine, Dipnot, Ankara, 2009.
Jefkins, Frank (1995), Halkla İlişkiler Teknikleri, Butteworth-Heinemann, Oxford, Aydede, Ceyda (2002), Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Kampanyaları, İstanbul: MediaCat Yayını,
Aydede, Ceyda (2002), Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Kampanyaları, İstanbul: MediaCat Yayını.
yok
2

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 40	Alan Bilgisi	: 60

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tanışma, ders hakkında genel bilgi ve kaynaklar		
2	Sorun analizi		
3	Formel ve informal araştırmalar		
4	Halkla ilişkilerde stratejik planlama		
5	Halkla ilişkilerde stratejik planlama		
6	Hedef kitle analizi ve medya planlaması		
7	Hedef kitle analizi ve medya planlaması		
8	Hedef kitle analizi ve medya planlaması		
9	Mesaj ve ikna stratejileri		
10	Mesaj ve ikna stratejileri		
11	Bütçe ve zaman planlaması		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Halkla ilişkiler kampanya sürecinin aşamalarını bilir.
Ö02	Halkla ilişkilerde kullanılan formel ve informal araştırmaları bilir.
Ö03	Halkla ilişkiler kampanyası yapabilir.
Ö04	Halkla ilişkiler kampanyasını planlayabilir.
Ö05	Halkla ilişkiler kampanyasını değerlendirebilir.
Ö06	Medya planlaması yapabilir.
Ö07	Halkla ilişkilerde kullanılan strateji ve taktikleri bilir.
Ö08	Bir etkinlik ya da kampanyanın seslendiği hedef kitleyi analiz edebilir.
Ö09	Kamular, hedef gruplar ve hedef kitle arasındaki farkları tanımlar.
Ö10	Bir etkinliğin ya da kampanyanın mali boyutunu, bütçe kalemlerini hazırlar.
Ö11	Halkla ilişkilerde grup çalışmalarının önemi bağlamında kişisel çalışma yöntemlerini yeniden düzenler.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütbilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4052 İmaj ve İtibar Yönetimi					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
8	HİT4052	İmaj ve İtibar Yönetimi	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Doç.Dr. Zekiye TAMER GENCER	

Dersin Amacı :

Toplumda tüm ilişkilerin temelinde yatan güven olgusu ve önemi hakkında öğrencileri bilinçlendirmek, kurumsal itibarın yaratılmasının ön şartı olan kurumsal güven hakkında öğrencileri gerekli bilgilerle donatmaktır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Kurumsal güven kavramı, güvenin yaratılması, kurumsal güven ve kurumsal itibar ilişkisi ve İtibar Yönetimi konuları bu dersin içeriğini oluşturmaktadır.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	Referanslar
	Roper, S. ve Fill, C. (2012). Corporate reputation: brand and communication. Harlow: Pearson.
	Turgut Karaköse; Kurumların DNA'sı İtibar ve Yönetimi, Nobel Yayınevi, 2007
	Salim Kadıbeşegil; Kurumsal İtibar Yönetimi, İstanbul: Mediacat Yayınları, 2004.
	yok
	2

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 80	Alan Bilgisi	: 20

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Hafta- Kurum imajı kavramından kurumsal itibara kavramsal çerçeve		Ebru Güzelcik; Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 1999.
2	Küreselleşme ve kurumsal yapılanmaya yansımaları		Salim Kadıbeşegil; Kurumsal İtibar Yönetimi, İstanbul: Mediacat Yayınları, 2004
3	Kurum imajı bileşenleri		Salim Kadıbeşegil; Kurumsal İtibar Yönetimi, İstanbul: Mediacat Yayınları, 2004

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Kurum imajının kurumsal önemini ifade edebilir
Ö02	Kurum imajı ile ilgili temel kavramları tanımlayabilecektir
Ö03	Kurumsal kimlik yaratımının kurumsal imaj oluşumuna katkısını içselleştirir
Ö04	İtibar yönetimi ile ilişkili temel kavramları ve itibar bileşenlerini tanımlayabilir
Ö05	Marka yönetimi ve kurum imajı ilişkisini kavrar

