****

**HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK LİSANS PROGRAMI**

**DERS İÇERİKLERİ**

**ENG111 English I (2-2-0-3-4)**

Derse giriş; zamanlar; isim-fiil, mastar ve sıfat-fiil yapıları; sıfatlar ve zarflar; ilgi ve diğer cümlecikler; yardımcı fiiller ve kavramları; pasif yapılar; dolaylı anlatım; koşullu yapılar; koşullu yapıların varyasyonları; paragraf geliştirme; taslak yazımı; betimsel paragraf yazımı; eşanlamlıları kullanma; kıyaslama ve karşılaştırma yapmak için geçişler; öbek eylemler.

**ENG112 English II (2-2-0-3-4)**

Okuma geliştirme için ileri seviye alıştırmalar; dinleme; yazma ve sözlü sunum becerileri; tanımları eşleştirme; yeni terimleri tanımlama; kelime dağarcığını genişletmek için isimlerin birlikte kullanımlarını öğrenme; cümle düşüklükleri; karşıt-sav ile düşünce makalesi yazma; yeni kelimelerin anlamını tahmin etmek için önekleri kullanma; neden ve sonuç makalesi yazma; “çünkü/-den dolayı/-dığı zaman” ile kompleks cümleler; problem çözüm makalesi ve tez cümleleri yazma; edilgen çatı.

**TRD101 Türk Dili I (2-0-0-2-2)**

Yazım kuralları; ses bilgisi; anlambilim; cümle yapısı; dil; Türkçe hakkında genel bilgiler; Türk dilinin tarihi; Türk alfabesi; Türk alfabesindeki sesli harfler; Türkçe telaffuz; ünlü uyumu; Türkçe’de çoğul son ekler; Türkçe’de şahıs zamirleri; Türkçe’de soru son ekleri; Türkçe’de soru cümleleri; Türkçe’de sıra sayılar; Türkçe’de sıfatlar ve zıtları; Türkçe’deki temel filler; Türkçe’de şimdiki zaman; Türkçe’de şimdiki zaman son eki; Türkçe’de duygular; Türkçe’de tepkiler.

**TRD102 Türk Dili II (2-0-0-2-2)**

Dil aileleri; şive ve lehçeler; sözlü ve yazılı ifadeler; Türkçe hakkında genel bilgiler; Türk dilinin tarihi; Türkçe’de iyelik zamirleri; Türkçe sesli uyumu; Türkçe’de iyelik takıları; Türkçe’de ünsüz seslendirilmesi; Türkçe’de şimdiki zaman; Türkçe’de emir kipi; Türkçe’de zaman zarfları; bağlaçları karşılaştırma.

**ATA101 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I (2-0-0-2-2)**

Devrimin amacı ve bağlantılı konular; Osmanlı İmparatorluğu’nun gerileme ve yıkılması; Birinci Dünya Savaşı; Mondros ve Sevr anlaşmaları; Mustafa Kemal ve Kurtuluş Savaşı’nın örgütlenmesi; Osmanlı Meclisi ve Misak-ı Milli Sınırları’nın ilanı; TBMM’nin kuruluşu.

**ATA102 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II (2-0-0-2-2)**

Kurtuluş Savaşı; doğu ve batı cepheleri; Mudanya Anlaşması ve saltanatın sona ermesi; Lozan Barış Konferansı ve cumhuriyetin kuruluşu; yeni cumhuriyet; muhalefet; eğitim ve kültürde yenilikler; Musul sorunu; çok partili sistem denemeleri; Serbest Cumhuriyet Fırkası.

**HRE101 İletişimin Temelleri (3-0-0-3-7)**

İletişim kavramının tanımlanması; insan iletişiminin özellikleri; iletişimin işlevleri; iletişim süreci ve öğeleri; sözlü iletişim ve konuşma dili; yazılı iletişim; sözlü iletişim ve konuşma dili; iletişimde sorunlar ve ilkeler; iletişim sürecinin işleyişi; beden dili; kişilerarası mesafeler; yalan ve beden dili.

**ISLT101 İşletmeye Giriş (3-0-0-3-7)**

İşletmenin tanımı; işletme fonksiyonları; iş birimi oluşturma; küresel pazarlarda işletme; işletmede genel yönetim; işletmede insan kaynakları yönetimi; işletmede muhasebe ve finansal uygulamalar; işletmede operasyonlar yönetimi; işletmede pazarlama yönetimi; işletme ve ekonomi; işletmede sosyal sorumluluk, etik ve hukuk; işletmede güncel konular.

**HRE102 Halkla İlişkilerin Temelleri (3-0-0-3-7)**

Halkla ilişkilerin tanımı; halkla ilişkiler teorileri; bütünleşik pazarlama iletişimi ve halkla ilişkiler; proaktif ve tepkisel halkla ilişkiler; halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi; halkla ilişkilerde hedef kitle kavramı; halkla ilişkiler ve medya; halkla ilişkiler yöntemleri ve araçları.

