

**İLAD/İLEDAK
ÖZDEĞERLENDİRME RAPORU**

[Halkla İlişkiler ve Tanıtım Lisans Programı- Birinci Örgün Öğretim]

[Erciyes Üniversitesi]

[Yenidoğan Mahallesi, Ahmet El Biruni Caddesi 38280 TALAS / KAYSERİ]

[Temmuz 2022]

İçindekiler Tablosu

A. Programa İlişkin Genel Bilgi ve Genel Ölçütler	1
1. İletişim Bilgileri	1
2. Program Başlıkları	1
3. Programın Türü	1
4. Yönetim Yapısı	1
5. Programın Tarihçesi	3
6. Önceki Yetersizliklerin Giderilmesi Yönünde Alınan Önlemler	4
Ölçüt 1: Öğrenciler	18
1.1 Öğrenci Kabulleri	18
1.2 Yatay ve Dikey Geçişler, Ders Sayma (Muafiyet)	19
1.3 Öğrenci Değişimi	21
1.4 Danışmanlık ve İzleme	22
1.5 Başarı Değerlendirmesi	23
1.6 Mezuniyet Koşulları	24
Ölçüt 2: Program Öğretim Amaçları	26
2.1 Program Öğretim Amaçları	26
2.2 Kurum Özgörevleriyle Tutarlılık	26
2.3 Program Öğretim Amaçlarını Belirleme ve Güncelleme Yöntemi	27
2.3.1 Programın iç ve dış paydaşları	27
2.3.2 Program Öğretim amaçlarının iç ve dış paydaşların gereksinimleri dikkate alınarak belirlenmesi	27
2.3.3 Program Öğretim amaçlarının iç ve dış paydaşların gereksinimleri doğrultusunda uygun aralıklarla güncellenmesi	28
2.4 Program Öğretim Amaçlarına Ulaşma	29
Ölçüt 3: Program Çıktıları	32
3.1 Program Çıktılarını Belirleme Yöntemi	32
3.2 Program Çıktıları	32
3.3 Program Çıktılarının Program Öğretim Amaçlarıyla Uyumu	36
3.4 Program Çıktılarının Ölçme ve Değerlendirme Süreci	39
3.5 Program Çıktılarına Ulaşma	49
3.5.1 Program çıktılarının her biri için, o çıktıyı sağlama amacıyla programda kullanılan yaklaşım ve uygulamalar	49
3.5.2 Her bir program çıktısı için ayrı ayrı olmak üzere, mezuniyet aşamasına gelmiş öğrencilerin o program çıktısına ne düzeyde ulaştığı	54
3.5.3 Her bir program çıktısı için ayrı ayrı olmak üzere, o çıktı ile ilişkilendirilebilecek ve o çıktının sağlandığının kanıtı olarak gösterilecek belgeler	55
Ölçüt 4: Sürekli İyileştirme	59
Ölçüt 5: Öğretim Programı	67
5.1 Öğretim Programı (Müfredat)	67
5.2 Öğretim Programının İçeriği	75
5.3 Öğretim Programı Uygulama Yöntemi	89
5.4 Öğretim Programı Yönetim Sistemi	92
5.5 Alan Uygulama Deneyimi	93

5.6 Ders Nitelikleri	94
Ölçüt 6: Öğretim Kadrosunun Sayıca Yeterliliği.....	95
6.1 Öğretim Kadrosunun Sayıca Yeterliliği	95
6.2 Öğretim Kadrosunun Nitelikleri.....	110
6.3 Atama ve Yükseltme	113
Ölçüt 7: Programın Altyapısı	116
7.1 Öğretim için Kullanılan Alanlar ve Teçhizat	116
7.1.1 Sınıflar	116
7.1.2 Laboratuvarlar (Atölye/stüdyo)	116
7.1.3 Teçhizat:	116
7.2 Diğer Alanlar ve Altyapı	117
7.2.1 Öğrencilerin ders dışı etkinliklerine olanak veren ortam ve altyapılar	117
7.2.2 Öğretim elemanları, idari personel ve destek personeline sağlanan ofis olanaklarını anlatınız.....	122
7.3 Çağdaş Öğrenim Araçları ve Bilişim Altyapısı.....	123
7.3.1 Öğrencilere çağdaş öğrenim araçlarını kullanmayı öğrenmeleri için sağlanan olanaklar	123
7.3.2 Öğrencilerin ve öğretim elemanlarının kullanımına sunulan bilgisayar ve enformatik altyapılar	123
7.4 Kütüphane	125
7.5 Özel Önlemler	126
7.5.1 Öğretim ortamında ve öğrenci laboratuvarlarında alınmış olan güvenlik önlemleri.....	126
7.5.2 Engelliler için alınmış olan altyapı önlemleri.....	127
Ölçüt 8: Kurum Desteği ve Parasal Kaynaklar	129
8.1 Bütçe Süreci ve Kurumsal Destek.....	129
8.2 Bütçenin Öğretim Kadrosu Açısından Yeterliliği	130
8.3 Altyapı ve Teçhizat Desteği	130
8.4 Teknik, İdari ve Hizmet Kadrosu Desteği.....	130
Ölçüt 9: Organizasyon ve Karar Alma Süreçleri	131
9.1 Kuruluş ve yönetim yapısının, bu yapının ana kuruluş içindeki yeri, öğretim faaliyetleri ve destek hizmetleri arasındaki ilişkiler	131
9.2 Öğretim sonuçlarının değerlendirilebilmesi için gereken strateji, program ve yöntemler..	131
9.3 Arşivleme yöntemi	132
9.4 Yönetimin, iç işleyişi denetleyecek, sorgulayacak ve düzeltebilecek yöntemler.....	132
Ölçüt 10: Programa Özgü Ölçütler	134
EKLER.....	136
Ek 1- Programa İlişkin Ek Bilgiler	136
Ek 1.1 Ders Nitelikleri	136
Ek 1.2 Öğretim Elemanlarının Özgeçmişleri	258
Ek 1.3 Teçhizat (Eğitim Araçları)	295

ÖZDEĞERLENDİRME RAPORU
[Halkla İlişkiler ve Tanıtım- Birinci Örgün Öğretim]
[Erciyes Üniversitesi]

A. Programa İlişkin Genel Bilgi ve Genel Ölçütler

1. İletişim Bilgileri

Prof. Dr. Mustafa KOÇER (Bölüm Başkanı)

Adres: Erciyes Üniversitesi, Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, 38280, Talas, Kayseri

Tel: 0 352 207 66 66/36000; Fax: 0 352 437 5261

Email: mkacur@erciyes.edu.tr

Web: <https://iletisim.erciyes.edu.tr/halkla-iliskiler-ve-tanitim/>

2. Program Başlıkları

Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Lisans Programı

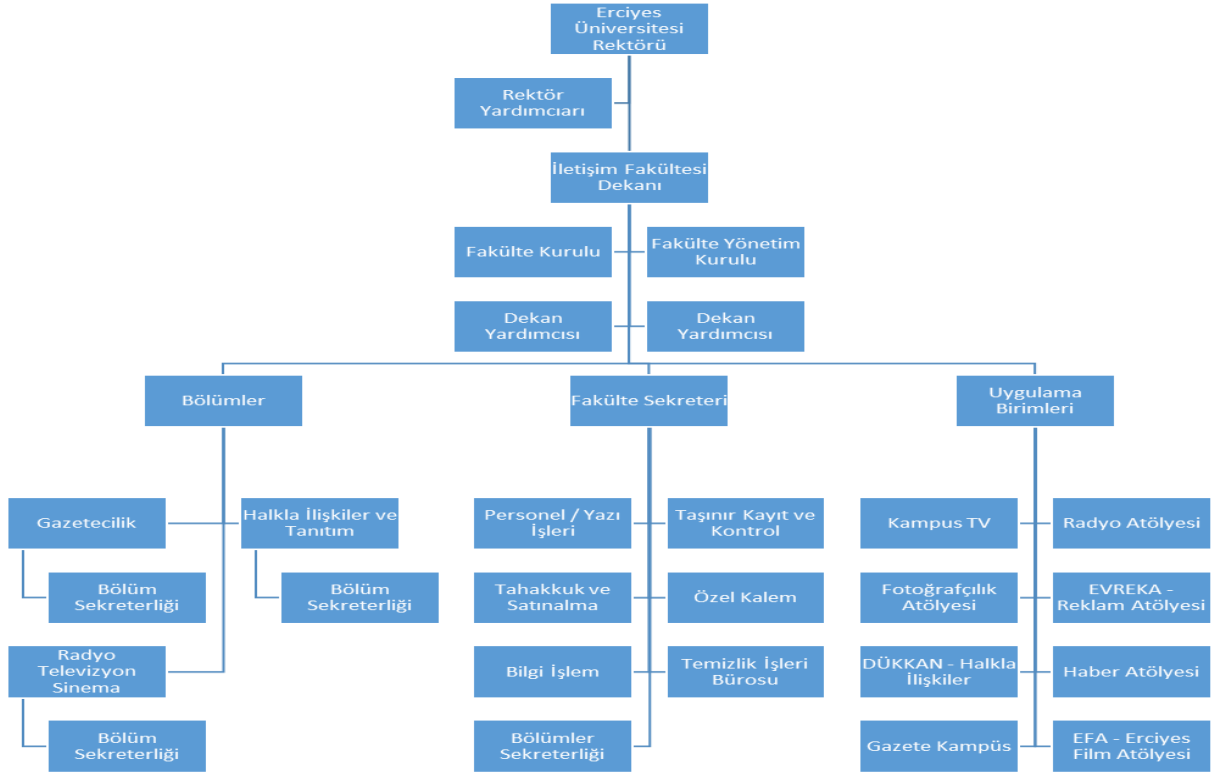
3. Programın Türü

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Birinci Örgün Öğretim Programı. Programın Öğretim dili Türkçe'dir.

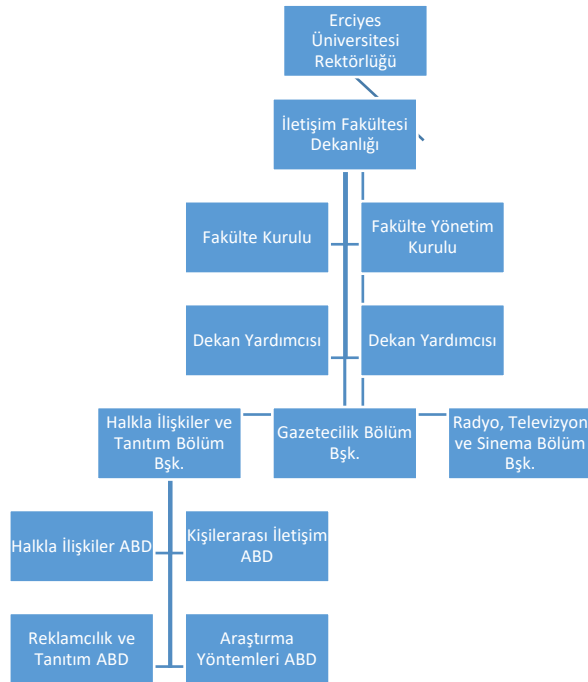
4. Yönetim Yapısı

Erciyes Üniversitesi Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi'nin ve Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nün yönetim organizasyon yapısı aşağıda iki ayrı şemada sunulmaktadır.

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Yönetim Yapısı



Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Yönetim Yapısı



Erciyes Üniversitesi Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi Dekan, Dekan Yardımcıları, Fakülte Sekreteri ve Fakülte Kurulu ile Fakülte Yönetim Kurulu üyeleri aşağıda belirtilmiştir.

Erciyes Üniversitesi Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi Dekanlık

Prof. Dr. Hakan Aydın Dekan
Doç. Dr. Vahit İlhan Dekan Yardımcısı
Doç. Dr. Fikret Yazıcı Dekan Yardımcısı
Osman Tosun Fakülte Sekreteri

Erciyes Üniversitesi Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi Fakülte Kurulu

Dekan

Prof. Dr. Hakan AYDIN

Üyeler

Prof. Dr. Nevzat ÖZKAN	Edebiyat Fak. Öğretim Üyesi
Prof. Dr. Sultan Murat TOPÇU	Edebiyat Fak. Öğretim Üyesi
Prof. Dr. Recep GÜNEŞ	Mühendislik Fak. Öğretim Üyesi
Prof. Dr. Hakan AYDIN	GZT Bölüm Başkanı
Prof. Dr. Mustafa KOÇER	HİT Bölüm Başkanı
Prof. Dr. Vahit İLHAN	RTS Bölüm Başkanı
Doç. Dr. Emel TANYERİ MAZICI	Üye
Doç. Dr. Burak MEDİN	Üye
Doç. Dr. Metin EKEN	Üye

Raportör Osman Tosun

Erciyes Üniversitesi Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi Yönetim Kurulu

Başkan

Prof. Dr. Hakan AYDIN

Üyeler

Prof. Dr. Mustafa KOÇER
Prof. Dr. Vahit İLHAN
Prof. Dr. Recep GÜNEŞ
Doç. Dr. Fikret YAZICI
Doç. Dr. Emel TANYERİ MAZICI
Doç. Dr. Metin EKEN

5. Programın Tarihçesi

2001 yılında kurulan İletişim Fakültesi bünyesindeki Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, örgün öğretimde 2008-2009 akademik yılında, ikinci öğretimde ise 2010-2011 akademik yılında öğrenci almaya başlamıştır. Bölüm örgün eğitimde 2012, ikinci öğretimde ise 2014 yıllarında ilk mezunlarını vermiştir. 2020-2021 akademik yılında ise üçüncü öğretim programı olarak uzaktan öğretimde öğrenci almaya başlamıştır.

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, iletişim sektörünün ihtiyaçlarını karşılayabilecek bilgi ve donanımla beslenmiş, sosyal duyarlılığı yüksek, etik ilkeleri içselleştirmiş, girişimci bireyler yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda bölümümüzdeki öğrencilerimize 4 yıllık eğitim-öğretim hayatı süresince davranış bilimleri, temel sanat eğitimi, siyaset, ekonomi, hukuk vb. genel bir sosyal bilim formasyonu kazandırmaya yönelik derslerin yanı sıra; halkla ilişkiler kampanyaları, tanıtım yöntemleri ve teknikleri, reklamcılık, reklam metin yazarlığı, reklam fotoğrafçılığı, sosyal sorumluluk, sponsorluk, kriz yönetimi, toplam kalite yönetimi, halkla ilişkilerde yönetim stratejileri, iletişim kuramları, iletişim hukuku, meslek

etiği, masaüstü yayıncılık, web tasarımı, grafik tasarımı vb. halkla ilişkiler mesleği ve iletişim alanı ile ilgili teorik ve uygulamaya yönelik dersler verilmektedir¹. Öğrencilerimiz bu derslerden elde ettikleri edinimleri, bölümümüz bünyesinde faaliyet yürüten Halkla İlişkiler Atölyesi (Dükkân) ve Reklam Atölyesi'nde (Evreka) uygulamalı sergileyebilme imkânına sahiptir².

6. Önceki Yetersizliklerin Giderilmesi Yönünde Alınan Önlemler

İLEDAK Program Değerlendirme Formu Yetersizliklerin ve Gözlemlerin Açıklanması (FORM 8)'e bağlı olarak yapılan çalışmalar aşağıda sunulmuştur. Tabloda, önce Form 8'deki değerlendirmeler belirtilmiş; hemen altına ise yapılan çalışmalar, alınan önlemler yazılmıştır.

1. ÖĞRENCİLER

1.2.Yatay ve dikey geçişler, çift anadal, yandal, ders sayma yöntemleri var ve uygulanmakta.”

Çift anadal ve yandal yöntemlerinin herhangi uygulanmış bir örneği bulunmamasından dolayı GÖZLEM değerlendirmesine varılmıştır. Bu değerlendirme İLEDAK tarafından KAYGI olarak değiştirilmiştir.

25.02.2022 bölüm akademik toplantısında³, 15.02.2022 Fakülte Kalite ve Akreditasyon Kurulu'nun aldığı karara⁴ bağlı olarak konu gündeme alınmış; öğretim elemanları ve danışmanlarca yandal programlarına katılımı artırmak için yönlendirmeler yapılmıştır. 2021-2022 akademik yılı yandal eğitim öğretim planında ilgili dersler tespit edilmiştir. Sonuçta 3 öğrencimiz yandal programından faydalanmıştır⁵.

“1.3.Öğrenci değişimi yöntemleri var ve uygulanmakta.”

Bölümün, özellikle, Erasmus değişim programı çerçevesindeki aktif uygulamasının yetersizliği nedeniyle GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur

Erasmus değişim programı, pandemi sürecinden olumsuz etkilenmiştir. Bu süreçte bir YL öğrencisi Erasmus değişim Programından faydalanabilmiştir.