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kurumsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	12	2	24
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	0	0	0
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	0	0
Toplam İş Yükü			24
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	
Ö01	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Ö02	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
Ö03	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
Ö04	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
Ö05	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4054 Kültürlerarası İletişim					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
8	HİT4054	Kültürlerarası İletişim	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Doç.Dr. Zekiye TAMER GENCER	

Dersin Amacı :

Bu dersin amacı öğrencilere kültürlerarası iletişim kuramları hakkında bilgi vermek, kültürel farklılıklara karşı duyarlılık ve gündelik hayatlarında da dikkate alacakları bir kültürlerarasılık perspektifi kazandırmak, kültürlerarası iletişim durumlarını nasıl çözümlenebileceğini göstermektir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Öğrenciler bu derste kültürlerarası iletişim kuramlarını öğrenecek ve iletişim davranışlarında farklılığın söz konusu olduğu durumları anlamak ve bu farklılıkların yarattığı sorunlarla baş etmek için kuramlardan nasıl yararlanacaklarını öğrenecektir. Bu derste öğrenilecek kavramlar, işaretlerin doğası, dilsel görecelik ve dil ile düşünce arasındaki bağlantı, çok dillilik, dilsel ve iletişim yeterliği arasındaki farklar, dil, iktidar, irksal, etnik, sınıf ve cinsiyet farklılıklarının iletişimdeki rolü, sözsüz iletişim bulunmaktadır.

Dersin Kaynakları

Kaynaklar

- 1 Fanon, Frantz (2011). Siyah Deri Beyaz Maske. İstanbul: Versus Kitap
Fanon, Frantz (2011). Black Leather White Mask. İstanbul: Versus Book
yok

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 80	Alan Bilgisi	: 20

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Giriş: kültürlerarasılık		Kartan, Asker (2001). Farklılıklarla Yaşamak. Ankara: Ürün Yayıncılık.
2	İletişim Konteksti Olarak Kültür: Kültür Nedir? Bu konudaki farklı görüşler nelerdir?		Touraine, Alan (2001). Eğitimlerimiz ve Farklılıklarımızla Birlikte Yaşayabilecek miyiz? Çev. Olcay Kunal. İstanbul: YKY.

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Kültürlerarası İletişim çalışma alanının temel kavramları ve kuramsal çerçevesine hâkim olur, temel kaynaklarla ve örnek vaka incelemeleriyle tanışır.
Ö02	Kültürlerarasılığın sadece ulus-devlet paradigması kapsamında düşünülmemesi gerektiğini öğrenir, tarih boyunca farklı toplumsal formasyonlar içindeki dönüşümünü açıklar.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	12	2	24
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	0	0
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	0	0
Toplam İş Yükü			24
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
Ö01	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
Ö02	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4058	Lobicilik			T+U	Kredi	AKTS
Yarıyıl	Kodu	Adı				
8	HİT4058	Lobicilik		2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Onur TAYDAŞ	

Dersin Amacı :

Dersin amacı, halkla ilişkiler çalışmalarının belirli bir alanı olan ve devlet yönetiminde ulusal ve uluslar arası alanda özellikle kanun koyucu olarak görev alan yetkili kişilere yönelik yürütülen lobicilik çalışma alanında öğrencileri bilgilendirmektir.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Ders kapsamında ulusal ve uluslararası boyutlarda yürütülen, siyasi mekanizmanın alacağı kararlara yönelik bir halkla ilişkiler çalışması olan lobicilik; lobicilik kavramı, lobici, lobi faaliyetleri, lobi yöntem ve teknikleri çerçevesinde ele alınmakta, etik açıdan irdelenmekte ve lobi kampanyaları ile halkla ilişkiler kampanyaları ilişkilendirilmekte, örnek lobicilik çalışmaları açılarından ele alınmaktadır.