**HRE103 Davranış Bilimleri (3-0-0-3-6)**

Psikoloji, sosyoloji, antropoloji ve sosyal psikoloji hakkında bilgi; sosyal bilimlerin davranış bilimleri ile ilişkisi; kişiliğin tanımı; kişilik ve davranış arasındaki ilişki; sosyal algının tanımı; sosyal algı ve öğrenme arasındaki ilişki; etkin iletişim için gerekli faktörler; literatürde geçen temel grup modelleri; sosyal etki konusu; sosyal etki ve uyma modelleri; liderlik konusu ve modelleri; saldırganlık ve çatışma üzerine teoriler.

**KYP001 Kariyer ve Yaşam Programı (0-2-0-1-3)**

Mesleki ve kişisel gelişim: seminerler; sosyal, sportif ve kültürel aktiviteler; üniversite yaşantısının dinamikleri; mezuniyet sonrası iş hayatına hazırlanmak için yapılması gerekenler; amaçları belirleme; geliştirilmesi gereken beceriler; kişisel vizyon yaratma; bir amacı gerçekleştirmek için harekete geçme; üniversite öğrencisi olarak kişisel imaj; iletişim; stress yönetimi.

**HRE104 Reklamcılığın Temelleri (3-0-0-3-6)**

Reklam kavramı ve türleri; reklam iletişimi; reklam ve pazarlama arasındaki ilişki; reklam tarihi ve küreselleşme; reklam süreci; reklam sürecinde yer alan kişi ve organizayonlar; reklamveren, medya ve reklam ajanslarının reklamcılıktaki yetki ve sorumlulukları; tüketici davranışları ve reklam; reklam araştırmaları; reklam bütçeleri oluşturmanın temelleri; reklam ve halkla ilişkiler arasındaki etkileşim; reklamda kampanya süreci.

**ISLT341 Pazarlama Yönetimi (3-0-0-3-7)**

Pazarlama stratejileri ve planları geliştirme; müşterilerle iletişim kurma; uzun dönemli sadakat yaratma; ; güçlü markalar oluşturma; pazar bölümlerini ve hedef kitleleri belirleme; marka değeri yaratma; ürün ve hizmet stratejileri; fiyatlandırma stratejileri; dağıtım kanallarının yönetimi; bütünleşik pazarlama iletişiminin unsurları; dijital iletişim; reklam, satış promosyonu, halkla ilişkiler; doğrudan pazarlama; ağızdan ağıza reklam ve kişisel satış.

**HRE201 Pazarlama İletişimi (3-0-0-3-6)**

Tarihsel süreçte dönüşen pazarlama stratejileri ve uygulamaları; ürün, satış ve tüketici odaklı pazarlamada stratejik iletişim; iletişim teknolojilerinin pazarlama iletişimi üzerindeki etkileri çerçevesinde ortaya çıkan kavram ve uygulamalar; veri tabanlarının pazarlama iletişiminde etkili kullanımı; sosyal medya pazarlaması; sosyal ilişki ağlarını pazarlama açısından etkili kullanma; mobil pazarlama.

**HRE202 Medya, Kültür ve Toplum (3-0-0-3-6)**

Toplumsal yapı, kültür ve medya arasındaki etkileşim; alt kültür, yüksek kültür, halk kültürü, kitle kültürü ve popüler kültür kavramları; medyanın ideolojik ve tecimsel işlevleri; kültür endüstrisi ve medya; tarihsel ve kültürel çeşitlilik perspektifinden yaşam tarzları ve medya ilişkisi; küresel dünyada medya ve toplum ilişkisi.

**HRE203 Halkla İlişkiler Kampanyaları (3-0-0-3-6)**

Halkla ilişkiler kampanyalarının ana hatları ve bu projelerin kurumun itibarına ve pazarlamasına destekleri; halkla ilişkiler kampanyalarının şirketlerin ya da birimlerin üzerindeki etkileri; sivil toplum kuruluşu, özel sektör ve akademik birimlerin halkla ilişkiler kampanyalarında iş bölümü ve birbirlerine olan destekleri; halkla ilişkiler kampanyalarının toplum üzerindeki etkileri; halkla ilişkiler kampanyalarının sürdürülebilirlik özellikleri; halkla ilişkiler kampanyalarında medya ilişkileri; kampanyalarda sosyal medya, klasik görsel ve yazılı basın etkileri; halkla ilişkiler kampanyalarının bütçelenmesi; halkla ilişkiler kampanyalarında ölçme ve değerlendirme.

**HRE204 Sosyal Medya (3-0-0-3-6)**

Kültür ve sosyal medya; gizlilik ve gözetim; hukuk ve sosyal medyada etik; kimlik ve sosyal medyada tanınma; sosyal ağ oluşturma ve sosyal sermaye; teknolojik yakınsaklık ve mobil teknolojilerin yükselişi; değer biçme; sosyal medya trendlerini ve etkilerini gözetleme ve analiz etme; kitle kaynaklı çalışma ve haberler; sosyal medya ve organizasyonlar; sosyal medya ve hükümet/diplomasi; sosyal medya ve aktivizm.