“1.4. Öğrencileri ders ve kariyer planlaması konularında yönlendirecek danışmanlık hizmeti uygulanmakta.”

Danışmanlık hizmetinin, ders yükü ve bilimsel araştırma gibi sorumlulukları nedeniyle öğretim üyeleri tarafından yapılamaması ve bölüm araştırma görevlilerince yürütülüyor olması nedeniyle KAYGI değerlendirmesinde bulunulmuştur

Akreditasyon süreciyle birlikte fakültemizde ivedilikle bölümler bazında Meslek Danışmanlık Komisyonları oluşturulmuştur. Meslek Danışmanlığı Komisyonları, öğrencilere kariyer planlamalarında destek olmak ve sektör temsilcileri ile bölüm

¹ Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Ders Kataloğu için bkz. Kanıt Klasörü Ek 1.

² Uygulama Birimlerine Ait Görseller (Hit Atölyesi Dükkân ve Reklam Atölyesi Evreka) için bkz. Kanıt Klasörü Ek 2.

³ Bölüm Akademik Kurul Toplantı Tutanaqları için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3.

⁴ Fakülte Kalite ve Akreditasyon Kurulu Tutanaqları için bkz. Kanıt Klasörü Ek 4.

⁵ Yandal Yapan Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Öğrencileri için bkz. Kanıt Klasörü Ek 5.

öğrencilerini bir araya getirmekle görevlidir. Bu kapsamda komisyonlar öğrencilerle sektör temsilcilerinin bir araya getiren etkinlikler de düzenlemektedirler ⁶.

Bölümümüz, Bölüm Başkan Yardımcısı Dr. Öğr.Üyesi Mustafa CINGI liderliğinde 13.05.2022-10.06.2022 tarihleri arasında 12 gün boyunca “HİKG2022 Kariyer Günleri” adında zoom üzerinden etkinlik planlamış, duyurumu gerçekleştirilmiş ve uygulamaya konulmuştur. Bu etkinlikte sektör temsilcilerinin yanı sıra okulumuzdan mezunları da misafir edilmiştir. Dr.Öğr.Üyesi Mustafa CINGI moderatörlüğünde bölüm öğrencilerimiz, sektördeki gelişmeler, kariyer olanakları, mezunlarımızın kariyer edinme süreçlerinde yaşadıkları olaylar vb. konular üzerinde bilgilendirilmiştir⁷.

İlave olarak fakültemizde öğrencilerimiz “staj”, “intibak”, “burs”, “mezuniyet” ve “değişim programları” kapsamındaki iş ve işlemlerini, başında bir öğretim üyesinin bulunduğu komisyonlar üzerinden yürütmektedirler⁸. İç kontrol kapsamında komisyonların görev tanımları yapılmış ve yayınlanmıştır⁹

Son olarak dönem başlarındaki ders kayıtlarındaki danışmanlık işlemleri ise OBİSİS üzerinden doktorasını tamamlamış, bölümümüzde ders veren araştırma görevlilerince yürütülmektedir ¹⁰.

2. PROGRAM ÖĞRETİM AMAÇLARI

“2.1.3. Paydaşların katkılarıyla belirlenmekte.”

Paydaş toplantılarında, özellikle sektör paydaşlarının sürdürülebilir katılımlarının olmaması ve bu nedenle tüm iç ve dış paydaşların yer aldığı Sektör Danışma Kurulu'nun bulunmaması nedeniyle KAYGI değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon süreciyle beraber bölümümüz, Akademik Kurul Toplantılarına paydaşların katılımında süreklilik kazandırmıştır¹¹. 2019-2020-2020-2021 ve 2021-2022 Akademik Kurul Toplantılarımızın tamamında paydaşlar katılım göstermiştir. Ayrıca yine 15.03.2021 Bölüm Akademik Kurul Toplantısında Bölüm Danışma Kurulu üyeliği için aşağıda isim ve kurumları belirtilen kişilere davet gönderilmesine karar verilmiştir.

1. Doç. Dr. Oğuz GÖKSU- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı
2. Ali İhsan YOĞURT- Erciyes Teknoloji Transfer Ofisi ETTO
3. Hasan KÖSE- Adlive Reklam Ajansı
4. Yavuz Selim TAŞCIOĞLU- THY Kurumsal İletişim Başkanlığı
5. Mustafa GÜRBÜZ – Kay TV
6. Yunus TÜRK- ERÜ SBE Yüksek Lisans Öğrencisi

Mezkûr Karara bağlı olarak yapılan davetlerin olumlu sonuçlanmasıyla Bölüm Danışma kurulumuz teşekkül ettirilmiş; 16.04.2021 tarihinde ise ilk toplantısını şu gündemlerle gerçekleştirmiştir ¹²:

1. Tanışma,

⁶ Mesleki Danışmanlık Kapsamında Yapılan Etkinlikler için bkz. Kanıt Klasörü Ek 6.

⁷ #HiKG2022 Halkla İlişkilerde Kariyer Günleri Etkinlikleri için bkz. Kanıt Klasörü Ek 7.

⁸ İlan Edilen Komisyon Üyeleri için bkz. <https://iletisim.erciyes.edu.tr/komisyonlar/>

⁹ İlan Edilen Komisyon Görev Tanımları için bkz. <https://iletisim.erciyes.edu.tr/komisyonlar/>

¹⁰ Bölüm Danışman Listeleri için bkz. <https://iletisim.erciyes.edu.tr/danisman-listesi/>

¹¹ Bölüm Akademik Kurul Toplantı Tutanakları için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3.

¹² Bölüm Akademik Danışma Kurul Toplantı Tutanağı için bkz. Kanıt Klasörü Ek 8.

2. İLAD/İLADAK Program Değerlendirme Çıktılarında yer alan yetersizliklerin değerlendirilmesi ve düzeltici ve önleyici faaliyetlerin görüşülmesi,
3. Bölüm hedefleri ile ilgili görüşleri alma,
4. 2021 Akademik ders programı (müfredat) ile ilgili değişikliklerin değerlendirilmesi,
5. Gündem dışı görüş ve öneriler.

Bu toplantıda yapılan tespitler, öneriler, PUKÖ döngüsü kapsamında daha sonraki bölüm akademik kurul toplantılarına yansıtılmış, müfredat geliştirme toplantılarında dikkate alınmıştır. Danışma Kurulu üyelerimiz 25.02.2022 Bölüm Akademik Kurul toplantımıza katılmışlar ve süreç hakkında kendilerine bilgiler sunulmuştur¹³.

“ 2.1.5. Program iç ve dış paydaşların gereksinimleri doğrultusunda güncellenmekte.” **Konuya sistematik ve sürdürülebilir yaklaşılmaması, sektör temsilcilerinin ve mezunlarının, paydaş toplantılarında yeterince yer almaması, programın, iç ve dış paydaşların gereksinimleri doğrultusunda güncellenmemesi nedeniyle KAYGI değerlendirmesinde bulunulmuştur**

Akreditasyon süreciyle birlikte bölümümüz sürekli iyileştirme kapsamında paydaşların karar alma süreçlerine katılım göstermelerini sağlamıştır. İş bu süreçle alakalı yapılan iyileştirmeler, faaliyetler şu şekilde sıralanabilir;

- i. Akademik kurul toplantılarımıza paydaş katılımları sağlanmıştır¹⁴.
- ii. Bölüm Danışma Kurulu oluşturulmuş onların görüş ve önerileri süreçlere dâhil edilmiştir¹⁵.
- iii. Türkiye Halkla İlişkiler Derneği'nden (TÜHİD) bölümün eğitim amaçlarını destekleyen “öğretim Programlarının” istenen bilgi, beceri ve amacıyla müfredata yönelik görüş talep edilmiş¹⁶; bu talebimize bağlı olarak sundukları görüş ve önerileri müfredat güncellemesinde dikkate alınmıştır¹⁷.
- iv. TÜHİD'in 12.05.2022 tarihinde gerçekleştirdiği “İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler Bölüm Başkanları Buluşması”na Bölüm Başkanımız Prof.Dr. Mustafa KOÇER katılım göstermiştir¹⁸.
- v. İLEDAK Program Değerlendirme Formu Yetersizliklerin ve Gözlemlerin Açıklanması (FORM 8), bölüm Akademik Kurulunda ve Müfredat Geliştirme Komisyonu'nda dikkate alınmıştır¹⁹.
- vi. Fakültemizdeki her bölümden temsilcinin olduğu Kalite ve Akreditasyon Kurulu üyelerimiz İLAD'ın 05.02.2022 tarihindeki 11. Kurum Bilgilendirilme Çalıştayı'na katılmış²⁰ ve çalıştayda sunulan bilgilerden hareketle uygulanmak üzere tavsiye kararları almış²¹; bu kararlar Bölüm Akademik Kurulu'nun gündemine alınmıştır²².

¹³ Bölüm Akademik Kurul Toplantı Tutanakları için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3.

¹⁴ Bölüm Akademik Kurul Toplantı Tutanakları için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3.

¹⁵ Bölüm Akademik Danışma Kurul Toplantı Tutanağı için bkz. Kanıt Klasörü Ek 8.

¹⁶ TÜHİD'in Bölüm Eğitim Amaçlarını Desteklemeye Yönelik Önerileri için bkz. Kanıt Klasörü Ek 9.

¹⁷ HİT Bölüm Müfredat Geliştirme Toplantıları için bkz. Kanıt Klasörü Ek 10.

¹⁸ İLAD Değerlendiriciler Eğitimi Katılımı (Prof Dr. Mustafa Koçer) için bkz. Kanıt Klasörü Ek 11.

¹⁹ HİT Bölüm Müfredat Geliştirme Toplantıları için bkz. Kanıt Klasörü Ek 10.

²⁰ İLAD'ın 11. Kurum Bilgilendirme Çalıştayı'na Fakültemiz Kalite ve Akreditasyon Komisyonu Üyelerinin Katılımı için bkz. Kanıt Klasörü Ek 12.

²¹ Fakülte Kalite ve Akreditasyon Kurulu Tutanakları için bkz. Kanıt Klasörü Ek 4.

²² Bölüm Akademik Kurul Toplantı Tutanakları için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3.

2.2. Program öğretim amaçlarına ulaşıp ulaşılmadığını kanıtlayan bir ölçme ve değerlendirme sistemi işletilmekte.”**Ölçme ve değerlendirme sistemi dışında, program amaçlarına ulaşıldığını saptayan ve güncellenmesine katkı sağlayan farklı ve nitelikli bir değerlendirmenin yer almaması nedeniyle GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.**

Akreditasyon süreciyle birlikte fakültemizdeki her bölümden temsilcilerin bulunduğu “İç Paydaş Değerlendirme Komitesi²³”, “Dış Paydaş Değerlendirme Komitesi²⁴⁻²⁵”, “Mezunlarla İlişkiler Komisyonu”, “Meslek Danışmanlığı Komisyonu²⁶” kendi faaliyet alanlarına yönelik, saha çalışmaları, gözlemler, görüşmeler yapmakta; etkinlikler tertiplemektedir. Komisyon ve Komiteler bu çalışmalarını raporlaştırmakta ve ilgili bölüm temsilcisi vasıtasıyla bölümlere sunarak, bölümün karar alma sürecine dâhil olmaktadır.

Bölümümüzde ölçme ve değerlendirme süreci ERÜ Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'ne göre yapılmaktadır. Kurumumuzda, Üniversitelerde Akademik Teşkilat Yönetmeliği'nin 14. Maddesi'nde yer alan "Bölüm başkanı, her öğretim yılı sonunda bölümün geçmiş yıldaki eğitim-öğretim ve araştırma faaliyeti ile gelecek yıldaki çalışma planını açıklayan raporu, bağlı bulunduğu rektör, dekan veya yüksekokul müdürüne sunar" hükmü gereğince bölümlerce raporlar hazırlanmış ve sunmuştur²⁷.

Bununla birlikte gruplara ayrılarak farklı öğretim elemanlarınca yürütülen uygulamalı derslerde (Proje Dersleri)²⁸, öğrencilerin dönem sonu teslim ettiği çıktılarının ortak kriterler çerçevesinde ölçme değerlendirmesinin yapılabilmesi için dönem sonunda dersi veren öğretim elemanlarının tamamının katıldığı toplantılar düzenlenmektedir²⁹.

Dönem başında derste yürütülecek projelerin konuları, uygulama esasları, takip edilecek süreçler, yapılacak kontrolde dikkate alınacak hususlar yazılı olarak öğrencilere sunulmaktadır. Ölçme değerlendirme aşamasında teslim edilen projelerde hangi kriterlerin hangi ağırlıklarda değerlendirileceği beyan edilmektedir. Ayrıca öğretim elemanlarına yürüttükleri her derste kullanılmak üzere ölçme değerlendirme formları³⁰ gönderilmiş ve 2021-2022 akademik yılı bahar dönemiyle birlikte mezkûr formun doldurularak ders bilgi paketlerinde yer alması kararı akademik kurul toplantılarında kayıt altına alınmıştır. Formlarda sınavlarda sorulan soruların zorluk dereceleri sınıflandırılmakta ve öğrenim amaçlarıyla ilişkileri kurulmaktadır³¹.

3. PROGRAM ÇIKTILARI

“3.1. Program çıktılarını belirleme yöntemi var.” İLAD Genel Değerlendirme Ölçütleri ve Programa Özgü Ölçütlerin program çıktılarında yansıtılması dışında

²³ İç Paydaş Komisyonu Raporları (2019-2020-2021-2022) için bkz. Kanıt Klasörü Ek 13.

²⁴ Dış Paydaş Komisyon Raporu için bkz. Kanıt Klasörü Ek 29.

²⁵ HİT Bölümü Dış Paydaşlarla Yapılan Etkinlikler, İş birlikleri, Eğitimler için bkz. Kanıt Klasörü Ek 30.

²⁶ Mesleki Danışmanlık Kapsamında Yapılan Etkinlikler için bkz. Kanıt Klasörü Ek 6.

²⁷ HİT Eğitim-Öğretim ve Araştırma Faaliyetleri Raporu (2020-2021 Eğitim Ve Öğretim Dönemi) için bkz. Kanıt Klasörü Ek 14.

²⁸ Proje Dersleri Uygulama Yönergesi ve Ölçme Değerlendirme Kriterleri için bkz. Kanıt Klasörü Ek 15.

²⁹ Proje Dersleri Öğretim Elemanları Ortak Ölçme Değerlendirme Toplantıları için bkz. Kanıt Klasörü Ek 16.

³⁰ Ölçme Değerlendirme Formu için bkz. Kanıt Klasörü Ek 17.

³¹ Bölüm Akademik Kurul Toplantı Tutanaqları için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3.

sistemik ve sürdürülebilir bir yöntemin bulunmaması nedeniyle GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur

Program çıktıları Bölüm Akademik Kurulu'nda; Ders Bilgi Paketleri'nde sunulan işlenen konular, öğrenim çıktıları, bunlara dair sorular, yapılan ödevler, sunulan projeler, icra edilen stajlar gözetilerek hazırlanılmıştı. Süreç, fakültemiz kurul ve komisyonlarından gelen raporlarda gözetilerek yeni müfredatın uygulanmasının tamamlanmasına müteakip PUKÖ kapsamında yeniden değerlendirilmeye alınacaktır.

"3.2.1. İletişim alanı ve programlarıyla ilgili sosyal bilimler ve sanat disiplinlerine özgü konularda yeterli akademik, kültürel, sanatsal ve teknik bilgi birikimine ve bu bilgiyi programın kapsadığı alanlarda kullanabilme becerisine sahiptir."

Sosyal bilimler ve sanat alanına özgü konulara dair yeterli sayıda temel öğretim dersinin bulunmaması nedeniyle KAYGI değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak müfredat değişikliğine gidilmiş; yeni bir katalog hazırlanmıştır. Yeni Katalogda zorunlu ve seçmeli derslerde değişiklikler yapılmıştır. Bu değişikliklerde;

- i. İLEDAK Program Değerlendirme Formu- Yetersizliklerin ve Gözlemlerin Açıklanmasından (Form 8),
- ii. Türkiye Halkla İlişkiler Derneği'den (TÜHİD) bölümün eğitim amaçlarını destekleyen "öğretim Programlarının" istenen bilgi, beceri ve yetkinlikleri öğrencilere kazandırması amacıyla müfredata yönelik istenen bilgi talebine yönelik sunduğu görüşlerden,
- iii. Bölüm Danışma Kurulu'nda müfredata yönelik yapılan tavsiyelerden,
- iv. Bölüm katalog sorumlularının tecrübelerinden,
- v. Bölüm öğretim elemanlarının talep ve isteklerinden faydalanılmıştır.