Dersin Kaynakları

Kaynakları	K. Cangöz, Halkla İlişkiler Uygulaması Olarak Lobicilik, Nüve Yayıncılık, . M. Ker-Dincer, Lobicilik, Alfa Yayıncılık, 1999. Lobicilik, Lobicilik 1 ara sınav, 1 yarıyıl sonu sınavı
-------------------	---

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 60	Alan Bilgisi	: 40

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Lobicilik Temel Kavramlar		
2	Baskı grupları, Sivil toplum kuruluşları, Çıkar grupları, Siyasi partiler		
3	Farklı gruplar tarafından başvuru metotları		
4	Lobicilik, Lobi, Lobici, Lobi Faaliyetleri		
5	Lobicilik tarihi		
6	Lobicilik ve Etik		
7	Lobi Firmaları		
8	Ara Sınav		
9	Lobiciliğin hedef kitlesi		
10	Lobicilik teknikleri: Doğrudan Lobicilik, Kolektif Lobicilik		
11	Lobicilik teknikleri: Halka Dayalı Lobicilik		
12	Lobicilik Yöntemleri: Sosyal Lobicilik, Birebir Lobicilik, Kanun Koyuculara Yazma		
13	Lobicilik Yöntemleri: Halkla İlişkiler Kampanyaları		
14	Spin Doktorlar (Akıl Hocaları)		
15	Lobiciliğin etik olmayan boyutu ve yasal düzenlemeler		
16	Final		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Siyaset bilimi açısından önem taşıyan lobicilik alanına ilişkin tanımları öğrenerek, halkla ilişkiler alanıyla ilişkilendirir.
Ö02	Lobicilik kampanyalarına ilişkin amaçların saptanmasından, değerlendirmeye uzanan süreci yönetmeyi öğrenir, konuya ilişkin teknik bilgi ve beceriyi kazanır
Ö03	Lobicilik alanındaki etik temelli sorunları tanımlar, analiz eder, çözümler, stratejik düşünme becerisini geliştirir ve fikirlerini bu çerçevede ifade edebilir

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	15	1	15
Sınıf Dışı Ç. Süresi	2	8	16
Ödevler	2	8	16
Sunum/Seminer Hazırlama	2	10	20
Ara Sınavlar	1	10	10
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	10	10
Toplam İş Yükü			87
AKTS Kredisi			3

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları																										
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.																										

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	3	3	2	2	2	3	1	1	2	2	2	1	4	3	3	1	3	2	1	3	1	1	1	1	1	1



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4042		Marka Yönetimi			
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
8	HİT4042	Marka Yönetimi	3	3	6

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM		Öğr.Gör. Özal Karadeniz		

Dersin Amacı :

Bu ders marka yönetiminin temel prensiplerini anlamayı amaçlar.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Bu ders marka yönetimi stratejileri ve marka iletişimi kavramlarını içermektedir.

Dersin Kaynakları

Kaynakları

Uğur Batı, Marka Yönetimi. Alfa Yayınları.,David Aaker, Markalama. MediaCat.,David Aaker, Güçlü Markalar Yaratmak. MediaCat.,Ferruh Uztuğ, Markan Kadar Konuş. MediaCat.,Nurhan Babür Tosun, Marka Yönetimi. Beta.