**HRE205 Reklam Kampanyaları (3-0-0-3-6)**

Reklam kampanyalarının adımları; reklamcılığın çeşitli türleri ve bugünün piyasasında tanıtım ajanslarının işe alımı; reklam kampanyaları için geleneksel doğrusal iletişim modeli; reklam kampanyaları için yeni interaktif, doğrusal olmayan, çoksesli iletişim modeli; reklam stratejileri; parçalara ayırma, hedefleme ve reklamcılıkta konumlandırma; reklam bütçelerinin oluşturulması; reklamcılıkla bütünleşik pazarlama iletişimi perspektifi; medya karması ve medya planlama; marka tarihi ve reklamcılık.

**HRE206 İletişim Kuramları** **(3-0-0-3-7)**

İletişim kavramı ve kuramı; temsili organizasyonlarda teoriler; mesaj üretimi kuramları; mesaj işleme kuramları; gelişmekte olan bir ilişkide iletişim kuramları; devam etmekte olan bir ilişkide iletişim kuramları; organizasyonel iletişim kuramları; küçük grup iletişimi kuramları; medya işleme ve etki kuramları; medya ve toplum kuramları; iletişim ve kültür kuramları; iletişim kuramlarında eleştirel düşünce gelişimi.

**HRE207 Medya Okuryazarlığı (3-0-0-3-6)**

Medyanın tanımı ve türleri; medyada söylem ve içerik; medya okuryazarlığı kavramı ve kavramın gelişimi; medya okuryazarlığı eğitimi ve ülkelerin medya okuryazarlığı konusundaki yaklaşımları; globalleşme sürecinde yeni kitle iletişim araçları ve medya kavramının gelişim süreci; medya ve demokrasi ilişikisi; medyada ayrımcılık ve çoğulculuk; medya sahipliği ve tekelleşme; bilişim endüstrisinin içinde medya okuryazarlığı.

**ISLT220 Girişimcilik (2-2-0-3-7)**

Girişimciliğin temel kavramları; franchising; satınalmalar; küçük ve orta ölçekli işletmeler; yeni girişimler; girişimcilik süreci, yeni iş kararlarını uygulama; ticarileşme; iş planı kanvası; ; mevcut organizasyonlarda yenilik ve kurumsal değişim; girişimcilik; yeni pazarlar yaratma ve genişletme; operasyonel güçlükler ve fırsatlar; aile işlerinin geliştirilmesi ve yönetimi; girişimcilik başarı ve başarısızlık örnekleri; girişimcilik türleri; sosyal girişimcilik.

**ISLT342 Marka Yönetimi (3-0-0-3-6)**

Marka yönetiminin temel kavramları; marka değeri; marka konumlandırma; marka değeri yaratmada pazarlama programları oluşturma; entegre pazarlama iletişimi; marka değeri ölçümü ve değerlendirmesi; marka stratejileri; marka genişleme; marka yönetiminde sürdürülebilirlik; küresel markalar; kurumsal, yönetimsel ve etik konular.

**HRE301 Siyasal İletişim (3-0-0-3-6)**

Siyasi haberler, medya ve siyaset, mitler ve gerçekler; siyasal iletişim çalışmalarının erken tarihi; demokrasi ve siyasal iletişim; medya teknolojileri etkisi altında siyasal sosyal uyum; kitle iletişimi ve kamusal alan; siyasi kampanyalar, siyasi partiler ve medya; siyasal reklamcılık; siyasal iletişimde katılım.

**HRE302 İletişimde Araştırma Yöntemleri (3-0-0-3-6)**

Araştırma kavramı; bilimselliğin ölçütleri; bilimin amaçları; bilimsel araştırmanın türleri; araştırma yönteminin çercevesi ve özellikleri; arşiv yönetimi; içerik analizi, pragmatik çözümleme; anabilimsel çözümleme; bilimsel çözümleme; örnek olay incelemesi; örneklem yöntemi ve özellikleri; örneklem büyüklüğünün saptanması ve önemi; projenin değişkenlerinin saptanması; anket yöntemine giriş anket yönteminde soru sormanın türleri ve özellikleri; anket hazırlamada dikkat edilmesi gereken hususlar; ankette kullanılan ölçek türleri ve özellikleri; proje için anket sorularının hazırlanması; anketlerin değerlendirilmesi; data analizi /spss uygulama örnekleri.