Mezkûr süreç Bölüm Müfredat Geliştirme Komisyonunca yürütülmüştür.

Bu kapsamda hazırlanan yeni müfredat kataloğunda;

- i. HİT 121-Siyaset Bilimine Giriş dersi 1. Sınıf Güz Döneminde zorunlu ders kategorisinde,
- ii. HİT 123-Sosyoloji dersi 1. Sınıf Güz Döneminde zorunlu ders kategorisinde,
- iii. HİT 126- Temel Ekonomi dersi 1. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde,
- iv. HİT 238- Sosyal Psikoloji dersi 2. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde,
- v. HİT 240- Felsefe dersi 2. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde,
- vi. HİT 440- Gönüllülük Çalışmaları dersi 4. Sınıf Bahar Döneminde seçmeli ders kategorisinde yer almaya başlamıştır.
- vii. HİT 310- İletişim Hukuku dersi 3. Sınıf Güz Döneminde seçmeli ders kategorisinde,
- viii. HİT 438- Sanat Tarihi dersi 4. Sınıf Bahar Döneminde seçmeli ders kategorisinde yeni müfredatta yer almaya devam etmiştir³².

"3.2.2. Bilimsel, toplumsal, ekonomik, yasal ve siyasal gelişmelerden haberdardır. "

Alana ilişkin yasal düzenlemeleri, ekonomik gelişmeleri, vs. kavrayacak

³² Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Ders Kataloğu için bkz. Kanıt Klasörü Ek 1.

nitelikte Hukuk, İletişim Hukuku ve Ekonomi gibi derslerin, müfredattaki zorunlu dersler kapsamında yer almaması, seçmeli ders kategorisi altında bulunması nedeniyle KAYGI değerlendirmesine varılmıştır.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda;

- i. HİT 121-Siyaset Bilimine Giriş dersi 1. Sınıf Güz Döneminde zorunlu ders kategorisinde,
- ii. HİT 123-Sosyoloji dersi 1. Sınıf Güz Döneminde zorunlu ders kategorisinde,
- iii. HİT 126- Temel Ekonomi dersi 1. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde,
- iv. HİT 238- Sosyal Psikoloji dersi 2. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde,
- v. HİT 240- Felsefe dersi 2. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde,
- vi. HİT 440- Gönüllülük Çalışmaları dersi 4. Sınıf Bahar Döneminde seçmeli ders kategorisinde,
- vii. HİT 457- Siyasal Halkla İlişkiler dersi 4. Sınıf Güz Döneminde seçmeli ders kategorisinde yer almaya başlamıştır
- viii. HİT 310- İletişim Hukuku dersi 3. Sınıf Güz Döneminde seçmeli ders kategorisinde yer almaya devam etmiştir.

“3.2.8. Alanı ile ilgili mevzuatı ve kalite standartlarını bilir ve uygulama becerisine sahiptir.”

Alanı ile ilgili mevzuat ve kalite standartlarına yönelik zorunlu derslerin müfredatta yer almaması nedeniyle KAYGI değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda;

- i. HİT 242- Meslek Etiği dersi 2. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde yer almaya başlamıştır,
- ii. HİT 329 İletişim ve Toplam Kalite Yönetimi 3. Sınıf Güz Döneminde seçmeli ders kategorisinde yer almaya devam etmektedir.
- iii. HİT 310- İletişim Hukuku dersi 3. Sınıf Güz Döneminde seçmeli ders kategorisinde yer almaya devam etmektedir.

“3.2.9. Etik ve mesleki etik ilkelerine uygun davranma ve sorumluluk bilincine sahiptir.

Alanı ile ilgili etik bilgiye yönelik zorunlu derslerin müfredatta yer almaması nedeniyle KAYGI değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda;

- i. HİT 242- Meslek Etiği dersi 2. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde yer almaya başlamıştır.

“3.2.11. İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi, deneyim sahibi olma ve farkındalık oluşturma; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinci ile davranma becerisine sahiptir.”

Alana yönelik girişimcilik odaklı zorunlu derslerin müfredatta yer almaması nedeniyle KAYGI değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda;

- i. HİT 122- Kariyer Planlaması dersi 1. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde yer almaya,
- ii. HİT 237- Girişimcilik dersi 2. Sınıf Güz Döneminde zorunlu ders kategorisinde yer almaya başlamıştır.

“3.2.12. Öğretim programlarında en az iki alan dışı dersi başarıyla tamamlamıştır. ”
Transkriptlerde alan dışı ders yer almakla birlikte bu alan dışı derslerin bölüm kodu ile programda yer alması nedeniyle GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Transkriptlerde yer alan ders kodları Erciyes Üniversitesi Öğrenci işleri uygulama esasları çerçevesinde yürütülebilmektedir. Bu bağlamda bir değişiklik yapılamamıştır.

“3.2.13. İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.”

Alana yönelik iş sağlığı ve güvenliği odaklı zorunlu bir dersin müfredatta yer almaması ve herhangi bir sertifika programı ile desteklenmemesi nedeniyle GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda;

- i. HİT-355 İş sağlığı ve Güvenliği dersi 3.Sınıf Güz Döneminde zorunlu ders kategorisinde yer almaya başlamıştır.

“3.2.14. En az bir yabancı dilde (Avrupa Dil Portfolyosu B1 Genel Düzeyinde) sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir. Eğitim dili yabancı bir dil olan programlarda ilgili dil yeterliliğinin B2 düzeyinde olması gerekir.”

Yabancı dil derslerinin gereken B1 düzeyinde belgelenmemesi ve/veya bir sertifika programıyla desteklenmemesi nedeniyle KAYGI değerlendirmesinde bulunulmuştur

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda;

- ii. HİT 350- Mesleki İngilizce I dersi 3.Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde yer almaya,
- iii. HİT-459- Mesleki İngilizce II dersi 4.Sınıf Güz Döneminde zorunlu ders kategorisinde yer almaya, başlamıştır.

“3.2.15. Alanının gerektirdiği bilgisayar yazılımlarını (en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı İleri Düzeyinde) kullanma becerisine sahiptir.”

Öğrencinin, en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı İleri Düzeyinde, alanın gerektirdiği bilgisayar yazılımlarını kullanma becerisine belge veya sertifika ile sahip olduğuna dair herhangi bir veri bulunamamasından dolayı GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda;

- i. HİT-116- Temel Bilgisayar Kullanımı dersi 1.Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde yer almaya başlamıştır.
-

“3.4. Mezuniyet aşamasına gelmiş öğrenciler; program çıktılarını sahip oldukları kanıtlamakta.”

Transkriptlerle program çıktıları karşılaştırıldığında, zorunlu derslerin program çıktılarına yeterince sağlayamaması nedeniyle GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Yeni müfredatla derslerde değişim yaşanmıştır. Yeni müfredatla mezun olan öğrencimiz mevcut değildir.

4. SÜREKLİ İYİLEŞTİRME

“4.2. İyileştirme çalışmaları sistematik olarak toplanmış somut verilere dayanmakta.”
Planlama, uygulama, kontrol etme ve önlem alma süreçlerinden oluşan (PUKÖ) döngüsünün sürekli ve sistematik dönmesi gereği ile ilgili olarak GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon süreciyle beraber bölüm öğretim elemanlarının gerek bölüm içerisindeki görev dağılımlarında gerek fakülte içerisinde yer aldıkları komisyonlarda, gerekse de sorumlu oldukları derslerde sürekli iyileştirme kapsamında yaptıkları etkinlikler, iyileştirmeler bölümümüzce sistemli biçimde kayıt altına alınmaya başlanmıştır.

Bu bağlamda bölümümüz öğretim elemanlarının dâhil olduğu etkinlikler bölüm başkan yardımcılığına iletilmekte; başkan yardımcısı tarafından kayıt altına alınarak PUKÖ klasöründe³³ saklanmaktadır. Bu saklama işlemindeki dosyalar YÖKAK da belirlenen “Kalite Güvence Sistemleri”, Eğitim ve Öğretim”, “Araştırma Geliştirme”, “Toplumsal Katkı” ve “Yönetim Sistemi” başlıkları altında etiketlenmektedir.

Bu işleyiş süreciyle elde hazır tutulan kanıt dosyaları Kurum Kalite Politikalarının gereklerinden olan raporların hazırlanmasında kullanılmaktadır. Bu raporlar şunlardır:

- i. Kurum İçi Birim Dış Değerlendirme (KİDR)³⁴,
 - ii. Üniversitelerde Akademik Teşkilat Yönetmeliği'nin 14. Maddesi'nde yer alan "Bölüm başkanı, her öğretim yılı sonunda bölümün geçmiş yıldaki eğitim-öğretim ve araştırma faaliyeti ile gelecek yıldaki çalışma planını açıklayan raporu, bağlı bulunduğu rektör, dekan veya yüksekokul müdürüne sunar" hükmü gereğince bölümlerce hazırlanan rapor³⁵.
-

5. ÖĞRETİM PROGRAMI

“5.1. Program Öğretim Amaçlarını ve Program Çıktılarını destekleyen bir öğretim programı var.”

Program öğretim amaçları ve program çıktılarında vurgulanan birçok konuya dair temel derslerin eksikliği (60 AKTS koşulunun yerine getirilememesi) nedeniyle KAYGI değerlendirmesinde bulunulmuştur.

³³ Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü PUKÖ Dosyası için bkz. Kanıt Klasörü Ek 18.

³⁴ Kurum İçi Birim Dış Değerlendirme Raporu (KİDR) Sunumu için Bkz. Kanıt Klasörü Ek 19.

³⁵ HİT Eğitim-Öğretim ve Araştırma Faaliyetleri Raporu (2020-2021 Eğitim Ve Öğretim Dönemi) için bkz. Kanıt Klasörü Ek 14.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda; Temel Derslerde 60 AKTS koşulu yerine getirilmiştir. Öz Değerlendirme Raporu'nda Ölçüt: 5; Öğretim Programı Ölçütü içerisinde Öğretim Müfredatı başlığına bağlı olarak hazırlanan Tablo 5.1. Lisans Öğretim Programı'nda söz konusu durum istenilen tarzda sunulmuştur.

“5.2. İstenen bilgi, beceri ve yeterliklerin yetkinliklerin öğrencilere kazandırılmasını garanti eden bir öğretim yöntemi var.”

Müfredata yer alan bazı ders adlarının içeriklerle uyumlu olmaması, bilgi, beceri ve yeterlilikleri sağlayacak ve “mezuniyet projesi” veya “bitirme projesi” gibi ders adlarıyla zorunlu derslerin bulunmaması nedeniyle GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda derslerin içerikleri öğretim elemanlarınca yeniden oluşturulmuş ve Ders Bilgi Paketlerine işlenmiştir.

Ayrıca bölümümüzde kısaca “Proje Dersleri” olarak anılan ve oluşturulan gruplar üzerinden yürütülen

- i. HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I
- ii. HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II
- iii. HİT 401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I
- iv. HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları II dersleri ön koşul dersleri olarak tanımlanmıştır.

Grup temelli olarak tasarlanan bu derslerde öğrenciler dönem başlarında kendilerine verilen temalar doğrultusunda halkla ilişkiler kampanyası, tanıtım kampanyası, reklam uygulaması hazırlayarak sunum yapmaktadırlar.

“5.3. Öğretim programını güvence altına alacak ve sürekli gelişimini sağlayacak bir yönetim sistemi var.”

Öğretim programının gelişimi ile ilgili bireysel çabalar dışında planlamaya, uygulamaya, kontrol etmeye ve önlem almaya (Öğretim program ile ilgili PUKÖ döngüsünün sürekli dönmesine) yönelik sistematik ve sürdürülebilir çalışmaların bulunmaması nedeniyle GÖZLEM değerlendirmesine varılmıştır.

Akreditasyon süreciyle beraber öğretim programına yönelik sürekli iyileştirme kapsamında aşağıdaki iyileştirmeler yapılmıştır.

- i. Paydaşların karar alma süreçlerine katılımı sağlanmıştır³⁶.
- ii. Bölüm Danışma kurulları oluşturulmuştur³⁷.
- iii. Kalite akreditasyon komisyonu, Ölçme Değerlendirme Komisyonu oluşturulmuş iş akış şemaları belirlenerek web sayfasında ilan edilmiştir³⁸.
- iv. Derslerin öğretim amaçları ile sorulan sorular arasındaki ilişkiyi gösteren formlar doldurulmaya başlanmıştır³⁹.

Sürekli iyileştirme de ifade edildiği gibi akreditasyon süreciyle beraber bölüm öğretim elemanlarının gerek bölüm içerisindeki görev dağılımlarında, gerek fakülte içerisinde yer aldıkları komisyonlarda, gerekse de sorumlu oldukları derslerde sürekli iyileştirme kapsamında yaptıkları etkinlikler, iyileştirmeler bölümümüzce sistemli biçimde kayıt altına alınmaya başlanmıştır.

³⁶ Bölüm Akademik Kurul Toplantı Tutanaqları için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3.

³⁷ Bölüm Akademik Danışma Kurul Toplantı Tutanağı için bkz. Kanıt Klasörü Ek 8.

³⁸ İlan Edilen Komisyon Görev Tanımları için bkz. <https://iletisim.erciyes.edu.tr/komisyonlar/>

³⁹ Ölçme Değerlendirme Formu için bkz. Kanıt Klasörü Ek 17.

Bu bağlamda bölümümüz öğretim elemanlarının dâhil olduğu etkinlikler bölüm başkan yardımcılığına iletilmekte; başkan yardımcısı tarafından kayıt altına alınarak PUKÖ klasöründe saklanmaktadır. Böylelikle bölümle ilgili iş ve işlemler düzenli değerlendirilebilecek bir şekilde hazır tutulabilmektedir⁴⁰.

5.4.1. En az 32 kredi/60 AKTS tutarında sosyal bilimler ve sanat disiplinine özgü alanlarda uygulamaya dayalı çalışmalarla desteklenmiş genel eğitim uygulanmakta.”
Sosyal bilimler ve sanat disiplinine özgü dersleri de içermesi gereken bu kategori, minimum AKTS kredi miktarını karşılamamaktadır. Bu nedenle, ZAYIFLIK değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda sosyal bilimler ve sanat disiplinine özgü derslere yönelik kıstas dikkate alınmıştır. Öz Değerlendirme Raporu’nda Ölçüt: 5; Öğretim Programı Ölçütü içerisinde Öğretim Müfredatı başlığına bağlı olarak hazırlanan Tablo 5.1. Lisans Öğretim Programı’nda söz konusu durum sunulmuştur.

“5.4.4 Öğrencinin kültür/sanat birikimine katkıda bulunacak iki adet alan dışı dersin alınması sağlanmış.”

Öğrenciler, kültür/sanat birikimlerine katkıda bulunacak iki adet alan dışı dersi seçebilmesi için ders programının uygun olarak yapılandırılmamış olması nedeniyle KAYGI değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğuyla beraber bölümümüz, Serbest Seçmeli Dersler listesini, 2021 müfredatlı öğrenciler için Ders İçerikleri ve Eğitim Öğretim Planında yayınlamaya başlamıştır⁴¹. İlaveten 15. 02.2022 tarihli Kalite ve Akreditasyon Komisyonu’nun tavsiyesine bağlı olarak 25.02.2022 tarihli Bölüm Akademik Kurulu’nda danışmanlarca öğrencilerin bu konuda yönlendirilmelerini sağlamak için karar alınmıştır⁴². Üniversite politikası olarak tüm öğrencilerimiz, OBİSİS sistemi içerisinde Serbest Seçmeli Ders havuzundan ilgi alanlarına göre seçim yapma ve transkriptlerine işletme imkânına sahiptirler⁴³.

“5.5. Öğrenciler, derslerden edindikleri bilgi ve becerileri, etik, çevre, sağlık güvenlik gibi koşulları sağlayacak bir bakış açısıyla uygulama, tasarlama, planlama ve üretime dönüştürmeye hazırlanmakta.”

Müfredatta etik, sağlık ve güvenlik ile doğrudan ilişkili zorunlu ders bulunmaması, söz konusu bakış açısının, mezuniyet projelerine yansımaması nedeniyle GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda;

- i. HİT 242- Meslek Etiği dersi 2. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde,
- ii. HİT 420 Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik dersi 4. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde yer almaya başlamıştır.

⁴⁰ Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü PUKÖ Dosyası için bkz. Kanıt Klasörü Ek 18.