2

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 20	Alan Bilgisi	: 80

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Marka yönetimi fikrinin temelleri		
2	Marka yönetiminin tarihi		
3	Marka iletişimi ve kurumsal iletişim		
4	Marka konumlandırma		
5	Marka kimliği ve kurum kimliği		
6	Kurum kimliğinin unsurları		
7	Ara sınav		
8	Markalama süreci		
9	Marka denkliliği		
10	Markalama stratejileri		
11	Markalama stratejileri		
12	Marka iletişimi		
13	Marka iletişimi		
14	Final sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Bu dersi alan öğrenciler bir markanın başarılı şekilde yönetilmesi için gerekenleri öğreneceklerdir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemi kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	42	588
Sınıf Dışı Ç. Süresi	20	40	800
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yükü			1390
AKTS Kredisi			46

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	3	1	5	4	3	5	2	4	5	1	4	5	1	5	5	3



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4044 Mezuniyet Projesi - II					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
8	HİT4044	Mezuniyet Projesi - II	2	1	2

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Zorunlu

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Doç.Dr. Zekiye TAMER GENCER	

Dersin Amacı :
Öğrencilerin mezuniyet projesinin tamamlanması
Öğretim Yöntem ve Teknikleri :
Mezuniyet Projesi Tasarımı

Dersin Kaynakları	
Kaynakları	Örnek Çalışmalar Gerçekleştirilen Kampanyalar ve Tezler Kampanyalar ve Tezler Tez analizleri Vize/Final

Ders Yapısı			
Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 20	Alan Bilgisi	: 80

Ders Konuları			
Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Kampanya Tasarımı		Kampanya Tasarımı Analizi Örnek Çalışmalar

Dersin Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
001	Kampanya Tasarımı

Programın Öğrenme Çıktıları	
Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	1	14	14
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	0	0	0
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	0	0
Toplam İş Yükü			14
AKTS Kredisi			0

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10
Tüm	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4056 Sosyal Sorumluluk					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
8	HİT4056	Sosyal Sorumluluk	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Dr.Öğr.Üyesi Ömer AYDINLIOĞLU	

Dersin Amacı :

Sosyal sorumluluk kavramının gerektirdiği ilke ve anlayış çerçevesinde gerek işletmeler tarafından yürütülen projelerin analizi gerekse toplumun güncel sorunlarına yönelik projeler yürütmek.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Sorumluluk, Sosyal sorumluluk, Sosyal refah, sosyal fayda, sosyal sorumluluk yaklaşımları

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	
Halkla İlişkiler Nedir? Filiz Balta Peltekoğlu, Beta Yayınları	
Ebru Özgen, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri, Mavi Kitap	
Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları	
Ders Notları, Sunumlar	
Ders kapsamında proje hazırlamak	
Arasnav, Final	

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 50	Alan Bilgisi	: 50

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Sosyal Sorumluluk Kavramı, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
2	Sosyal sorumluluk kavramının tarihsel gelişimi		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
3	Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
4	Sosyal Sorumluluk Hedef Kitleleri		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
5	Sosyal Sorumluluk Alanları		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
6	Sosyal sorumluluk avantaj ve dezavantajları		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
7	Sosyal Sorumluluk ile ilgili diğer kavramlar		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
8	Arasnav		
9	Sosyal sorumluluk iletişimi		Philip Kotler ve Nancy Lee, Kurumsal Sosyal Sorumluluk,MediaCat Yayınları
10	Sosyal sorumluluk kampanyaları		Ebru Özgen, Kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları, Mavi Ağaç Yayınları
11	Sosyal sorumluluk kampanyası uygulama yöntemleri		Ebru Özgen, Kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları, Mavi Ağaç Yayınları
12	Sosyal Sorumluluk kampanyalarının ölçülmesi		Ebru Özgen, Kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları, Mavi Ağaç Yayınları
14	Final sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Sosyal sorumluluk kavramına yönelik farkındalık oluşturulması
Ö02	Kuruluşlara sosyal sorumluluk kavramı çerçevesinde eleştirel bakabilmek
Ö03	Toplumda var olan sorunlara yönelik çeşitli projeler yürütmek

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına katkı olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilmek.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kurumsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	1	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü Saati
Ders Süresi	14	3	42
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	1	1	1
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yükü			45
AKTS Kredisi			2

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları

İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	4	3	3	1	1	5	3	1	4	4	3	5	5	5	1	2	2	1	3	3	3	5	5	4	4	5