**HRE303 İkna Teknikleri (3-0-0-3-5)**

Sosyal psikoloji ve iletişim ilişkisi; farklı sektörlerde iknanın önemi, amaçları ve hedefleri; otomatik davranış üzerine çalışmalar; davranış stereotipleri; karşılıklılık ilkesi; toplumsal kanıt ilkesi; bağlılık ve tutarlılık ilkesi; sevgi ilkesi; otorite ilkesi, azlık çokluk ilkesi; satış ve sunum becerileri.

**HRE304 İletişim Hukuku (3-0-0-3-6)**

Hukuk kurallarının özelliklerinin anlaşılması; hukukun kaynakları ve özel hukuk kamu hukuku ayrımı; normlar hiyerarşisi ve hak kavramı; kitle iletişim hukukunun temelleri; ifade özgürlüğü; anayasal temeller; bilgi edinme hakkı; düşünce ve düşünceyi açıklama özgürlüğü; haberleşme özgürlüğü; Türkiye’de iletişim özgürlüğü; uluslararası hukukta yer alan düzenlemeler; insan hakları evrensel beyannamesi; Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi; Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi; iç hukukta uluslararası düzenlemelerin yeri ve önemi; basın rejimi; basın kavramı ve görevlerinin anlaşılması; basın rejimine ilişkin temel kavramların açıklanması; basın kanunu"nda düzenlenen suçlar; cevap ve düzeltme hakkı Radyo-televizyon rejimi; radyo- televizyon tekeli dönemi, TRT ve hukuki statüsü; tekelin kalkması ve yeni dönemde radyo-televizyon düzenlemeleri; yeni düzende radyo-televizyon rejiminin temel özellikleri; kamu ve özel Radyo televizyon kuruluşları; radyo Televizyon Üst Kurulu kuruluşu görev ve yetkileri; programların düzenlenme serbestliği ve yayın ilkeleri; programların düzenlenme serbestliğine getirilen sınırlamalar; Sinema ve Video rejimi; sansür sisteminin anlatılması; internet ve bilişim rejimi**.**

**HRE401 Pazarlama Araştırmaları (3-0-0-3-5)**

Pazarlama araştırmalarının tanımı; veri toplamada ikincil ve açıklayıcı araştırma; betimsel araştırma; pazarlama araştırmalarını örneklendirme; veri toplama; veri toplamada özel konular; çok boyutlu ölçeklendirme ve birleşik analiz; araştırma sonuçlarının tanıtımı; pazarlama bileşimi ölçümleri; marka ve müşteri ölçüleri; pazarlama araştırmalarında yeni yaklaşımlar.

**HRE403 İletişim Etiği (3-0-0-3-5)**

Felsefi bir kavram olarak etik; etik ve ahlak ayrımı; etik teorileri; etik konusu kapsamında ele alınan sorunlar ve yaklaşımlar; mesleki etik kavramı; iletişim etiği kapsamındaki çalışma alanları; gazetecilik etiği kapsamındaki sorumluluklar; medya ve siyaset ilişkisi kapsamında etik; ombudsmanlık ve okur temsilciliği kavramları; halkla ilişkilerde etik; halkla ilişkiler uzmanlarının etik sorumlulukları; reklamcılık etiği, reklam çalışmalarındaki etik sorumluluklar.

**HRE498 Staj I (0-0-0-0-4)**

Şirketler bünyesinde pratik uygulamaya yönelik staj yapılır.

**HRE499 Bitirme Projesi (0-2-0-1-4)**

Bilimsel araştırma projelerinin araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme aşamaları; araştırma projesi konusunun belirlenmesinde dikkate alınması gereken ölçütler; literatür taraması yöntemi; literatür taraması raporlama; referans kaynaklarıyla alıntı ve aktarma yapma; araştırma rapor yazımı; bilimsel araştırma projelerinde hipotez tanımlama; bilimsel araştırma yöntemlerinin genel olarak tanımlanması ve sınıflandırılması; araştırma projelerinde kullanılan yöntemlerin uygulama sürecini planlama; araştırmaların içeriğine ilişkin taslak içindekiler listesinin oluşturulması; araştırma sonuçları doğrultusunda ortaya çıkan yeni konular.

**HRE306 Stratejik Marka İletişimi (3-0-0-3-6)**

Markanın tanımı; markalaşmanın önemi; marka kimliği ve bileşenleri; marka ve kurumsal çağrışımlar; marka kişiliği; marka kimliği uygulamaları; marka stratejisi ve tutarlılık; marka iletişiminin yönetimi; markaların revizyonu ve yeniden yaratılması; marka yaratma sürecinin yönetimi; markalar için yeni medya yönetimi.

**HALKLA İLİŞKİLER ALANI ZORUNLU DERSLERİ**

**HRE321 Halkla İlişkiler Atölyesi (3-0-0-3-6)**

İletişimin iki alt grubu Halkla İlişkiler ve reklam; Interaktif vaka değerlendirmeleri; Bir PR ajansının organik yapısı ve bu yapı içerisinde PR projesini ele almak için geliştirdikleri işbirlikleri; PR projelerindeki sürdürülebilirlik özellikleri; PR projelerinde basın ile olan ilişkiler; Sosyal medya, klasik görsel ve yazılı basın etkileri; PR projeleri gerçekleştirilirken reklam birimleri ve ajanslardan alınan destekler; Kamu kuruluşlarında geliştirilen PR projeleri ile özel sektörde geliştirilenler arasındaki belirgin farklılıklar.