⁴¹ Ders İçerikleri ve Eğitim Öğretim Planı için Bkz. <https://iletisim.erciyes.edu.tr/halkla-iliskiler-ve-tanitim/>

⁴² Bölüm Akademik Kurul Toplantı Tutanaqları için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3.

⁴³ Bahar Döneminde Serbest Seçmeli Ders Seçen Öğrencilerimiz için bkz. Kanıt Klasörü Ek 27.

Ayrıca bölümümüzde kısaca “Proje Dersleri” olarak anılan ve oluşturulan gruplar üzerinden yürütülen HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I, HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II, HİT 401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I, HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları II derslerinde çevre, sağlık ve güvenlik temaları üzerinden konular seçilmektedir. “Yenilenebilir Enerji”, “Kişisel Verilerin Korunması”, “İklim Değişikliği” temaları bu kapsama örnek olarak sunulabilir⁴⁴.

6. ÖĞRETİM KADROSU

“6.3. Atama ve yükseltme kriterleri, bu nitelikleri sağlamaya yönelik olarak belirlenmiş ve uygulanmakta.”

Bölüm öğretim kadrosunda farklı üniversite bölümlerine dair öğretim elemanı çeşitliliğinin azlığı ve üniversitenin, kendi Lisans ve Lisansüstü mezunlarını öğretim kadrosuna atamadaki önceliğini izleyebilme nedeniyle GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Bölümümüz bünyesinde 14 Öğretim elemanı bulunmaktadır. Bu kadronun ikisi profesör, beşi doçent, üçü doktor öğretim üyesi, dördü araştırma görevlisidir. Akreditasyon sürecinde bölümümüzdeki Doçent kadrosundaki bir öğretim üyesi kurum değiştirmiştir. Geçen süre zarfında 3 öğretim üyemiz ÜAK’dan Doçentlik Belgesi almıştır. Bir Araştırma Görevlisi ise doktorasını tamamlamıştır. Bölümümüzdeki dört araştırma görevlisinden üçü doktora eğitimini tamamlamıştır.

7. ALTYAPI

“7.4. Kütüphane olanakları (dijital ve klasik ortamlarda) eğitim amaçlarına ve program çıktıklarına ulaşmak için yeterli düzeyde.”

Bir araştırma üniversitesi olarak, sosyal bilimler alanına dair online veri tabanlarının artması gerektiği düşünüldüğünden dolayı GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Üniversitemiz Kütüphane Dokimantasyon Daire Başkanlığı, veri tabanları ile abonelik işlemlerini yürütmektedir. Ölçüt 7.4’te kütüphanemizin veri tabanları belirtilmiştir.

“7.6. Özel gereksinimi olan öğrenciler (engelliler) için yeterli düzeyde altyapı düzenlemeleri bulunmakta.” **Engelli asansörü yapımı, Fakülte tarafından planlanmış olmasına rağmen halihazırda bulunmaması nedeniyle GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.**

Akreditasyon süreciyle birlikte fakültemizde Engelli Asansörü kurulmuş ve kullanılmaya başlanmıştır⁴⁵.

8. KURUMSAL DESTEĞİ VE PARASAL KAYNAKLAR

8.2. Kaynaklar nitelikli bir öğretim kadrosunu çekme, tutma ve mesleki gelişimini sürdürme açısından yeterli.”

⁴⁴ Örnek Öğrenci Proje Dosyaları için bkz. Kanıt Klasörü Ek 20.

⁴⁵ Engelli Asansörü Yapım Görselleri için bkz. Kanıt Klasörü Ek 21.

Bir araştırma üniversitesi olarak, projelendirilmiş çalışmaların yanında, öğretim elemanlarının yurtdışı konferans, sempozyum gibi, vizyon kazandıran akademik toplantılarının da maddi yönden desteklenmesi konusu nedeniyle GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Üniversitemiz Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi (BAP) yönetmeliğinde değişiklik yaparak yurt içi yurt dışı sempozyum, konferans katılım olanaklarını genişletmiş, yeni uygulama esaslarına yönelik üniversite genelinde çevirimiçi bilgilendirmede bulunmuştur⁴⁶.

“8.4. Teknik ve idari personel sayıca ve nitelik olarak yeterli.”

Fakültede Bölüm Sekreterliklerinin tek bir personel tarafından yürütülmesi ve fakülte öğrenci işlerinin olmaması nedeniyle GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur. Bu değerlendirme bölümlerin sekreterliğinin tek bir personel tarafından yürütülmesi nedeniyle İLEDAK tarafından ZAYIFLIK olarak değiştirilmiştir.

“Üniversite rektörlüğü tarafından alınan karar nedeniyle öğrenci işleri tek bir merkezden yürütülmektedir. Bölüm sekreterliklerini yürütmek üzere bir personelin daha ataması yapılmıştır. Bununla birlikte bölüm başkan yardımcıları ve yazı işleri birimi işlerin yürütülmesinde sekretere destek olmaktadır. Her bölüme ayrı bir sekreter verilmesi ile ilgili fakülte dekanlığı rektörlük ile görüşmüştür.

9. ORGANİZASYON VE KARAR ALMA SÜREÇLERİ

“9.1. Rektörlük, fakülte, bölüm ve diğer alt birimler düzeyindeki karar alma süreçleri, program çıktılarının gerçekleştirilmesini ve eğitim amaçlarına ulaşılmasını destekleyecek şekilde düzenlenmiş.”

Karar alma süreçlerinde paydaş katılımının yetersiz görülmesi sebebiyle GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Gerek fakülte bünyesinde kurulan komisyon ve kurullarda gerek Bölüm Akademik Kurulları'na paydaşların katılımı sağlanmıştır.

10. PROGRAMA ÖZGÜ ÖLÇÜTLER

1. Bilgi

“1.7. Kurum ve kuruluşların algı ve itibar yönetimi hakkında bilgi sahibidir.”

Algı ve itibar yönetimi süreci ile ilişkilendiren dersler, bu konunun işlenmesi bakımından yeterli görülmediği için GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda;

- i. HİT 304 Propaganda Teknikleri ve Algı dersi 3. Sınıf Bahar döneminde seçmeli ders kategorisinde yer almaya başlamıştır.
- ii. HİT 416 İmaj ve İtibar Yönetimi dersi 4. Sınıf Bahar döneminde seçmeli ders kategorisinde yer almaya başlamıştır.

“1.9. Alanında yapılan faaliyetlerle ilgili periyodik raporlama yapmasını bilir.” **İlgili ders içerikleri, faaliyetlerin raporlanmasına dair bilgiyi kazandırma bakımından yeterli görülmediği için GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.**

⁴⁶ Bap Duyuru- Uygulama Esasları ve Araştırmacı Bilgilendirme Klavuzu için bkz. Kanıt Klasörü Ek 45

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda;

- i. HİT 221 Araştırma Yöntemleri I dersi, 2. Sınıf Güz Döneminde zorunlu ders kategorisinde yer almaya,
- ii. HİT 236 Araştırma Yöntemleri II dersi, 2. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde yer almaya,
- iii. HİT 320 Veri Analizi dersi,3 Sınıf Bahar Döneminde seçmeli ders kategorisinde yer almaya başlamıştır.

2. Beceri

“2.6. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanında gerekli olan raporlamaları yapar.”

İlgili ders içerikleri, gerekli raporlamaları yapma konusundaki beceriyi kazandırma bakımından yeterli görülmediği için GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda;

- i. HİT 221 Araştırma Yöntemleri I dersi, 2. Sınıf Güz Döneminde zorunlu ders kategorisinde yer almaya,
- ii. HİT 236 Araştırma Yöntemleri II dersi, 2. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde yer almaya,
- iii. HİT 320 Veri Analizi dersi,3 Sınıf Bahar Döneminde seçmeli ders kategorisinde yer almaya başlamıştır.

Ayrıca bölümümüzde kısaca “Proje Dersleri” olarak anılan ve oluşturulan gruplar üzerinden yürütülen

- i. HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I
- ii. HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II
- iii. HİT 401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I
- iv. HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları II derslerinde öğrencilerimiz ders kapsamında hazırlanan yönergeye bağlı olarak sunumlarını gerçekleştirmekte, raporlarını sunmaktadırlar.

“2.11. Ulusal ve uluslararası kalite yönetim süreçlerine uygun davranır.”

Kalite süreçlerinin ayrılmaz bir parçası niteliğinde olan ve etik konular ile yasal düzenlemeleri içeren dersler, seçmeli ders kategorisinde yer aldığından dolayı GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda;

- i. HİT 242- Meslek Etiği dersi 2. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde yer almaya, başlamıştır,
- ii. Ayrıca HİT 329 İletişim ve Toplam Kalite Yönetimi dersi ise seçmeli ders kategorisinde devam etmektedir.

3. Yetkinlik

“3.1. Kurum ve kuruluşlarda alanı ile ilgili projelerde ortaya çıkabilecek krizleri öngörür.”

Krizleri öngörececek yetkinliğin kazanılabileceği ders (Halkla İlişkilerde Risk ve Kriz Yönetimi), seçmeli ders kategorisinde yer aldığından dolayı GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda; HİT 324 Halkla İlişkilerde Risk ve Kriz Yönetimi dersi ise seçmeli ders kategorisinde devam etmektedir.

“3.4. Alanında edindiği ileri düzeydeki bilgi ve becerileri eleştirel bir yaklaşımla değerlendirir.”

Eleştirel yaklaşımların kazanılabileceği asıl dersler (örneğin Eleştirel Halkla İlişkiler, İletişimin Ekonomi Politikası, Halkla İlişkiler ve Etik), seçmeli ders kategorisinde yer aldığından dolayı GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Yeni ders müfredatında da bahse konu dersler seçmeli ders kategorisinde yer almaya devam etmektedir.

“3.5. Mesleğin dünyadaki gelişimini izler; ülke ve iş hayatının kurallarıyla bağdaştırır.”
Mesleğin dünyadaki gelişimini izlemeye yönelik tatmin edici bir ders içeriği bulunmadığı ve konuyla ilgili yetkinliği kazandırabilecek asıl dersler (örneğin Halkla İlişkilerde Çağdaş Yaklaşımlar, Uluslararası Halkla İlişkiler), seçmeli ders kategorisinde yer aldığından dolayı GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda; HİT 104 Halkla İlişkiler Tarihi dersi zorunlu kategoridedir; bahse konu diğer dersler ise seçmeli ders kategorisinde yer almaya devam etmektedir.

“3.6. Kurumların markalaşma sürecinde kurum kişiliğine uygun marka imajını yansıtarak itibar yönetimi yapılmasını sağlar.”

İtibar yönetimi konusunda yetkinlik kazandırabilecek asıl ders (İmaj ve İtibar Yönetimi), seçmeli ders kategorisinde yer aldığından dolayı GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Yeni ders müfredatında da bahse konu ders seçmeli ders kategorisinde yer almaya devam etmektedir.

“3.9. Dünyadaki ekonomik, teknolojik ve sosyal yönelimleri takip ederek, kurumların vizyon ve misyonlarının, bu gelişmelere uyumlanmasına yardımcı olur.”

Söz konusu yetkinliği kazandıracak nitelikte bir ders veya ders içeriğinin, müfredatın zorunlu derslerinde yer almamasından dolayı GÖZLEM değerlendirmesinde bulunulmuştur.

Akreditasyon sürecinde paydaşların görüşleri alınarak hazırlanan yeni müfredat kataloğunda;

- i. HİT 121-Siyaset Bilimine Giriş dersi 1. Sınıf Güz Döneminde zorunlu ders kategorisinde,
 - ii. HİT 123-Sosyoloji dersi 1. Sınıf Güz Döneminde zorunlu ders kategorisinde,
 - iii. HİT 126- Temel Ekonomi dersi 1. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde,
 - iv. HİT 238- Sosyal Psikoloji dersi 2. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde,
 - v. HİT 240- Felsefe dersi 2. Sınıf Bahar Döneminde zorunlu ders kategorisinde yer almaya başlamıştır.
-

Ölçüt 1: Öğrenciler

Bölümün öğrenci kontenjanı, Bölüm Akademik Kurulu ve Fakülte Yönetim Kurulu'nun önerisi üzerine Rektörlük tarafından YÖK'e bildirilmekte ve kontenjan nihai olarak YÖK tarafından belirlenmektedir. Erciyes Üniversitesi Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümüne son beş yılda alınan öğrenci sayıları ve mezun sayıları aşağıdaki tablodadır.

Tablo 1.1 Programa Alınan Öğrenci ve Programdan Mezun Sayıları

Öğrenci / Mezun	2021-2022	2020-2019	2019-2020	2018-2019	2017-2018
Hazırlık Öğrencisi	-	-	-	-	-
Öğrenci	84	84	87	82	82
Mezun	4	86	76	65	63

1.1 Öğrenci Kabulleri

Programa öğrenci kabulü için, Merkezi Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Sınavı'nı kazanmış olmak ve başka bir yükseköğretim kurumunda kayıtlı olmamak gerekmektedir. Bu kapsamda 2010 yılından itibaren iki aşamalı olarak uygulanan sınavların birinci aşaması olan YKS 1'den 150 ve üzeri puan alan öğrencilerin YKS 2 sınav puanları hesaplanmaktadır. YKS 2'den SÖZEL puan türünde ve belirlenen kontenjan dâhilinde ÖSYM tarafından aldıkları puan ve başarı sıralamasına göre bölümümüze giriş hakkı kazanan öğrenciler, Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK), ÖSYM ile Rektörlük tarafından belirlenen ilkeler (2547 Sayılı Yükseköğretim Kanununun Eğitim ve Öğretim ile İlgili Yükseköğretime Giriş Maddeleri) uyarınca istenen belgelerle her yıl belirlenen ve ilan edilen tarihlerde kayıtlarını yaptırmaktadır.

Yabancı uyruklu öğrenciler için programa kabuller ilgili mevzuat hükümleri ile Senato tarafından belirlenen esaslar çerçevesinde yapılmaktadır.

Tablo 1.2 Lisans Öğrencilerinin Yerleştirme Derecelerine İlişkin Bilgi

[Halkla İlişkiler ve Tanıtım - Birinci Örgün Öğretim]						
Akademik yıl ¹	Yerleştirme puanı		Yerleştirme puan türü	Sıralama	Öğrenci sayısı	
	En düşük	En yüksek			Kontenjan	Kayıt olan
2021-2022	248,14703	336,22609	SÖZ	362.049	85	84
2020-2021	281,94689	355,15736	SÖZ	304.040	85	84
2019-2020	294,89944	374,95612	SÖZ	296.536	85	87
2018-2019	286,19575	367,13848	SÖZ	295.575	80	82
2017-2018	316,70671	366,41662	TS-2	179.706	80	82

1.2 Yatay ve Dikey Geçişler, Ders Sayma (Muafiyet)

Fakülteadaki programlara yatay geçiş, “Yükseköğretim Kurumlarında Önlisans ve Lisans Düzeyindeki Programlar Arasında Geçiş, Çift Anadal, Yandal İle Kurumlar Arası Kredi Transferi Yapılması Esaslarına İlişkin Yönetmelik”e, uygun olarak yapılmaktadır. Erciyes Üniversitesi Rektörlüğü Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı yatay geçiş yapılacak eğitim öğretim dönemi için; ilgili yönetmelik hükümlerine uygun olarak belirlediği başvuru şartları, başvuru için gerekli belgeler, başvuruların değerlendirilmesi, değerlendirme takvimi, kontenjanlara ilişkin bilgileri ve değerlendirme sonuçlarını, kayıt için gerekli belgeleri, kayıt takvimini ilan eder⁴⁷.

Kabullerde kullanılan ölçütler şunlardır:

1. Yatay geçişler ancak eşdeğer diploma programları uygulayan yükseköğretim kurumları arasında (yüksekokuldan yüksekokula) Yükseköğretim Kurulu tarafından ilan edilen kontenjanlar çerçevesinde yapılır.
2. Yükseköğretim kurumlarının hazırlık sınıfına, Önlisans diploma programlarının ilk yarıyılı ile son yarıyılına yatay geçiş yapılamaz.
3. Yatay geçiş için öğrenci aşağıdaki şartları sağlamalıdır:
 - a. Kayıtlı olduğu kurumdaki bütün derslerini alıp, sınavlarını başarmış olması gerekir.
 - b. Kayıtlı olduğu kurumdan sağladığı genel ağırlıklı not ortalamasının (GANO) 4'lü sistemin uygulandığı üniversitelerden gelen öğrenciler için en az 2.30 ve 100'lü sistemin uygulandığı üniversitelerden gelen öğrenciler için en az 60 olması gerekir.
 - c. Disiplin cezası almamış olmak.
4. Yatay geçiş başvurularının değerlendirilmesi;
 - a. Ön lisans programlarına yatay geçiş için başvuran öğrencilerin Üniversiteye Giriş Puanınının 4'lük sisteme dönüştürülmüş şeklinin %70'i ile Genel Akademik Not Ortalamasının (GANO) 4'lük sistem dönüştürülmüş şeklinin %30'u toplanarak, Yatay Geçiş Puanı belirlenir.
 - b. Her sınıf için ilan edilen kontenjan sayısı kadar asıl aday yatay geçiş puanına göre sıralanır. Aynı usulle asıl aday sayısı kadar da yedek aday belirlenip ilan edilir.
 - c. Açık ve uzaktan öğretimden örgün öğretim programlarına geçiş yapılabilmesi için, öğrencinin öğrenim görmekte olduğu programdaki genel not ortalamasının 100 üzerinden 80 veya üzeri olması veya kaydolduğu yıldaki merkezi yerleştirme puanının, geçmek istediği diploma programının o yılki taban puanına eşit veya yüksek olması gerekir.