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

Sözsüz İletişim					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
8	HİT4048	Sözsüz İletişim	2	2	3

Öğrenim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM		Doç.Dr. Zekiye Tamer Gencer		

Dersin Amacı :

Dersin amacı öğrencilerin iletişimin önemli bir alanı olan sözsüz iletişimdeki temel kavramlara ve tekniklere öğrenmesi ve uygulamasıdır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Dersin içeriğini sözsüz iletişim kavram ve tanımı, ses kodları ve susma, vücut biçimi, tipi, duruş, vücut dili ve jestler, yüz ifadeleri, gözler ve güzellik kavramı, dokunma ve vücut teması, giysiler, kişisel eşyalar, saçlar, dövme, moda kavramı, mekân algısı, renklerin dili, çevrenin iletişime etkisi gibi konular oluşturmaktadır.

Dersin Kaynakları

Kaynakları	Dersin öğretim elemanı tarafından verilecektir.
	Dersin öğretim elemanı tarafından verilecektir.
	Sözsüz İletişim - Alemdar Yalçın - Mediacat Yayınları
	Ara Sınav ve Yarıyıl Sonu Sınavı

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	: 0	Eğitim Bilimleri	: 0
Mühendislik Bilimleri	: 0	Fen Bilimleri	: 0
Mühendislik Tasarımı	: 0	Sağlık Bilimleri	: 0
Sosyal Bilimler	: 65	Alan Bilgisi	: 35

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Giriş		
2	Sözsüz İletişim kavram ve tanımı		
3	Ses kodları ve susma		
4	Vücut biçimi, tipi, duruş		
5	Vücut dili ve jestler		
6	Yüz ifadeleri, gözler ve güzellik kavramı		
7	Dokunma ve vücut teması		
8	Giysiler, kişisel eşyalar, saçlar, dövme, moda kavramı		
9	Mekân algısı, renklerin dili, çevrenin iletişime etkisi		
10	Kişisel mekân algısı, egemenlik alanı, yoğunluk ve kalabalık		
11	Koku ve tat kodları		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Sözsüz iletişim kavramını tartışabilecektir.
Ö02	Sözsüz iletişim kodlarını saptayabilecektir.
Ö03	Sözsüz iletişimde cinsiyetin yarattığı farklılıkları değerlendirebilecektir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündeme ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

Değerlendirme Ölçütleri		
Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı
Ara Sınav	0	%40
Kısa Sınav	0	%0
Ödev	0	%0
Devam	0	%0
Uygulama	0	%0
Proje	0	%0
Yarıyıl Sonu Sınavı	0	%60
Toplam		%100

AKTS Hesaplama İçeriği			
Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü Saati
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	1	1
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	1	1
Toplam İş Yüğü			30
AKTS Kredisi			1

Dersin Öğrenme Çıktılarının Programın Öğrenme Çıktılarına Katkıları																										
İlişki düzeyleri 0 (yok) ve 5 (en yüksek) arasında ifade edilmiştir.																										

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26
Tüm	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
Ö01	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3
Ö02	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
Ö03	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4050 Spor Pazarlaması					
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
8	HİT4050	Spor Pazarlaması	2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör.Dr. Ömer AYDINLIOĞLU	

Dersin Amacı :

Bu dersin amacı bir ürün olarak sporun pazarlama karmasındaki karşılığı ve spor iletişimi kavramlarını ele almaktır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Spor, bir ürün olarak spor, spor pazarlaması, spor iletişimi, spor tüketicisi vb. kavramlar

Dersin Kaynakları

Kaynaklar	Okay,A. Sponsorluk
	Altunbaş, H. (2008). Spor Pazarlaması ve İletişimi, Konya: Tablet Yayınları
	Çetin, C. (2015) Spor İletişimi, Ankara: Nobel Yayınları
	Ara sınav, Final