**HRE322 Halkla İlişkiler için Yazım Teknikleri (3-0-0-3-6)**

PR çalışanı için yazım tekniklerinin bilinmesinin önemi, avantajları ve getirileri; interaktif vaka değerlendirmeleri; müşteri ile seviyeli iletişim kurmak için gerekli olan yazım teknikleri; müşteriler için kurumsal tanıtım metni hazırlama; kurumsal tanıtım metni için gerekli olan başlıca konuların belirlenmesi; açılış konuşması metninde protokol sıralaması ve önemi; özel günler için kurumsal davet metni hazırlama; davetiye içeriği oluşturma; raporlama teknikleri ve dikkat edilmesi gereken kurallar; raporlama yaparken konu başlıklarının belirlenmesi; kriz anında yapılması gereken basın açıklamasında kullanılan dilin yapısı ve önemi; basın açıklamasında kullanılan yazım teknikleri.

**HRE323 Kurumsal İletişim Yönetimi (3-0-3-3-6)**

Kurumsal kimlik yönetimi; kurumsal imaj yönetimi; tanınma yönetimi; medya ilişkileri; etkinlik yönetimi; sponsorluk; içsel iletişim, kurumsal kimlik, kurumsal imaj; kriz yönetimi; sorun yönetimi; kulis çalışması.

**HRE324 İnteraktif Halkla İlişkiler (3-0-0-3-6)**

Farklı disiplinlerle birlikte bağlantı ve PR modellerinin pratik alanı; yeni medya kavramı; dijital PR ve araçları kavramının halkla ilişkiler açısından önemi; Dijital PR(Halkla İlişkiler) ve yeni medya; kurumsal bloglar; Halkla İlişkilerde kurumsal blogların etkisi; çevrimiçi haber bültenleri; dijital iletişimde halkla ilişkiler yönetimi; çevrimiçi kriz yönetimi; arama motorları optimizasyon kavramı; kurumsal internet siteleri; halkla ilişkilerde kurumsal internet sitelerinin önemi; çevrimiçi reklamcılık; viral pazarlama kavramı; halkla ilişkilerde viral pazarlamanın önemi; Türkiye’den ve dünyadan örnekler; çevrimiçi topluluk ilişkileri ve halkla ilişkilerde önemi; e- mail’in önemi ve süre boyunca gruplar içinde tartışılan mevzuları içselleştirmek adına halkla ilişkiler için (kurumsal motivasyon ve çalışan, ortaklar ve destekleyiciler için gelişim) kurum içi ağ.

**HALKLA İLİŞKİLER ALANI SEÇMELİ DERSLERİ**

**UTIC308 E-Ticaret (3-0-0-3-6)**

Pazarlama yönetimi; pazarla iletişim ve e-ticaretin tanımı; pazarla iletişim karması; segmentasyon, konumlandırma ve alıcı davranışlarını anlama; farklı medya çeşitlerini anlama; kurumsal kimlik; satış literatürü; marka; web sitesi; satış ekibi; uluslararası fuarlar; ürün ve ambalaj; e-pazarlamanın bölümleri; online pazar ve müşteri araştırma kaynaklarının kullanımı; web sitesi; b2b e-pazaryerleri; emarketing; sosyal medya kullanımı; b2c satış sitesi kurma ve yönetme; başarılı b2b ve b2c site örnekleri; web sitesi kurma.

**ISLT320 İş Fikri Geliştirme (3-0-0-3-6)**

Girişimci aktivitelerinin ilk aşamaları; yaratıcılık; tasarım düşüncesi; yenilik yönetimi; başlangıç aşaması;değer yaratma; iş fikri tanımlama; iş fikri olgunlaştırma; iş fikri sunumu; müşteri takdiri ve ödeme isteği; teknik ve prosedürel fizibilite.

**HRE412 STK’larda Halkla İlişkiler(3-0-0-3-6)**

Sivil toplum teorileri; Tarihte sivil toplum olgusunun dönüşümü; sivil toplum kavramı; sivil toplumun oluşmasını sağlayan dinamikler; sivil toplum kuruluşu tanımı; kar amacı gütrmeyen kuruluş tanımı; sivil toplum kuruluşlarının vizyon, misyon ve amaçları; kar amacı gütmeyen kuruluş kategorisindeki türler; sivil toplumun üçüncü sektör olarak gelişim süreci; üçüncü sektör olarak sivil toplum kuruluşlarının farklı tanımları; farklı siyasi yapılanmalar içinde sivil toplum örgütlerine yönelik yaklaşımlar; demokratik işleyiş açısından sivil toplum kuruluşlarının örgütlenme biçimleri; sivil toplum kuruluşlarında katılımcı örgütlenme yapısı; sivil toplum kuruluşları için iletişim faaliyetlerinin önemi; sivil toplum kuruluşlarının kurum içi iletişimi; sivil toplum kuruluşlarında yazılı iletişimin önemi ve kullanım biçimleri; sivil toplum kuruluşlarının yeni iletişim teknolojilerini kurum içi iletişim sürecine adapte etme biçimleri.