ÖSYM tarafından merkezi olarak yapılan dikey geçiş sınavında başarılı olan meslek yüksekokulları mezunlarının lisans programına kabulleri ve intibakları ise, 19/2/2002 tarihli ve 24676 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Meslek Yüksekokulları ve Açık Öğretim Ön Lisans Programları Mezunlarının Lisans Öğrenimine Devamları Hakkında Yönetmelik hükümleri ile Yükseköğretim Kurulu kararlarına uygun olarak yapılır⁴⁸.

⁴⁷ Örnek başvuru ilanı için bkz. <https://ogrisl.erciyes.edu.tr/DYR/Duyuru-Detay/2021-2022-Egitim-Ogretim-yili-Bahar-Yariyili-Yatay/3541> Örnek sonuç ilanı için bkz. <https://ogrisl.erciyes.edu.tr/DYR/Duyuru-Detay/2021-2022-Egitim-Ogretim-yili-Bahar-Yariyili-Kurum/3549>

⁴⁸ Dikey geçiş ile fakülte programlarına kayıt yaptıрма hakkı kazanan öğrencilerin intibakları ve ders muafiyetlerine ilişkin bilgi, “EK 2.8.1 Öğrenci Kabulü” başlığı altında verilmiştir.

Fakülte genelinde yatay ve dikey geçişle kabul edilen öğrencilere ilişkin bilgiler, tüm fakülte ve yürütülen programlar için aşağıda ayrı ayrı gösterilmiştir (Tablo Ek 2.11).

Diğer kurumlardan alınan derslerin, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde yer alan programların öğretim planlarında yer alan dersler yerine saydırılması/ders muafiyeti işlemleri, 2547 sayılı Yükseköğretim Yasasının 7. Maddesinin (e) bendine göre hazırlanan "Yükseköğretim Kurumlarında Önlisans ve Lisans Düzeyindeki Programlar Arasında Geçiş, Çift Anadal, Yan Dal İle Kurumlar Arası Kredi Transferi Yapılması Esaslarına İlişkin Yönetmeliği" ile "Erciyes Üniversitesi Önlisans ve Lisans Eğitim-Öğretim Yönetmeliği"nin "Ders Alma" ile ilgili 14. maddesinin 6. bendine uygun olarak yapılmaktadır. İntibak/ders muafiyet yaptırmak isteyen öğrenciler aşağıdaki adımları izlemelidir:

1. İntibak işlemi yapmak isteyen öğrenci, öncelikle Üniversite Genel Öğrenci İşleri Merkezi'ne giderek intibak paneli açtıracaktır.
2. Öğrenci, muaf olmak istediği dersleri, Öğrenci Bilgi Sistemi (OBİSİS) intibak bölümü ders ekle kısmından (derslerin İngilizce adlarıyla birlikte) sisteme girecek ve mutlaka onaya gönderecektir. Onaya gönderilmeyen başvurular değerlendirilememektedir.
3. OBİSİS'ten ders ekleme işlemini tamamlayan öğrenci, onaylı ders içerikleri ve onaylı transkripti ile birlikte, İletişim Fakültesi Bölüm Sekreterinin yanına giderek, intibak başvuru formunu dolduracaktır.
4. İntibak başvurusu alınan öğrenci evrakları (başvuru formu, ders içerikleri ve transkript) ile birlikte, başvurduğu bölümün intibak sorumlusunun yanına giderek intibak işlemini tamamlayacak ve intibak raporunu alacaktır.
5. İntibak raporunu alan öğrenci, ders seçimini yapmak üzere, öğrenimine devam edeceği sınıfın ders danışmanı ile irtibata geçerek ders kayıt işlemlerini tamamlayacaktır.

İntibak/ders muafiyet yaptırmak isteyen öğrencilerin aşağıdaki hususlara dikkat etmesi gerekmektedir:

1. İntibak başvuruları yalnızca öğrencinin ilk kayıt yaptırdığı eğitim-öğretim yılının Güz ders dönemi başlangıcındaki ilk 2 hafta içerisinde yapılmaktadır.
2. Öğrencinin, öğrenim göreceği bölümün ders içerikleri ve ders bilgi paketlerini incelemesi, muafiyet için uyumlu dersleri seçmesi açısından önemlidir.
3. Öğrenci, başarısız olduğu (kaldığı) derslerden muaf olamaz. Bu derslerin sisteme girilmesine gerek yoktur.
4. Muaf olunmak istenen derslerin hem transkriptte yer alması hem de bu derslerin ders içeriklerinin bulunması gerekmektedir.
5. İntibak işlemi, her dönem için ayrı ayrı değil, yalnızca 1 kez yapılmakta ve öğrencinin öğrenim göreceği tüm yarıyılları kapsamaktadır. Bu sebeple, öğrenci OBİSİS üzerinden muaf olmak istediği dersleri belirlerken, fakültemizde okuyacağı bölümün tüm yarıyıllarını dikkate alarak ders ekleme yapmalıdır.
6. İntibak yapılan öğrencinin ders kaydı tamamlanmış sayılmaz. İntibak işleminin ardından, öğrencinin mutlaka ders danışmanı ile birlikte ders seçimi yapması gerekmektedir.

7. Erasmus, Farabi ve Mevlana programlarından gelen öğrencilerin Öğrenim Protokolü ve Transkriptlerini getirmeleri yeterlidir.

Yukarıdaki maddelerde görüldüğü üzere, ders muafiyeti yapılırken, derslerin içerik bilgilerinin uyumlu olması önem arz etmektedir.

İntibak ve ders muafiyetine ilişkin bilgiler, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi web sayfasında ilan edilmiştir.⁴⁹

Son beş yılda Halkla İlişkiler ve Tanıtım programına yatay geçiş yapan öğrenciler ve programda çift anadal-yandal yapan öğrenci sayısına ilişkin bilgiler Tablo 1.3'te yer almaktadır:

Tablo 1.3 Geçiş ve Çift Anadal Bilgileri

Akademik yıl ¹	Yatay geçiş yapan öğrenci sayısı	Dikey geçiş yapan öğrenci sayısı	Çift anadal yapan başka bölümün öğrenci sayısı	Başka bölümde çift anadal yapan öğrenci sayısı
2021-2022	6	7	-	-
2020-2021	2	9	-	-
2019-2020	7	6	-	-
2018-2019	3	6	-	-
2017-2018	5	9	-	-

1.3 Öğrenci Değişimi⁵⁰

Yurtiçi ve yurtdışındaki üniversiteler, üniversitelere bağlı birimler, araştırma merkezleri ve benzeri kurumlarla öğrenci değişimi gerçekleştirmek için gerekli girişimlerde bulunmaktadır. Bu amaçla ikili ve çok taraflı iş birlikleri kurulmakta ve geliştirilmektedir. Öğrenci hareketliği kapsamında da yeni işbirlikleri tesis edilmektedir. Yabancı ülkelerden üniversitemize öğrenim görmek üzere gelen öğrencilere oryantasyon eğitimi sağlanmakta ve bu öğrencilerin akademik, sosyal ve kültürel yönlerden bölümümüze, şehrimize ve ülkemize uyumlarını kolaylaştırmak amacıyla sosyal ve kültürel etkinlikler düzenlenmesi öngörülmektedir.

Bölümümüzde Erasmus, Farabi ve Mevlana programları uyarınca öğrenci hareketliliği gerçekleştirilmektedir. Üç programda da öğrenci hareketliliğinin koordinasyonu, fakültemizdeki bir başkan ve bölüm temsilcilerinden oluşan Erasmus/Farabi/Mevlana Koordinatörlüğü aracılığıyla⁵¹ ve Erciyes Üniversitesi Dış İlişkiler Ofisi üzerinden sağlanmaktadır. Bahsi geçen değişim programlarıyla ilgili yapılan antlaşmalar Dış İlişkiler Ofisi'nce kayıt altında tutulmakta olup kanıt klasöründe sunulmaktadır.

Fakültemizde öğrenci hareketliliğine ilişkin son beş yıl içinde giden-gelen öğrenci listesi birim ve program bazında şöyledir:

⁴⁹Bkz. <https://iletisim.erciyes.edu.tr/intibak/>

⁵⁰ Erasmus +, Mevlana Değişim ve Farabi Değişim Programı protokolleri için Bkz. Kanıt Klasörü Ek 22

⁵¹ Erasmus Farabi Mevlana Koordinatörlüğü Anlaşmalı Üniversiteler ve Bölüm Bazlı Yıllara Göre Hareketlilik Raporu için bkz. Kanıt Klasörü Ek 23

Erasmus Öğrenci Hareketliliğiyle Yurtdışına Giden Öğrenci Listesi

Sıra No	Öğrenci No	Adı	Soyadı	Birim Adı	Hak Kazanılan Kurum	Ülke	Gidiş Tarihi	Geliş Tarihi	E-Posta
1	1100310482	Enes	HARDAL	HİT	Hogeschool PXL	Belgium	18.09.2017	04.02.2018	e.hardal@hotmail.com
2	4031830040	Rumeysa	DEMİRTAŞ	HİT YL	BERFIN&ATLANTIK SP.ZO.O	Poland	10.08.2021	11.05.2022	Rumeysaa.demirtas@hotmail.com

Farabi Öğrenci Hareketliliğiyle Giden-Gelen Öğrenci Listesi

Sıra No	T.C. Kimlik No:	Öğrencinin Adı-Soyadı	Öğrencinin Bölümü	Hareketlilik Durumu	Geldiği ya da Gittiği Okul Adı	Hareketlilik Yılı
1	58303073740	Fikrican ŞAHİN POSLUOĞLU	Halkla İlişkiler Ve Rek.	Gelen	Karadeniz Üniversitesi	2015-2016
2	17653496562	Elvan KORKUT	Halkla İlişkiler Ve Tan.	Giden	İstanbul Üniversitesi	2016-2017
3	15212245170	Aziz KARADAŞ	Halkla İlişkiler Ve Tan.	Giden	İstanbul Üniversitesi	2019-2020

Not: 2016-2017 ve 2019-2020 Eğitim Öğretim Yılları'na ait gelen öğrenci bulunmamaktadır.

Mevlana Öğrenci Hareketliliğiyle Giden-Gelen Öğrenci Listesi

Sıra No	Öğrencinin Adı Soyadı	Öğrencinin Bölümü	Hareketlilik Durumu	Geldiği ya da Gittiği Okul Adı	Hareketlilik Yılı
1	İmre Nur MARMARA	Halkla İlişkiler ve Tan.	Giden	Manas Üniversitesi	2015-2016

1.4 Danışmanlık ve İzleme⁵²

Öğrencilerin eğitim-öğretim, kariyer planlaması, kişisel ve yönetimle ilgili sorunlarının çözümüne yardımcı olmak ve öğrencileri yönlendirmek üzere, eğitim-öğretim yılı başlamadan önce ilgili birim başkanlıklarının önerisi ve ilgili yönetim kurullarının kararıyla öğretim elemanları arasından akademik danışmanlar görevlendirilir. Her sınıf için birer tane olmak üzere dört danışman, atandığı sınıfın öğrencilerinin mezuniyetine kadar görevini sürdürür. Akademik danışmanlar, Öğrenci Bilgi Sistemi (OBİSİS) üzerindeki Danışman Programı'nda anlık yazışma yöntemiyle öğrencilere başta ders seçme ve mezuniyet gibi konularda danışmanlık hizmeti verirler. Ayrıca danışmanlar, öğrencileri eğitim-öğretim, kariyer planlaması gibi konularda bilgilendirmek ve sorunlarının çözümüne yardımcı olmak üzere haftalık iki saatten az olmamak üzere önceden belirledikleri ve ilan ettikleri ofis saatlerinde öğrencilere danışmanlık yaparlar. Ofis saatinde öğrencilerle yapılan görüşmeler danışman görüşme formuna işlenmekte, danışman ve öğrenci tarafından imzalanarak kayıt altına alınmaktadır. Öğrenciler, OBİSİS üzerinden danışmanları ile iletişime geçebilecekleri gibi, fakülte web sitesinde duyurulan telefon numaraları ve e-posta adresleri üzerinden de iletişim kurabilmektedirler. Danışmanların görev ve sorumluluklarına ilişkin esaslar, ilgili birimlerce belirlenir.

Aşağıda bölümümüz danışman listesi tablolaştırılmış halde gösterilmekte olup; fakültemiz web sayfasında da sunulmaktadır⁵³. Aşağıdaki listenin dışındaki öğretim elemanlarımızda Yüksek Lisans ve Doktora programlarında danışmanlıkları mevcuttur.

⁵² Danışmanlık ve izleme ile ilgili kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 6, Ek 7, Ek 24, Ek 25, Ek 26, Ek 27, Ek 28

⁵³ Bkz. <http://iletisim.erciyes.edu.tr/ogrenci/danisman-listesi/>

Bununla birlikte tüm öğretim elemanlarımız, öğrencilerimizin farklı platformlarda kendilerine ilettikleri problemlerin çözümü noktasında sorumlulukla hareket etmektedirler.

Sınıf	Danışman	Dâhili Telefon	Ofis saati	e-posta adresi
1	Arş. Gör. Tarık Kodal	36158	Çarşamba 14:00-16:00	tarikkodal@erciyes.edu.tr
1	Arş. Gör. Dr. Ömer Faruk Koçak	36104	Çarşamba 14:00-16:00	okocak@erciyes.edu.tr
3	Arş. Gör. Dr. Nedim Karaduman	36102	Çarşamba 14:00-16:00	nedimkaraduman@erciyes.edu.tr
4	Arş. Gör. Dr. Nilay Akgün Akan	36112	Çarşamba 14:00-16:00	nilayakan@erciyes.edu.tr

Akademik danışmanlık uygulamasının yanı sıra kariyer planlaması ve yönlendirme konusunda da hem üniversitemizin hem de fakültemizin çeşitli uygulamaları bulunmaktadır. Bu kapsamda Erciyes Üniversitesi Kariyer Yönlendirme ve Bilgilendirme Merkezi, halen üniversitemizde öğrenim gören lisans ve lisansüstü öğrencilerinin ve mezunlarının meslek, sektör ve işletme seçme sürecinde yönlendirilmelerine ve bilgilendirilmelerine katkıda bulunmakta, bu konuda çalıştay, konferans, eğitim, fuar, vb. etkinlikler düzenlemektedir⁵⁴

Bununla birlikte İletişim Fakültesi Dekanlığı, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölüm Başkanlığı ve öğrenci kulüplerinin dış paydaşlarımızın da katılımıyla düzenledikleri ve organize ettikleri konferans, seminer, atölye çalışması gibi etkinliklerle de öğrencilerimizin sektörel ve akademik kariyer planlamalarına destek verilmektedir. Bütün bu etkinlikler fakülte içindeki duyuru panolarında, fakültenin web sitesinde ve sosyal paylaşım sitesi Facebook'ta oluşturulan bölüm sayfasında öğrencilere duyurulmaktadır. Öğrenciler bu etkinliklere bölüm başkanlığı ve öğretim elemanları tarafından yönlendirilmekte; katılımları yine onlar tarafından izlenmektedir.

1.5 Başarı Değerlendirmesi⁵⁵

Bir öğrencinin başarı değerlendirilmesi, Erciyes Üniversitesi Ön Lisans ve Lisans Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'ne göre düzenlenmektedir. Bu kapsamdaki maddeler şöyledir:

MADDE 19 — (1) Sınavlar 100 puan üzerinden ölçülür. Bir dersin ara sınav ve dönem sonu sınav sonuçları sayısal puan ile gösterilir. Öğrencinin girmediği sınavların puanı (0) sıfırdır.