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 50	Alan Bilgisi	: 50

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Tanışma		Ders Kitabı
2	Spor nedir? Sporun özellikleri nelerdir?		Ders Kitabı
3	Bir ürün olarak spor nedir? Pazarlama karması unsurları nelerdir?		Ders Kitabı
4	Sporda Hedef Kitle, Hedef kitle türleri		Ders Kitabı
5	Spor İletişimi Unsurları		Ders Kitabı
6	Spor İletişimi Unsurları, Reklam, Halkla İlişkiler, Kişisel Satış ve Doğrudan Pazarlama		Ders Kitabı
7	Sponsorluk Kavramı, Türleri ve Amaçları		
8	Arasınava		
9	Spor Sponsorluğu Uygulamaları		
10	Spor Sponsorluğu Analizleri		
11	Öğrenci sunumları		
12	Öğrenci sunumları		
13	Öğrenci sunumları		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Spor ve Ürün olarak spor kavramlarını bilir.
Ö02	Spor İletişimi karması hakkında bilgi sahibi olur.
Ö03	Spor iletişimi unsurlarından sponsorluğu bilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslararası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündeme ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına katkı sağlamak ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilmek.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakıf olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İLETİŞİM FAKÜLTESİ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM

HİT4046	Toplumsal Cinsiyet ve Medya			T+U	Kredi	AKTS
Yarıyıl	Kodu	Adı				
8	HİT4046	Toplumsal Cinsiyet ve Medya		2	2	3

Öğretim Türü	Dersin Dili	Dersin Düzeyi	Dersin Staj Durumu	Dersin Türü
Örgün Öğretim	Türkçe	Fakülte	Yok	Seğmeli

Bölümü/Programı	Ön Koşul	Dersin Koordinatörü	Dersi Veren	Dersin Yardımcıları
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM			Arş.Gör.Dr. Meltem YILMAZ BILECEN	

Dersin Amacı :

Toplumsal bir inşa olarak toplumsal cinsiyete ilişkin temel kavramlar anlatılarak, toplumsal cinsiyetin medyada nasıl temsil edildiği ve nasıl müzakere edildiği konusunda farkındalık sağlamaktır.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri :

Cinsiyet, Toplumsal Cinsiyet ve Medya İlişkisi

Dersin Kaynakları

Kaynaklar

Liebet von Zoonen, "Medyaya Feminist Yaklaşımlar" Medya Kültür Siyaset der S. İvan, Ark, Ankara, 1997, Leslie Steeves, "Feminist Teoriler ve medya Çalışmaları" Medya, İktidar, ideoloji Der Mehmet Küçük, Ark, Ankara, 1994

Leslie Steeves, "Feminist Teoriler ve medya Çalışmaları" Medya, İktidar, ideoloji Der Mehmet Küçük, Ark, Ankara, 1994

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:	Eğitim Bilimleri	:
Mühendislik Bilimleri	:	Fen Bilimleri	:
Mühendislik Tasarımı	:	Sağlık Bilimleri	:
Sosyal Bilimler	: 100	Alan Bilgisi	: 100