**HRE411 TV’de Program Türleri ve Yapımı(3-0-0-3-6)**

Televizyon programcılığının ABC'si; yönetmen, prodüktör, kameraman, ses teknisyeni, sanat yönetmeni, dekor sorumluları, casting, catering, ulaşım, muhasebe ve diğerleri, iş tanımları, sorumluluk alanları; çekimlerde zaman kullanımının önemi; çekim gününü etkili kullanmanın yolları, çekimlerde izinler, telifler; oyunculardan veya çekimde görüntülenen kişilerden alınan muvafakatname örnekleri; iyi yazılmış senaryo televizyon filmi ve yapımı; senaryoların matematiği; senaristlerin haftalık dizi yazımları; belgesel film senaryosu; yemek programlarında dikkat edilmesi gereken unsurlar; zamanlama konusunda tekniklerin tartışılması.

**HRE413 Etkinlik Yönetimi(3-0-0-3-6)**

Hedeflenen görüntü geliştirme; satış artışı, performans gelişimi, yerel toplulukları destekleme; yeni beceri ve bilgiler, iş yaratma, alt yapı yatırımları; hedef yönetimi; yerel topluluklar; dernek/sergileyen; kongre bürosu/ katılımcılar; toplantı teşvikleri; konferans; etkinlikler/davetler; ihale süreci; program geliştirme ve tasarımı; görüşme ve en iyi anlaşma; kongre bürosu ile çalışma; konum, mekan, konaklama; hedefleme ve teknikleri konumlandırma; MICE endüstrileri için temel pazarlama mix kuramı; tüketici alımı; davranış modelleri; pazarlama kanalları; pazarlama plan formülasyonu.

**HRE414 Kurumsal Sosyal Sorumluluk (3-0-0-3-6)**

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı; tarihsel gelişim süreci içinde işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımları; uluslararası organizasyonlar ve kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları; sivil toplum örgütleri/hükümet dışı organizasyonlar ve kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları; pazarlama kavramı içinde sosyal sorumluluk kavramı; kurumsal sosyal sorumluluk ve itibar yönetimi; marka yönetimi açısından sosyal sorumluluk; kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları oluşturma süreci; dünyada ve Türkiye’de uygulanan sosyal sorumluluk projeleri.

**HRE415 Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler (3-0-0-3-6)**

Halkla ilişkilerin yönetime katkısına yönelik kavramlar ve yaklaşımlar; tarihsel perspektifte kamu kuruluşları ve imaj; kamu kuruluşlarının tanıtma ve halka bilgi verme işlevi; şirketler ve kamu kuruluşlarının ilişkileri; kamu görevlilerinin davranışları; kamu kuruluşlarının yol göstericiliği; vatandaşlarla ilişkiler ve kamu desteği; toplumla işbirliği ve katılım; kamuyu tanıma yol ve yöntemleri; yeni medyanın kamu yönetimde halkla ilişkiler uygulamalarına etkisi; farklı ülkelerde kamu yönetiminde halkla ilişkilerin kullanıma yönelik örnekler; Türkiye’deki kamu yönetiminde halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi, mevcut durumu, uygulamaları, mevzuatı ve sorunları.

**HRE416 Türkiye’de Halkla İlişkiler Uygulamaları (3-0-0-3-6)**

Halkla ilişkiler uygulamalarını etkileyen siyasal, ekonomik, toplumsal ve kültürel unsurlar; Osmanlı Devleti’nde halkla ilişkiler uygulaması niteliğindeki yöntemler; Cumhuriyet dönemi halkla ilişkiler uygulamaları; 1940-1960 yıllarında Türkiye’de halkla ilişkiler; Türkiye’de halkla ilişkilerin bir uzmanlık alanı olarak geliştirilmesine yönelik ilk çalışmalar; 1980 sonrası Türkiye’de halkla ilişkiler uygulamalarında yaşanan değişimler; Türkiye’de halkla ilişkilerin sektörel çeşitlenmesi; Türkiye’de yeni iletişim teknolojilerinin halkla ilişkilere yansımaları.