(2) Ara sınav puan ortalaması, öğrencinin ara sınavlarda almış olduğu puanların toplamının yapılmış olan ara sınav sayısına bölünmesi ile belirlenir. Bu suretle bulunacak buçuklu sayı tam sayıya yükseltilir.

(3) Ham başarı puanı; dönem veya yılsonu sınav puanının % 60'ına, ara sınavların puan ortalamasının % 40'ünün eklenmesi ile hesaplanır. Bu oranların hesabında kesirler aynen korunur, ancak ham başarı puanının hesabında buçuklu sayılar tam sayıya tamamlanır.

⁵⁴ Bkz. <https://kaybimer.erciyes.edu.tr/>.

⁵⁵ Başarı değerlendirilmesi ile ilgili kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 15, Ek 16, Ek 17, Ek 20, Ek 31, Ek 32, Ek 38.

(4) Ham başarı notları, birimlerin yaptıkları tercihe göre, esasları Senato tarafından belirlenen bağıl not dönüşüm yöntemlerinden biri kullanılarak veya yine birimler tarafından belirlenen mutlak not dönüşüm tabloları aracılığıyla belirlenir.

(5) Üniversitede kullanılan 4'lük sistem başarı notları ve katsayıları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

6) Bir dersten başarılı olmak için başarı notunun en az CC veya daha yukarı olması gerekir

Başarı Notu	Katsayı	Başarı Derecesi
AA	4.00	Mükemmel
BA	3.50	Pekiyi
BB	3.00	İyi
CB	2.50	Orta
CC	2.00	Yeterli
DC	1.50	Kalır
DD	1.00	Kalır
FD	0.50	Kalır
FF	0.00	Kalır

Öğrenciler derslere, uygulamalara ve sınavlara katılmak zorundadır. Devam zorunluluğunun sınırı, teorik derslerde en az % 70, uygulamalı derslerde ise en az %80'dir. Bu şartları yerine getiremeyen öğrenciler dönem veya yılsonu sınavlarına giremezler. Öğrencilerin devam durumları, ders sorumlularınca izlenir. Öğrencilerin alacakları sağlık raporları, derse devam sürelerinin hesabında dikkate alınmaz. Bir dersin devamını alıp da başarısız olan öğrencilerin, dersi tekrarlamaları durumunda yeniden devam şartı aranmaz, ancak uygulamalı derslerden başarısız olan öğrencilerden yeniden devam şartı aranabilir.

1.6 Mezuniyet Koşulları ⁵⁶

Erciyes Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı tarafından, tüm derslerini tamamlamış ve mezun aşamasına gelmiş (ÖBİSİS'te okuyor olarak görülecektir.) öğrenci listeleri, her hafta, haftanın ilk günü EBYS üzerinden fakülte ve yüksekokullara gönderilir. Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi, mezun aşamasına gelmiş öğrencisi varsa, Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'ndan gelen listeleri fakültenin mezuniyet komisyonuna dağıtır. Mezuniyet komisyonu üyeleri, dağıtımı yapılan listelerdeki öğrencilerin mezuniyete uygunluklarını; ders, kredi, staj şartlarını göz önünde bulundurarak inceler. Mezuniyet şartlarını sağlayan öğrencilerle ilgili yazılı karar alır ve bir dilekçe ile fakülte dekanlığına sunar. Fakülte dekanlığı ilgili yönetim kurulu kararını alır ve EBYS üzerinden Erciyes Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'na iletir.

Bu karar doğrultusunda, öğrenci mezun edilir. (ÖBİSİS'te mezun olarak görülecektir.) Diplomalar yaklaşık 2-5 gün içerisinde hazır edilmektedir. Diploması hazır olan öğrencilerin öğrenci kimlik kartları ile birlikte öğrenci işleri merkezine başvuruda bulunmaları gerekmektedir. Kimlik kartı olmayan öğrenciye diploması teslim edilmez. Kimlik kartı kayıp olan öğrencilerimizin basın ilan kurumuna kayıp ilanı vermeleri ve kayıp ilanı ile

⁵⁶ Mezuniyet koşulları ile ilgili kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 32, Ek 33.

merkezimize başvuruda bulunmaları gerekmektedir. Diplomalar şahsın kendisine ya da noter vekâleti ile üçüncü şahıslara verilir.

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden mezun olmak için,

- 1.Müfredatta zorunlu olarak görülen derslerin tamamının alınması ve başarıyla tamamlanması
- 2.Alınan seçmeli derslerin başarıyla tamamlanması,
- 3.En az 240 AKTS'ye sahip olunması,
- 4.Genel not ortalamasının (GANO), 4.00 üzerinden en az 2.00 olması,
- 5.Staj yönergesi çerçevesinde ilgili alanlarda, en az 30 işgünü staj (işyeri eğitimi) yapılması gerekmektedir.

Mezuniyet için gerekli koşullar ile bu süreçte uygulanan akademik ve idari aşama ve işlemleri aşağıdaki gibidir.



Tablo 1.4 Öğrenci ve Mezun Sayıları

Akademik yıl ¹	Sınıf				Lisans Toplam	Lisansüstü toplam	Mezun		
	1.	2.	3.	4.			Lisans	Y.Lisans	Doktora
2021-2022	92	101	92	119	404	118	4	1	1
2020-2021	89	94	94	135	412	109	86	8	1
2019-2020	91	97	95	123	406	92	83	9	-
2018-2019	91	95	96	93	375	94	66	15	-
2017-2018	87	98	78	79	342	87	63	6	1

Ölçüt 2: Program Öğretim Amaçları

2.1 Program Öğretim Amaçları

İletişim sektörünün ihtiyaçlarını karşılayabilecek bilgi ve donanımla beslenmiş, sosyal duyarlılığı yüksek, etik ilkeleri içselleştirmiş, teknolojiyi takip eden, sosyokültürel gelişmeleri analiz edebilen, ekip çalışmasına uyumlu, girişimci bireyler yetiştirmeyi amaç edinen Erciyes Üniversitesi Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, bünyesindeki “Halkla İlişkiler”, “Reklamcılık ve Tanıtım”, “Kişilerarası İletişim”, “Araştırma Yöntemleri” anabilim dallarındaki genç ve dinamik akademik kadrosuyla örgün öğretimde 2008-2009 akademik yılında, ikinci öğretimde ise 2010-2011 akademik yılında öğrenci kabulüne başlamış ve örgün eğitimde 2012, ikinci öğretimde ise 2014 yıllarında ilk mezunlarını vermiştir. 2020-2021 akademik yılında ise üçüncü öğretim programı olarak uzaktan öğretimde öğrenci almaya başlamıştır.

Bölümü tercih edip eğitim alan öğrencilerimiz, 4 yıllık eğitim-öğretim hayatı süresince davranış bilimleri, temel sanat eğitimi, siyaset, ekonomi, hukuk vb. genel bir sosyal bilim formasyonu kazandırmaya yönelik derslerin yanı sıra; halkla ilişkiler kampanyaları, tanıtım yöntemleri ve teknikleri, reklamcılık, reklam metin yazarlığı, reklam fotoğrafçılığı, sosyal sorumluluk, sponsorluk, kriz yönetimi, toplam kalite yönetimi, halkla ilişkilerde yönetim stratejileri, iletişim kuramları, iletişim hukuku, iletişim etiği, web tasarımı, grafik tasarımı vb. halkla ilişkiler mesleği ve iletişim alanı ile ilgili teorik ve uygulamaya yönelik dersler almaktadır. Öğrencilerimiz, bu derslerden elde ettikleri edinimleri, bölümümüz bünyesinde faaliyet yürüten Halkla İlişkiler Atölyesi (Dükkan) ve Reklam Atölyesi'nde (Evreka) uygulamalı sergileyebilme imkânına sahiptir.

Bölümün öğretim amaçları Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin web sayfasında bölümle ilgili bilgilerin yer aldığı dipnotta sunulan adreste⁵⁷ yayınlanmaktadır. Bununla birlikte Erciyes Üniversitesi Ders Bilgi Paketi platformunda da bölüm profili, dersler, yeterlilik, kabul koşulları, ölçme değerlendirme, mezuniyet koşulları vb. hususlarda bölümle ilgili bilgiler yer almaktadır⁵⁸.

2.2 Kurum Özgörevleriyle Tutarlılık

Erciyes Üniversitesi özgörevler, özgörüş ve temel değerlerini belirlemiş ve resmi internet sayfasında yayınlamıştır.⁵⁹ Üniversitemiz özgörevini eğitim ve öğretimde çağdaş, bilgi ve teknoloji üreten, ürettiği bilgi ve teknolojiyi daima toplum yararına kullanan, çevreye ve insanlığın temel değerlerine duyarlı ve faaliyet alanlarında öncü olmayı benimsemiş bir üniversite olmak şeklinde ilan etmektedir. Üniversitemiz özgörüşünde yetiştirdiği öğrencileri; bilim odaklı düşünen, sorgulayan, araştıran, ait olduğu toplumun değerlerine sadık kalarak evrensel düşünebilen özgüveni yüksek bireyler olan, mensubu olmaktan onur duyulan, eğitim, araştırma ve topluma sağladığı hizmetlerle örnek bir yükseköğretim kurumu olarak, ülkemizde ve dünyada önde gelen üniversiteler arasında yer almak olarak deklare etmiştir.

Temel değerlerini ise Atatürk İlkeleri ve İnkılaplarına bağlılık, ifade özgürlüğünün korunması ve katılımcılık, hukukun üstünlüğüne, insan haklarına ve toplumsal değerlere saygı, bilimsel etik kurallara sahip çıkma, yaratıcı düşüncenin geliştirilmesi, sürekli gelişme ortamının sağlanması, üretilen bilgi ve hizmette kalitenin korunması, paydaş memnuniyetinin sağlanması, çevre bilincinin sağlanması ve Erciyes Üniversitelilik

⁵⁷ Bkz. <https://iletisim.erciyes.edu.tr/halkla-iliskiler-ve-tanitim/>

⁵⁸ Bkz. <https://dbp.erciyes.edu.tr/Program/Learn.aspx?Learn=4s37Qy6lhbQ=>

⁵⁹ Bkz. <https://www.erciyes.edu.tr/kategori/ERU-HAKKINDA/Vizyon-Misyon/2/59>

kimliğinin oluşturulması ve korunması olarak belirlemiştir. Erciyes Üniversitesi kurulduğu 1978 yılından bugüne 44 yıldır bu çerçeveye bağlı olarak eğitim öğretim faaliyetlerini sürdürmektedir.

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi'de Erciyes Üniversitesi'nin özgörüşünün bir yansıması olarak 2001 yılında kurulmuştur. Fakülte, kuruluşundan günümüze kadar Erciyes Üniversitesi'nin temel değerleriyle uyumlu geleceğin genç iletişimcilerini yetiştirmeyi görev bilmektedir. Bu doğrultuda fakültemiz kendi öz görevini iletişim alanı ve programlarıyla ilgili sosyal bilimler ve sanat disiplinlerine özgü konularda yeterli akademik, kültürel, sanatsal ve teknik bilgi birikimine ve bu bilgiyi programın kapsadığı alanlarda kullanabilme becerisine sahip; toplumsala ilişkin farkındalığı güçlü; mesleki etik kuralları benimseyen ve uygulayan, gelişime açık, çözüm üreten, teknolojiyi kullanabilen iletişimciler yetiştirmek; iletişim alanı ve ilgili sosyal bilimler alanlarında akademik çalışmalar yaparak ve projeler üreterek bilime; sosyal, ekonomik, politik ve kültürel yaşama; yerel, bölgesel, ulusal kalkınmaya katkıda bulunmak şeklinde belirlemiş ve ilan etmiştir⁶⁰.

Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünün öz görevlerine bakıldığında ise alanıyla ilgili çalışmalarda kullanılacak akademik, kültürel sanatsal ve teknik bilgileri doğru kullanabilme becerisini kazanmış; politik, ekonomik, sosyal ve teknolojik çevrelerdeki gelişmeleri takip ederek problemleri, fırsatları saptayıp üzerlerinde yorumlar yaparak doğru stratejiler geliştirebilen; alanının mesleki etik kurallarını içselleştirmiş, sosyal sorumluluk duyarlılığı yüksek, ekip çalışmasına uyumlu, teknolojiyi takip eden ve girişimci ruha sahip bireyler yetiştirmek olduğu görülmektedir⁶¹.

Fark edileceği üzere üniversitenin, fakültenin ve bölümün öz görevleri bilimsel düşünme, teknolojiyi takip etme, topluma fayda üretme ve girişimci olma temaları üzerinde bir benzerlik içerisindedir. Diğer yandan yine bölümün ilan ettiği iletişim sektörünün ihtiyaçlarını karşılayabilecek bilgi ve donanımla beslenmiş, sosyal duyarlılığı yüksek, etik ilkeleri içselleştirmiş, girişimci bireyler yetiştirmeye yönelik amacı ile öz görevleri arasında etik, sosyal sorumluluk, gelişme konularında bir uyumluluk söz konusudur.

2.3 Program Öğretim Amaçlarını Belirleme ve Güncelleme Yöntemi⁶²

2.3.1 Programın iç ve dış paydaşları

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünün iç paydaşları; Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü öğrencileri, öğretim elemanları, idari personel, Erciyes Üniversitesi Rektörlüğü'ne bağlı birimler ve üniversitemizde eğitim öğretim faaliyetlerini yürüten diğer fakülte ve meslek yüksekokullarından oluşmaktadır. Dış paydaşlarımız ise başta bölüm mezunlarımız olmak üzere, kent kamu kurumları (Kayseri Büyükşehir Belediyesi, Talas Belediyesi, İşkur gibi), meslek örgütleri (Kayseri Gazeteciler Cemiyeti, Türkiye Halkla İlişkiler Derneği gibi), düzenleyici ve denetleyici kurumlar (YÖK, İLAD gibi), diğer sivil toplum kuruluşları, sektör çalışanları, sektör işverenleri, medya sektöründe faaliyet gösteren özel sektör ve kamu sektörü kuruluşları, sanayi ve ticaret odalarıdır.

2.3.2 Program Öğretim amaçlarının iç ve dış paydaşların gereksinimleri dikkate alınarak belirlenmesi

⁶⁰ Bkz. <http://iletisim.erciyes.edu.tr/fakulte/vizyon-ve-misyon/>

⁶¹ Bkz. <http://iletisim.erciyes.edu.tr/bolumler/halkla-iliskiler-ve-tanitim/>

⁶² Program öğretim amaçlarını belirleme ve güncelleme yöntemine ilişkin kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3, Ek 4, Ek 8, Ek 9, Ek10, Ek 11, Ek 12, Ek 13, Ek 14, Ek 18, Ek 19, Ek29, Ek 30, Ek 31, Ek 35, Ek 36, Ek 47.

Fakültemizin ve dolayısıyla bölümümüzün farklı paydaş gruplarıyla iletişimi, fakülte bünyesinde oluşturulan komiteler aracılığıyla yürütülmektedir. Bir öğretim üyesi başkanlığında oluşturulan ve her bölümden birer temsilcinin bulunduğu İç Paydaş Değerlendirme Komitesi, Dış Paydaş Değerlendirme Komitesi ve Mezunlar Komitesi tarafından yapılan anketler ve görüşmeler düzenli yapılmakta, Ölçme ve Değerlendirme Komisyonu tarafından raporlaştırılarak Dekanlığa, Kalite Komisyonu ve Akreditasyon Komisyonu aracılığıyla bölüm başkanlıklarına sunulmakta ve takip eden ilk bölüm toplantısında durum değerlendirmesi yapılarak, buralardan edinilen bulgulardan hareketle programın öğretim amaçları belirlenmektedir. Bu anketler her eğitim-öğretim yılı sonunda periyodik olarak yapılmaktadır⁶³

İlaveten bölümümüz, halkla ilişkiler ve tanıtım alanında çalışmalar yapan, projeler üreten kamu ve özel sektör temsilcileri ile mezunlarımızdan Bölüm Danışma Kurulu oluşturmuştur. Bölüm Danışma Kurulu üyeleriyle komisyonlardan gelen raporlar, öğretim üyelerinin görüşleri, öğrencilerimizin istek ve talepleri üzerine program amaç ve görevleri, iş ve eylemleri üzerinde değerlendirmeler yapılmaktadır.