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
1	Genel Bilgilendirme		
2	Toplumsal cinsiyete nedir? Nasıl oluşur?		
3	Toplumsal cinsiyete ilişkin kuramsal yaklaşımlar		
4	İktidarın cinsiyeti		
5	Feminist teoriler ve medya		
6	Feminist teoriler ve Medya		
7	Ara Sınavı		
8	Feminist Teoriler ve Medya		
9	Magazin dergilerinde ve gazetelerde toplumsal cinsiyetin temsili		
10	Televizyonda toplumsal cinsiyetin temsili		
11	Reklamlarda toplumsal cinsiyetin temsili		
12	Sinemada toplumsal cinsiyetin temsili		
13	Haberde toplumsal cinsiyetin temsili		
14	Final Sınavı		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
Ö01	Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramlarını ayırt eder
Ö02	Cinsiyet rollerinin toplumsal yapı içinde nasıl öğrenildiğini açıklar.
Ö03	Cinsiyet rollerinin aktarımı ile ataerkillik arasında neden sonuç ilişkisi kurar.
Ö04	Establishes a causal relationship between gender roles and patriarchy.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No	Açıklama
P06	Halkla ilişkiler alanıyla ilgili konularda stratejik düşünebilme, strateji geliştirebilme ve bu stratejileri uygulayabilme.
P07	Halkla ilişkiler kuram ve uygulamalarının mevcut ulusal ve uluslar arası sorunlara katkılarını kavrayabilme.
P09	İç ve dış paydaş analizine dayalı stratejik halkla ilişkiler çalışmaları yürütebilme.
P02	İletişim, işletme, pazarlama, pazarlama iletişimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, siyaset, hukuk ve istatistik gibi disiplinler arası alanlardaki bilgileri halkla ilişkiler disiplinine taşıyabilme.
P04	Halkla ilişkiler disipliniyle ilgili süreçleri araştırabilme, planlayabilme, uygulayabilme ve değerlendirebilme yetisine kavuşma.
P05	Halkla ilişkiler kampanyalarının her aşamasının önemini kavrayabilme ve halkla ilişkiler kampanyası tasarlayabilme.
P10	Halkla ilişkiler ve tanıtım sektörüne dair temel dinamikleri ve eğilimleri anlayabilme.
P17	Kamu, kamuoyu ve kamusal alan gibi konularla halkla ilişkiler alanını bağdaştırabilme.
P18	Gündemle ilgili konuları halkla ilişkiler ve reklam çerçevesinde değerlendirebilme.
P20	Ekip çalışmasına yatkın olma ve liderlik edebilme yetisine sahip olabilme.
P11	Kurumsal ve kişiler arası iletişim gibi iletişim türleri hakkında çözümler sunabilme.
P12	Halkla ilişkiler mesleğine dair etik sorunları kavrayabilme, halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarında etik açıdan sorumluluk üstlenebilme.
P14	Reklam ve propagandaya ilişkin kuramsal bilgiye vakif olma ve uygulamaya yönelik beceri kazanma.
P15	Halkla ilişkiler, reklam ve propaganda alanları arasındaki farkları keşfedebilme ve bu alanlara eleştirel bakabilme.
P16	Yaratıcı düşünce tekniklerini halkla ilişkiler ve reklam alanlarında kullanabilme.
P21	Yeni teknolojileri, halkla ilişkiler ve reklam alanında kullanabilme.
P23	İnsan hakları ve demokrasi konularında duyarlı olma ve toplum yararına çalışma.
P22	Kısa, orta ve uzun vadeli halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları hazırlayabilme ve uygulama.
P24	Retorik ve ikna kuramlarını kavrayabilme ve bu unsurları halkla ilişkiler ve reklam alanına taşıyabilme.
P19	Yaşam boyu öğrenme bilincine açık olma.
P25	Tüketim, tüketici davranışı ve tüketim toplumu kavramlarına hakim olma ve bu bilgileri halkla ilişkiler ve reklam alanına yansıtabilme.
P26	Medya okur-yazarlığı konusunda bilgi sahibi olma ve medyadan gelen mesajları bu çerçeveden değerlendirebilme.
P08	Nitel ve nicel araştırma yöntemlerini iletişim araştırmalarında kullanabilme ve araştırma tasarlayabilme.
P13	İmaj yönetimi, siyasal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi konularda bilgi sahibi olma ve bu konularla ilgili strateji geliştirebilme.
P01	Halkla ilişkiler alanına ilişkin temel kavramları, süreçleri, tarihi, gelişimi ve uygulamaya yönelik temel eğilimleri anlayabilme ve yorumlayabilme.
P03	Halkla ilişkiler ve diğer disiplinler arasındaki ilişkiyi kavrayıp bunu uygulamaya yansıtabilme.