**HRE417 Sanat Yönetiminde Halkla İlişkiler(3-0-0-3-6)**

Sanat yönetiminin tanımı ve kapsamı; sanat alanındaki aktörler; sanat alanında faaliyet gösteren kuruluşları ve kişileri etkileyen toplumsal, ekonomik ve kültürel unsurlar; sanatta markalaşma; sanatta pazarlama ve halkla ilişkiler gereksinimi; sanat kuruluşlarının yönetimi ve iletişim ihtiyacı; sanatçı ve halkla ilişkiler; inisiyatifler ve halkla ilişkiler; sanat etkinliklerinde pazarlama ve halkla ilişkiler; sanata katılımda halkla ilişkilerin işlevi; web ortamına taşınan sanat pazarlaması; sanat ve pazarlama ilişkisinde denge.

**ISLT442 Müşteri İlişkileri Yönetimi (3-0-0-3-6)**

Karlılığı maksimize etme; müşteri seçim matrisi; müşteri karlılığını yönetme; müşteri karlılığını maksimize etme; sadakat ve karlılığı aynı anda yönetme; pazarlama ve iletişim stratejileri arasında kaynakları optimum tahsis etme; doğru müşteriye doğru ürünü doğru zamanda seçme; müşterilerin yıpranmasını önleme; çok kanalla satın alma yapan müşterileri yönetme; markalara yatırımları müşteri karlılığı ile ilişkilendirme; karlı müşterileri kazanma; müşterinin referans alma davranışını yönetme; kurumsal ve uygulama zorlukları; müşteri ilişkileri yönetiminin geleceği.

**ISLT443 Dijital Pazarlama(3-0-0-3-6)**

Kanal planlama; e-posta pazarlama; dijital ekran; sosyal medya; organik arama; ödemeli arama; içerik pazarlaması; dijital pazarlama analitiği ve yatırım geri dönüşü; dijital kampanyalar; web sayfası; mobil pazarlama; dijital platformlarda strateji yaratma.

**REKLAMCILIK ALANI ZORUNLU DERSLERİ**

**HRE351 Reklam Metni Yazarlığı (3-0-0-3-6)**

Reklam yazarlığı ve yaratıcılık; yaratıcı strateji; yaratıcı fikir, fikrin doğuşu ve aşamaları; yaratıcı fikrin bulunmasında yararlanılan teknikler; reklamda yaratıcı süreç; Görsel/sözel metafor kullanımı; retorik; retorik figür; sözel destek; basılı reklam ortamları; reklam yazımı; başlık; alt başlık; ana metin; kapanış ve slogan; mektup, broşür-katalog; yayın yapan reklam ortamları; televizyon; senaryo; format; story board; çekim ölçeği; kamera bakış açısı; radyo reklamı yazmak; Dijital medya; dijital medya yazarlığı; sosyal medya; online reklam; mobil uygulama; push/pull mesaj.

**HRE352 Reklam Analizi (3-0-0-3-6)**

Reklamın sosyal yaşam ve kültürle ilişkisi; reklamın amacı ve işlevi; İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu’nun çalışmaları; iletişim kuramlarında reklam uygulamaları; ikna odaklı iletişim kuramı; reklam iletişiminde görsel iletinin özellikleri ve işlevi; reklam iletişiminde dilsel iletinin özellikleri ve işlevi; Levi Strauss’un kültür ve anlamlandırma sistemleri; Roland Barthes ve çağdaş mitler; kültürel ve toplumsal değişimin reklama yansıması; reklam formatlarının tarihsel gelişimi; göstergebilim yönteminden yararlanarak reklam iletisinin nitel çözümlenmesi.

**HRE353 Reklam Tasarımı (3-0-0-3-6)**

Medya araştırma yöntemleri; imgeler ve görsel anlam; tasarımın temelleri; dijital tasarım; tasarım tarihi ve felsefesi; dijital tasarım uygulamaları; tasarımda disiplinler arası yaklaşım; ileri dijital tasarım; dijital medya ve kültür.

**HRE354 Reklam Atölyesi (3-0-0-3-6)**

Reklamcılık alanında grafik tasarım programları ve dijital medya uygulamaları; görsel iletişim tasarımı alanının üretim standartları ile bilişim ve iletişim teknolojileri; Microsoft Office Uygulamaları, Adobe programlarıyla ilgili temel kavramlar (Photoshop, Freehand, Illustrator, vb.).

**REKLAMCILIK ALANI SEÇMELİ DERSLERİ**

**UTIC308 E-Ticaret (3-0-0-3-6)**

Pazarlama yönetimi; pazarla iletişim ve e-ticaretin tanımı; pazarla iletişim karması; segmentasyon, konumlandırma ve alıcı davranışlarını anlama; farklı medya çeşitlerini anlama; kurumsal kimlik; satış literatürü; marka; web sitesi; satış ekibi; uluslararası fuarlar; ürün ve ambalaj; e-pazarlamanın bölümleri; online pazar ve müşteri araştırma kaynaklarının kullanımı; web sitesi; b2b e-pazaryerleri; emarketing; sosyal medya kullanımı; b2c satış sitesi kurma ve yönetme; başarılı b2b ve b2c site örnekleri; web sitesi kurma.