Ayrıca iç paydaşlarımızdan öğretim elemanları ile düzenli olarak dönem başlarında ve sonlarında yapılan akademik toplantılarda derslerin işlenişi, öğrencilerin durumu ve program öğretim amaçları görüşülmekte, durum değerlendirmesi yapılarak iyileştirmeye dönük kararlar alınmaktadır⁶⁴. Bahsi geçen akademik toplantılara iç paydaşlarımız arasında yer alan öğrenci temsilcileri ve dış paydaşlarımız arasında yer alan sektör temsilcileri de katılmakta, programın öğretim amaçları ile ilgili görüş bildirmektedirler. Öğrencilere yönelik yapılan anketlerin yanı sıra ders içi ve ders dışı yüz yüze görüşmeler ile OBİSİS Danışman Programı, elektronik posta (iletisim@erciyes.edu.tr), Facebook bölümsayfası gibi farklı platformlar aracılığıyla öğrencilerin programın öğretim amaçlarına ilişkin görüş ve önerileri alınabilmektedir.

Dış paydaşlarımızdan mezunlarımız ile elektronik posta, Facebook bölüm sayfası, telefon aracılığıyla ve yüz yüze görüşmeler yapılmaktadır. Ayrıca yukarıda bahsedildiği üzere mezunlarımıza yönelik anketler de düzenlenmektedir. Bu görüşmelerden ve anketlerden elde edilen bulgular, bölüm akademik kurullarında görüşülmekte, yönetimle paylaşmakta ve kararlarda dikkate alınmaktadır.

Diğer yandan her yıl düzenlenen İletişim Fakültesi Dekanlar Toplantısı'nda genel anlamda iletişim fakülteleri özelde de bölümler bazında gelişmeler konuşulmakta ve toplantılarda değinilen konular ve alınan kararlar eğitim-öğretim faaliyetlerine yansıtılmaktadır.

Dış paydaşlarımız arasında yer alan sektör temsilcileri, ücretli öğretim elemanı olarak programımızda ders vermek suretiyle öğrencilerimizle bilgilerini ve sektör deneyimlerini paylaşmakta, bu sayede öğretim amaçlarına ulaşmada programımıza katkıda bulunmaktadırlar.

2.3.3 Program Öğretim amaçlarının iç ve dış paydaşların gereksinimleri doğrultusunda uygun aralıklarla güncellenmesi

Programın öğretim amaçları, bölüm öğretim elemanlarının ve paydaşların görüşleri doğrultusunda bilimsel ve teknolojik gelişmelere ve gereksinimlere uygun olarak, yerel, ulusal ve uluslararası talepler de göz önünde bulundurularak belirlenmektedir.

⁶³ Eğitim öğretim yılı sonunda yapılan anketler ile ilgili kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 13, Ek 29.

⁶⁴ Bölüm toplantılarına öğretim elemanları, öğrenci temsilcisi, dış paydaş temsilcisi katılım göstermektedir. Kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3.

Bu kapsamda iç ve dış paydaşlardan her yıl veriler⁶⁵ toplanmaya ve yılsonu değerlendirilmesi yapılmaya başlanmıştır. Program amaçlarına ulaşma ile ilgili değerlendirmeler yıllık yapılmakta olup, 4 yıllık verilerin genel değerlendirmesi doğrultusunda program amaçları güncellenecektir. Veriler anketler, bölüm toplantıları, sosyal medya ağları, öğrenci bilgi işlem portalı ve danışman programlarından alınmaktadır.

2.4 Program Öğretim Amaçlarına Ulaşma⁶⁶

Programın öğretim amaçlarına ulaşıldığını belirlemek ve belgelemek için kullanılan ölçme ve değerlendirme süreci öğrenci, akademisyen, mezun ve işverenleri kapsamaktadır.

Yıl içerisinde yapılan öğrenci ve akademisyen anketleri, seminer ve toplantılar İç Paydaş Komitesi'nce organize ve takip edilmektedir. İlgili komite, ölçme ve değerlendirme sonuçları ile önerilerini eğitim-öğretim yılı sonunda Ölçme ve Değerlendirme Komisyonu ile bölüm başkanlıklarının bilgisine sunmaktadır. Takip eden akademik bölüm toplantısında ve/veya bölüm kurul toplantısında durum değerlendirilerek, gerekli değişiklikler karara bağlanmaktadır.

Mezunlarla ilgili ölçme ve değerlendirme süreci, Mezunlar Komitesi aracılığıyla yürütülmektedir. Mezunlara yönelik anketler ilgili komite tarafından her yıl düzenli olarak yapılarak, ölçme ve değerlendirme sonuçları eğitim-öğretim yılı sonunda Ölçme ve Değerlendirme Komisyonu ile bölüm başkanlıklarının bilgisine sunulmaktadır. Takip eden akademik bölüm toplantısında ve/veya bölüm kurul toplantısında durum değerlendirilerek, gerekli değişiklikler karara bağlanmaktadır.

İşverenlerle ilgili ölçme ve değerlendirme süreci ise Dış Paydaş Komitesi aracılığıyla yürütülmektedir. Sektör temsilcilerini içeren işveren anketleri Dış Paydaş Komitesi tarafından her yıl düzenli olarak yapılmaktadır. Ayrıca Dış Paydaş Komitesi, sektör temsilcileri ile zaman zaman toplantı ve görüşmeler yapmaktadır. Komite, ölçme ve değerlendirme sonuçları ile önerilerini eğitim-öğretim yılı sonunda Ölçme ve Değerlendirme Komisyonu ile bölüm başkanlıklarının bilgisine sunmaktadır. Takip eden akademik bölüm toplantısında durum değerlendirilerek, gerekli değişiklikler karara bağlanmaktadır.

Ölçme ve değerlendirme sürecinin yanı sıra program öğretim amaçlarına ulaşıldığı, ders çıktılarının değerlendirilmesi ile de mümkün olmaktadır. Programda yer alan dersler ve nitelikleri, bu rapor kapsamında Ölçüt 5'te yer alan Öğretim Programı başlığı altında sıralanmıştır. Ayrıca bir sonraki bölümde değerlendirilen Ölçüt 3 içerisinde yer alan "Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ders Kazanımlarının Program Yeterliliklerine Katkı Düzeyi" tablosunda da derslerin öğrenim çıktılarının program çıktıları ile olan ilişkileri sıralanmıştır. Bu değerlendirmeden yola çıkarak, program öğretim amaçları ve zorunlu dersler arasındaki ilişkiye dair veriler aşağıda tabloda gösterilmektedir.

⁶⁵ Veriler; anketler, bölüm toplantıları, sosyal medya ağları, öğrenci bilgi işlem sistemi ve danışman programları aracılığıyla toplanmaktadır.

⁶⁶ Program öğretim amaçlarına ulaşılmasına ilişkin kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3, Ek 5, Ek 7, Ek 15, Ek 8, Ek 10, Ek 13, Ek 14, Ek 17, Ek 18, Ek 19, Ek 20, Ek 23, Ek 27, Ek 28, Ek 29, Ek 30, Ek 32 Ek 33, Ek 38, Ek 47.

Program Öğretim Amaçlarını Karşıllayan Dersler⁶⁷	
Program Öğretim Amaçları	Dersler
İletişim sektörünün ihtiyaçlarını karşılayabilecek bilgi ve donanımla beslenmiş,	Tüm Dersler bu amaç içerisinde değerlendirilir.
Sosyal duyarlılığı yüksek,	HİT 103 Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş (Zorunlu) HİT 123 Sosyoloji (Zorunlu) HİT 231 Kişilerarası İletişim (Zorunlu) HİT 238 Sosyal Psikoloji (Zorunlu) Hit 240 Felsefe (Zorunlu) HİT 420 Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik (Zorunlu) HİT 440 Gönüllülük Çalışmaları (Seçmeli) HİT 325 Sponsorluk (Seçmeli)
Etik ilkeleri içselleştirmiş,	HİT 242 Meslek Etiği (Zorunlu) HİT 455 Eleştirel Halkla İlişkiler (Seçmeli) HİT 305 Tüketici Davranışı ve Hakları (Seçmeli) HİT 310 İletişim Hukuku (Seçmeli)
Teknolojiyi takip eden,	HİT 116 Temel Bilgisayar Kullanımı (Zorunlu) HİT 219 Grafik Tasarım Çalışmaları (Zorunlu) HİT 234 Temel Fotoğrafçılık (Zorunlu) HİT 311 Reklam Fotoğrafçılığı (Seçmeli) HİT 343 Dijital Kurgu (Seçmeli) HİT 320 Veri Analizi (Seçmeli) HİT 356 Dijital İçerik Yönetimi (Seçmeli) HİT 433 Görsel İletişim Çalışmaları (Seçmeli) HİT 461 Dijital Reklamcılık (Seçmeli)
Sosyo-kültürel çevredeki gelişmeleri analiz edebilen,	HİT 121 Siyaset Bilimine Giriş (Zorunlu) HİT 123 Sosyoloji (Zorunlu) HİT 221 Araştırma Yöntemleri I (Zorunlu) HİT 236 Araştırma Yöntemleri II (Zorunlu) HİT 323 Dış Tanıtım ve Lobicilik (Seçmeli) HİT 351 Sosyal Ve Kültürel Antropoloji (Seçmeli) HİT 353 Türkiye'nin Ekonomik Yapısı (Seçmeli) HİT 420 Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik (Zorunlu) HİT431 İletişimin Ekonomi Politikası (Seçmeli) HİT 440 Gönüllülük Çalışmaları (Seçmeli) HİT 457 Siyasal Halkla İlişkiler (Seçmeli) HİT 330 Siyasal İletişim (Seçmeli)
Ekip çalışmasına uyumlu,	HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (Zorunlu) HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (Zorunlu) HİT 401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I (Zorunlu) HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Araştırmaları II (Zorunlu)

⁶⁷ Derslere ilişkin planlar Ek 1.1'de yer almaktadır.

	HİT 447 Dış Staj (Zorunlu) HİT 440 Gönüllülük Çalışmaları (Seçmeli)
Girişimci bireyler yetiştirmek.	HİT 237 Girişimcilik (Zorunlu) HİT 122 Kariyer Planlama (Zorunlu) HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (Zorunlu) HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (Zorunlu) HİT 401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I (Zorunlu) HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları II (Zorunlu) HİT 447 Dış Staj (Zorunlu)

Ölçüt 3: Program Çıktıları

3.1 Program Çıktılarını Belirleme Yöntemi⁶⁸

Program çıktıları üniversite, fakülte ve bölümün özgörevleri, programın eğitim amaçları, iç ve dış paydaşların görüş ve talepleri, İLEDAK iletişim alanı öğretim çıktıları ve İLEDAK iletişim programlarına özgü öğretim çıktıları, Türkiye Yükseköğretim Yeterlilik Çerçevesi 5. düzeyde yer alan bilgi, beceri ve yeterlilikler doğrultusunda belirlenmektedir. Son güncelleme İLEDAK akreditasyon süreciyle bağlantılı olarak iç ve dış paydaş temsilcilerinin de katılımıyla 19.02.2020 tarihinde gerçekleştirilen akademik toplantıda güncellenmesi kararlaştırılmış, görüşler alınmış ve 15.06.2020 tarihindeki toplantıda belirlenmiştir. Akreditasyon süreci ile İLAD'ın değerlendirmeleri, Tühid'in tavsiyeleri, öğretim elemanlarının görüşleri, komisyonlardan gelen bilgi, belge, ile raporlar doğrultusunda hazırlanan yeni müfredata bağlı olarak mezuniyetle birlikte yeniden değerlendirilecektir.

3.2 Program Çıktıları⁶⁹

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Program Çıktıları aşağıdaki şekilde tespit edilmiştir.

Bilgi

PÇ1. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanına temel oluşturan kavram ve kuramlar hakkında bilgiye sahiptir.

PÇ2. Halkla ilişkilerin araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme süreçlerindeki yöntem ve işleyişleri bilir.

PÇ3. Halkla ilişkilerin stratejik yönetimin bir fonksiyonu olduğunu bilir.

PÇ4. Halkla ilişkiler tarihi içerisinde değişen paradigmaları gerekçeleriyle bilir.

PÇ5. Halkla ilişkiler uygulama alanlarının ilişki kurma ve geliştirmedeki işlev ve niteliklerini bilir.

PÇ6. Kurum içi halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkinlik ve verimliliğe katkı sağladığı alanları bilir.

PÇ7. Kurum ve kuruluşların geleneksel medya ve yeni medya ile ilişkilerinde uygulanacak ilke ve kurullarla birlikte medya planlamasını bilir.

PÇ8. Bütünleşik pazarlama iletişimi çerçevesinde halkla ilişkiler ve tanıtımın üstlendiği rolü ve önemi bilir.

PÇ9. Kurumsal kimlik, kurumsal davranış, kurumsal dizayn, kurumsal iletişim ile kurumsal imaj etkileşimini bilir.

PÇ10. Etkinlik yönetimi kapsamında sponsorluk faaliyetlerinin, sosyal sorumluluk kampanyalarının planlama ve icra adımlarını bilir.

PÇ11. Kurum ve kuruluşların algı, itibar yönetimi ile çevrede elde edinebileceği imaj ve çeşitleri hakkında bilgi sahibidir.

PÇ12. Reklam, tanıtım yöntem ve tekniklerini bilir.

⁶⁸ Program çıktıları belirleme yöntemleri ile ilişkili kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3, Ek 8, Ek 11, Ek 13, Ek 14, Ek 17, Ek 18, Ek 19, Ek 29, Ek 30, Ek 34.

⁶⁹ Program çıktılarının yayınlandığı yere ilişkin kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 10.

PÇ13. Kriz öncesinde, anında ve sonrasında kurum ve kuruluşların takip etmesi gereken hareket tarzlarına dair bilgi sahibidir.

PÇ14. Alanıyla ilgili ulusal ve uluslararası kalite yönetim süreçlerini ve etik ilkeleri bilir.

PÇ15. Türkiye'nin tarihini, sosyo kültürel yapısını, fikri temellerini bilir.

Beceri

PÇ16. Kurum ve kuruluşların çevreyle sağlam bağlar kurmak gayesiyle yapılan kurum içi ve kurum dışı çalışmalar için gerekli insan, zaman, mekân kaynaklarını planlama, örgütleme, koordine etme ve kontrol etme becerisine sahiptir.

PÇ17. Halkla İlişkiler ve tanıtım alanında içerik üretmek için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplama ve paylaşma becerisine sahiptir.

PÇ18. İletişim kurma, devam ettirme ve yönlendirme becerisine sahiptir.

PÇ19. Etkili sunumlar tasarlama ve bunların uygulanmasında kullanılacak programları, dijital araçları kullanma becerisine sahiptir.

PÇ20. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanında gerekli olan raporlamaları yapma becerisine sahiptir.

PÇ21. En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.

Yetkinlik

PÇ22. Halkla İlişkiler ve tanıtım alanını destekleyen diğer disiplinlere ilişkin temel bilgileri alanıyla ilişkilendirmede ve uygulamalarında kullanır.

PÇ23. Politik, ekonomik, sosyal ve kültürel çevrelerdeki gelişmeleri ve eğilimleri gözlemleyerek halkla ilişkiler stratejileri geliştirme, kampanya tasarlama ve uygulama yetkinliğine sahiptir.

PÇ24. İkna edici mesaj üretme ve uygun iletişim ortam ve araçları seçme, konusunda yetkinliğine sahiptir.

PÇ25. Stratejik ve analitik düşünme, girişimci yaklaşımlar geliştirme ve kolektif çalışma yetkinliğine sahiptir.