**ISLT320 İş Fikri Geliştirme (3-0-0-3-6)**

Girişimci aktivitelerinin ilk aşamaları; yaratıcılık; tasarım düşüncesi; yenilik yönetimi; başlangıç aşaması; değer yaratma; iş fikri tanımlama; iş fikri olgunlaştırma; iş fikri sunumu; müşteri takdiri ve ödeme isteği; teknik ve prosedürel fizibilite.

**ISLT441 Tüketici Davranışı (3-0-0-3-6)**

Tüketici davranışı araştırma süreci; pazar bölümlendirme ve hedef kitle belirleme; tüketici karar süreci: satınalma, kullanma ve atma; tüketici motivasyonu; kişilik; yaşam tarzları; değerler; tüketici algısı; tüketicinin öğrenmesi; tüketici tutum oluşumu ve değişimi; iletişim ve tüketici davranışı; aile ve sosyal sınıf; kültürün tüketici davranışına etkisi; alt kültürler; kültürlerarası ve küresel tüketici davranışı; tüketici sosyal sorumluluğu.

**ISLT443 Dijital Pazarlama(3-0-0-3-6)**

Kanal planlama; e-posta pazarlama; dijital ekran; sosyal medya; organik arama; ödemeli arama; içerik pazarlaması; dijital pazarlama analitiği ve yatırım geri dönüşü; dijital kampanyalar; web sayfası; mobil pazarlama; dijital platformlarda strateji yaratma.

**HRE451 Reklam Prodüksiyonu(3-0-0-3-6)**

Reklam ajansları ve işleyişlerş; reklam üretim sürecinde medya kararları ve reklam ortamları; yazılı ve basılı reklam ortamlarında maliyet ve ölçümleme; açıkhava, sinema ve internette ölçümleme; prodüksiyon şirketi; reklam ortamlarına göre metin yazımı ve prodüksiyon; radyo spotu prodüksiyonu; televizyon reklamları; televizyon reklam çekimi aşamaları; post prodüksiyon ve aşamaları.

**HRE452 Medya Planlama (3-0-0-3-6)**

Medya işletmesi; medyada temel kavramlar; pazarlama yönetiminde medya; medya planlama ve hedef kitlede parametreler; bütünleşik pazarlama iletişimi ve araçları; geleneksel medya; internet pazarlaması ve sosyal medya; stratejik medya planı; medya satın alma; medya görüşmesi ve medya sayın alma; yazılı medya satın alma; internet reklamcılığı satın alma; gerilla medya satın alması.

**HRE453 Reklam Satış Yönetimi(3-0-0-3-6)**

Mecraların tanıtımı; mecralarda yer alan reklamların listelenmesi; reklamların sınıflandırılması; pazarlama ve satış yönetiminin açıklanması; kuramsal konuların tartışılması; reklamın sınıflandırılması ve özelliklerinin açıklanması; firmaların basılı reklamlara olan yaklaşımlarındaki farklılıkların açıklanması; firmaların ve tüketicilerin reklamlara olan yaklaşımlarındaki farklılıkların açıklanması; açık hava reklamlarının genel bir değerlendirmesi; müşteri ve tükecilerin önemi ve özelliklerinin açıklanması; müşteri ve tüketici beklentileri ve satınalma davranışları; müşteri tipleri ve özellikleri.

**HRE454 Reklamcılık Tarihi (3-0-0-3-6)**

Modern öncesi dönem dünyada reklam uygulamaları; basılı reklamların ilk örnekleri; sanayi devrimi ve reklam; 20. yüzyılın başında yeni ortaya çıkan reklam ortamları ve reklamcılık; bir sektör olarak reklamcılığın doğuşu; reklamın pazarlama anlayışına dahil olma süreci; reklamda yaratıcı devrimin gerçekleştirilmesi; post-endüstriyel çağda reklam; reklam ve reklam ajanslarında küreselleşme; Türkiye’de reklamcılık ve reklam ajansları; Türkiye’de globalleşmenin reklam sektörüne yansımaları; Türkiye’de ve dünyada reklamcılık alanındaki mesleki örgütlenmenin gelişimi.

**HRE455 Reklamda Yaratıcılık (3-0-0-3-6)**

Reklamda yaratıcılığa giriş; birleşme; aktivasyon; mecaz; eksiltme; Ekstrem sonuç; absürd alternatif; altüst etme; sembol –değer haritalama; 8 araçta pratik uygulama.

**HRE456 Reklam ve Sanat Etkileşimi (3-0-0-3-6)**

Edebi metinler ve reklam; güzel sanatlar ve reklam ilişkisi; görsel sanat yapıtları ve reklam; reklamlarda mitolojik öğelerin kullanımı; reklam ve performans sanatları ilişkisi; reklam ve sinema ilişkisi; reklam ve müzik; dijital sanat ve reklam.