PÇ26. İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular

Bölümümüz program çıktıları ile İLEDAK Halkla İlişkiler ve Tanıtım Program çıktıları arasındaki uyum aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

İLEDAK İletişim Alan Çıktıları ile Erciyes Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Program Çıktıları Arasındaki Uyumu Gösterir Tablo

1. İletişim alanı ve programlarıyla ilgili sosyal bilimler ve sanat disiplinlerine özgü konularda yeterli akademik, kültürel, sanatsal ve teknik bilgi birikimine ve bu bilgiyi programın kapsadığı alanlarda kullanabilme becerisine sahiptir.	PÇ1- PÇ2- PÇ3- PÇ4- PÇ5- PÇ 15 PÇ6- PÇ7- PÇ8- PÇ9- PÇ10- PÇ11- PÇ12- PÇ13- PÇ14- PÇ- 15
2. Bilimsel, toplumsal, ekonomik, yasal ve siyasal gelişmelerden haberdardır.	PÇ15- PÇ17- PÇ14- PÇ21
3. Yaratıcı ve eleştirel yaklaşımla, alanına özgü araştırma, planlama, ürüne dönüştürme uygulama becerisine sahiptir.	PÇ2- PÇ16- PÇ17-

4. Alan uygulamaları için gereken çağdaş araçları seçme ve kullanma becerisine sahiptir.	PÇ19- PÇ20- PÇ7
5. Alanına özgü kuramsal ve uygulamalı bilimsel çalışmalar yapma ve sonuçlarını paylaşma bilgi ve becerisine sahiptir.	PÇ16- PÇ20-PÇ7
6. Alanındaki problemleri saptama, yorumlama ve çözüme becerisine sahiptir.	PÇ22- PÇ24
7. Alanında uyumlu ve verimli ekip çalışması becerisine sahiptir.	PÇ24- PÇ6- PÇ18
8. Alanı ile ilgili ulusal ve uluslararası mevzuatı ve kalite standartlarını bilir ve uygulama becerisine sahiptir.	PÇ14- PÇ26
9. Etik ve mesleki etik ilkelerine uygun davranma ve sorumluluk bilincine sahiptir.	PÇ14- PÇ1- PÇ4-
10. Alanla ilgili mesleki çalışmalarının, insan hakları, kültürel çeşitlilik, çevre sorunları, kamu yararı ve kamu hizmeti gibi evrensel ve toplumsal boyuttaki etkileri ve hukuksal sonuçları konusunda duyarlılık gösterir.	PÇ1- PÇ11- PÇ10
11. İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi, deneyim sahibi olma ve farkındalık oluşturma; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinci ile davranma becerisine sahiptir.	PÇ3- PÇ5- PÇ18-
12. Öğretim programlarında en az iki adet alan dışı dersi başarıyla tamamlamış olmalıdır.	PÇ15- PÇ22
13. İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	PÇ 26
14. En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine (Avrupa Dil Portfolyosu B1 Genel Düzeyinde) sahiptir. Yabancı dilde eğitim yapan programlarda bu düzey, B2 düzeyidir.	PÇ21
15. Alanının gerektirdiği bilgisayar yazılımlarını (en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı İleri Düzeyinde) kullanma becerisine sahiptir.	PÇ19

İLEDAK Halkla İlişkiler ve Tanıtım Program Çıktıları (Sürüm 2.1) İle Erciyes Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Program Çıktıları Arasındaki Uyumu Gösterir Tablo

İLEDAK Halkla İlişkiler ve Tanıtım Program Çıktıları (Sürüm 2.1)	Erciyes Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Program Çıktıları
1.Bilgi	
1.1 Halkla ilişkiler alanında kuramsal bilgiye sahiptir.	PÇ1,PÇ2-PÇ3-PÇ4-PÇ5-PÇ6
1.2 Halkla ilişkilerin bir yönetim fonksiyonu olduğunu bilir.	PÇ3- PÇ6

1.3 Bütünleşik pazarlama iletişimi çerçevesinde halkla ilişkilerin ve tanıtımın önemini, rolünü bilir.	PÇ8-PÇ9-PÇ10-PÇ12-PÇ17-PÇ23
1.4 Örgütsel iletişim modelleri ve işleyişini bilir.	PÇ9- PÇ6
1.5 Araştırma, planlama, uygulama, ölçme ve değerlendirmeyi bilir.	PÇ2- PÇ17- PÇ22-PÇ23
1.6 Halkla ilişkilerde kriz yönetimi ve çözüm süreçlerini bilir.	PÇ13- PÇ7-, PÇ16
1.7 Kurum ve kuruluşların algı ve itibar yönetimi hakkında bilgi sahibidir.	PÇ11- PÇ14-PÇ18
1.8 Kurum ve kuruluşların tanıtımıyla ilgili medya ve dijital medya iletişim tekniklerini bilir.	PÇ12-PÇ19-PÇ23
1.9 Alanında yapılan faaliyetlerle ilgili periyodik raporlama yapmasını bilir.	PÇ20- PÇ19
1.10 Alanında etkili sunum tekniklerini bilir.	PÇ19-PÇ18-PÇ24
1.11 Medya planlamasını bilir.	PÇ7- PÇ23-PÇ17
1.12 Lobicilik faaliyetleri konusunda bilgi sahibidir.	PÇ5-PÇ20-PÇ21-PÇ18-PÇ23-PÇ24-PÇ25-PÇ10-
2.Beceri	
2.1 Kurum ve kuruluşların, kurum içi ve kurum dışı iletişim çalışmalarını yapar.	PÇ10-PÇ16-PÇ18-PÇ2
2.2 Kurum ve kuruluşların her türlü etkinliklerini düzenler.	PÇ10-PÇ12-PÇ18
2.3 Halkla ilişkiler çalışmalarında amaca uygun ortam, ekipman ve materyal seçimini yapar.	PÇ17-PÇ19
2.4 Araştırma sonuçları doğrultusunda iş hedeflerine uygun çözüm önerilerini geliştirir.	PÇ17-PÇ24-PÇ25
2.5 Stratejik düşünme becerisine sahiptir.	PÇ25-PÇ23
2.6 Halkla ilişkiler ve tanıtım alanında gerekli olan raporlamaları yapar.	PÇ20-PÇ19
2.7 Halkla ilişkiler ve tanıtım alanında gerekli olan görsel işitsel iletişim araçlarını kullanma becerisine sahiptir.	PÇ19-PÇ20
2.8 Medya planlamasını yapar; planlar, kullanır, denetler.	PÇ7-PÇ24-PÇ12
2.9 Hedef kitleyi analiz etmek amacıyla kullanılan nicel ve nitel analiz programlarını kullanmayı bilir.	PÇ17-PÇ23
2.10 Etkili konuşma ve yazma becerisine sahiptir	PÇ18-PÇ19
2.11 Ulusal ve uluslararası kalite yönetim süreçlerine uygun davranır.	PÇ14
3. Yetkinlik	
3.1 Kurum ve kuruluşlarda alanı ile ilgili projelerde ortaya çıkabilecek krizleri öngörür.	PÇ13-PÇ23-PÇ24
3.2 Alanı ile ilgili gerekli durumlarda sorumluluk alarak ortaya çıkan sorunları çözer.	PÇ13-PÇ18-PÇ25
3.3 Etkin dinleme, eleştirel analiz ve sorun çözme konusunda yetkindir.	PÇ18-PÇ24-PÇ13
3.3 Alanında edindiği ileri düzeydeki bilgi ve becerileri eleştirel bir yaklaşımla değerlendirir.	PÇ4

3.5 Mesleğin dünyadaki gelişimini izler; ülke ve iş hayatının kurallarıyla bağdaştırır.	PÇ23-PÇ15-PÇ14
3.6 Kurumların markalaşma sürecinde kurum kişiliğine uygun marka imajını yansıtarak itibar yönetimi yapılmasını sağlar.	PÇ11-PÇ9- PÇ10-PÇ14
3.7 İçinde bulunduğu toplumun ekonomik, sosyal ve siyasal politikalarını ve gündemini yakından izleyip kamu yararına kullanma yetisine sahiptir.	PÇ15-PÇ16-PÇ14
3.8 Halkla ilişkiler alanında kampanya düzenleme yetkinliğine sahiptir.	PÇ2-PÇ23-PÇ24-PÇ25-PÇ16
3.9 Dünyadaki ekonomik, teknolojik ve sosyal yönelimleri takip ederek, kurumların vizyon ve misyonlarının, bu gelişmelere uyumlanmasına yardımcı olur	PÇ14- PÇ23-PÇ25

3.3 Program Çıktılarının Program Öğretim Amaçlarıyla Uyumu⁷⁰

Halkla İlişkiler ve Tanıtım programı aşağıdaki amaçlar doğrultusunda eğitim, öğretim faaliyetlerini planlamakta ve yürütmektedir;

- i. İletişim sektörünün ihtiyaçlarını karşılayabilecek bilgi ve donanımla beslenmiş,
- ii. Sosyal duyarlılığı yüksek,
- iii. Etik ilkeleri içselleştirmiş,
- iv. Teknolojiyi takip eden,
- v. Sosyo-kültürel çevredeki gelişmeleri analiz edebilen,
- vi. Ekip çalışmasına uyumlu,
- vii. Girişimci bireyler yetiştirmek.

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Program Öğretim Amaçları İle Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Program Çıktıları Arasındaki Uyumu Gösterir Tablo

Erciyes Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Program Öğretim Amaçları	Erciyes Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Program Çıktıları
İletişim sektörünün ihtiyaçlarını karşılayabilecek bilgi ve donanımla beslenmiş,	Tüm program çıktıları
Sosyal duyarlılığı yüksek,	PÇ10-PÇ11-PÇ23
Etik ilkeleri içselleştirmiş,	PÇ14- PÇ4-PÇ11
Teknolojiyi takip eden,	PÇ19-PÇ17-PÇ7
Sosyo-kültürel çevredeki gelişmeleri analiz edebilen,	PÇ22- PÇ23- PÇ17-PÇ15-PÇ14-PÇ5

⁷⁰ Program çıktılarının program öğretim amaçlarıyla uyumu ile ilgili kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3, Ek 2, Ek 6, Ek 7, Ek 8, Ek 13, Ek 14, Ek 15, Ek 17, Ek 18, Ek 20, Ek 23, Ek 27, Ek 29, Ek 31, Ek32, Ek 35,Ek 36, Ek 38.

Ekip çalışmasına uyumlu,	PÇ25-PÇ6-PÇ18
Girişimci bireyler yetiştirmek.	PÇ25-PÇ18

Aşağıda bu amaçları gerçekleştirmeye yönelik yapılan desteklemeler aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Erciyes Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Program Öğretim Amaçları	Amaçları gerçekleştirmeye yönelik yapılan desteklemeler
İletişim sektörünün ihtiyaçlarını karşılayabilecek bilgi ve donanımla beslenmiş,	Bu amacın gerçekleştirilmesi iletişim alanı ile ilgili gelişmelerin takip edilerek buradaki hususların öğrencilere yansıtılmasıyla gerçekleşebilecektir. Bu açıdan yapılan ders güncellemeleri bu amaca hizmet etliğini ifade edebiliriz. Bununla birlikte bölüm öğretim elemanlarının iletişimin farklı alanlarında ihtisaslaşmalarını sağlayarak orada kazandıkları bilgi birikimini aktarmaları sağlanmaktadır. Bu amaçla ilgili önemli bir nokta da Halkla İlişkiler Atölyesi (Muazzam Fikirler Dükkânı) ve 2014 yılında kurulmuş olan Reklam Atölyesi (Evreka) öğrencilerimizin kullanımına sunulmuş olmasıdır. Ayrıca Akreditasyon sürecinde İLEDAK, TÜHİD, Bölüm Danışma Kurulu'ndan alınan görüşlerle hazırlanan yeni müfredat ile sektörün ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik değişiklikler yapılabilmektedir.
Sosyal duyarlılığı yüksek,	Halkla ilişkiler ve tanıtım özü itibarıyla karşılıklı anlaşmayı, kabulü ve sempati kazanmayı amaçlayan bir yönetim fonksiyonu olduğu için ve stratejik anlamda çevreyi izleme ile bağlantılı olması münasebetiyle bölümdeki çoğu dersinin içeriğinde sosyal duyarlılığı artıracak içerik mevcuttur. Halkla ilişkiler formasyonu almış birinin sosyal duyarlılık düzeyinin yüksek olması beklenebilecektir. Özellikle sosyal sorumluluk, sponsorluk, itibar yönetimi, algı yönetimi vb. içerikli derslerde sosyal problemlere dair kurumların geliştirdiği çözümler işlenmektedir. Diğer yandan öğrencilerimiz, sosyal yardım çalışmaları hususunda bilgilendirilmekte, kampanyalara katılımları teşvik edilmektedir. Öğrencilerimizin hazırladığı kampanya ödevlerinde sosyal konular tema olarak seçilmekte ve kendilerinin bu konularla araştırma yapmaları sevk edilmektedir. Son dönemlerde “kadına yönelik şiddet” “Yeşil enerji”, “Kişisel Verilerin Korunması” “İklim Değişikliği” temalı kampanya ödevlerini örnek olarak sunabiliriz. Ayrıca akreditasyon süreci ile müfredata eklenen “Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik”, “Gönüllülük Çalışmaları”, “Sosyoloji” ve “Felsefe” derslerinin müfredata dâhil edilmesiyle öğrencilerimizin sosyal duyarlılığında ivme artırıcı girdiler öğretim programımıza dâhil edilmiştir.

Etik ilkeleri içselleştirmiş,	Kültürel iletişim Çalışmaları, Popüler Kültür, İletişimin Ekonomi Polisi, Eleştirel Halkla İlişkiler derslerinde sektördeki uygulamalar eleştirel perspektiften ele alınarak etik duyarlılık artırılmaya çalışılmaktadır. Yine akreditasyon süreciyle birlikte bölümümüz, "Meslek Etiği" dersini zorunlu kategorisine alarak bu amaca doğrudan katkı sağlayacak bir girdi oluşturabilmiştir.
Teknolojiyi takip eden,	Atölyelerdeki uygulamalarda, web tasarım, fotoğrafçılık, dijital medya uygulamaları vb. derslerde öğrencilerimizin teknolojik uygulamalara adaptasyonu artırılmaya çalışılmaktadır. Öğrencilerimiz Fakültemizin diğer bölümlerindeki uygulama atölyelerinde de çalışma imkânına sahiptir.
Sosyo-kültürel çevredeki gelişmeleri analiz edebilen,	Araştırma ödevleri, kampanya ödevleri ile öğrenciler çevreyi analiz etmeye yönlendirilmektedir. Bunun dışında akreditasyon süreci ile beraber "Siyaset Bilimine Giriş", "Girişimcilik", "Felsefe", "Sosyoloji", "Sosyal Psikoloji", "Araştırma Yöntemleri I-II" derslerinin zorunlu kategorisi ile müfredata eklenmesi ile sosyo kültürel çevrelerdeki gelişme ve analiz amaçlarının yakalanması için bölümümüz iyileştirmelerde bulunmuştur.
Ekip çalışmasına uyumlu,	Proje derslerinde gruplar oluşturulması ve öğrencilerimize iletişim alanıyla ilgili çalışmalara yönlendirilmeleri bu amacın gerçekleştirilmesi için yapılan çalışmalara örnek olarak sunulabilir. Yine akreditasyon süreci ile "Gönüllülük Çalışmaları" dersinin müfredata girmesi ile bu amaca yönelik öğrencilerimize farklı bir ortam oluşturmuştur.
Girişimci bireyler yetiştirmek.	Öğrencilerimiz, alanlarıyla ilgili yarışmalara katılımlarını teşvik edilmektedir. Öğrencilerimiz bölümümüz uygulama birimlerinde proje hazırlamaya yönlendirilmekte ve bununla ilgili duyurular yapılmaktadır. Üniversitemiz bünyesinde faaliyet gösteren Genç Girişim ve Gelişim Kulübü, Sosyal Girişimcilik Kulübü üzerinden etkinlikler yapabilmektedirler. Öğrencilerimize yönelik Kariyer Geliştirme Etkinlikleri düzenlenmektedir. Bölümümüzde akreditasyon süreciyle beraber "Kariyer Planlaması" ve "Girişimcilik" derslerinin zorunlu ders kategorisinde okutulmaya başlanmasıyla bu amaca yönelik devamlılık tesis edilebilmiştir.

3.4 Program Çıktılarının Ölçme ve Değerlendirme Süreci⁷¹

Program çıktıları eğitim müfredatı içerisinde yer alan dersler aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde yer alan zorunlu ve seçmeli dersler ile program çıktılarının sağlanması amaçlanmaktadır.

Ders programındaki derslerin -Ölçek 5 öğretim programı ve Ek 1.1’de ders nitelikleri detaylı sunulmaktadır- Erciyes Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Program Çıktılarına olan katkısı aşağıdaki tabloda ayrıntılı biçimde gösterilmiştir. Program çıktılarının karşısındaki derslerde verilen eğitim neticesi öğrencilerin aldıkları notlar çıktılar için birer ölçüdür. Aşağıdaki tablolarda önce Halkla İlişkiler Program Çıktıları ile bağlantılı dersleri gösterir tablo sunulmaktadır. Ardından ise bu derslerin öğrenim çıktıları ve derslerde sorulan sorulara dair dönemsel bir kesit sunulmaktadır.

Halkla İlişkiler Program Çıktıları ile Bağlantılı Dersleri Gösterir Tablo

Erciyes Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Program Çıktıları	Erciyes Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Dersler⁷²
Bilgi	
PÇ1. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanına temel oluşturan kavram ve kuramlar hakkında bilgiye sahiptir.	HİT 103 Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş (Zorunlu) HİT 104 Halkla İlişkiler Tarihi (Zorunlu) HİT 215 Halkla İlişkiler Kampanyaları (Zorunlu) HİT 235 Halkla İlişkiler Stratejileri (Zorunlu) HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (Zorunlu) HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (Zorunlu) HİT 401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I (Zorunlu) HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Araştırmaları II (Zorunlu) HİT 303 Halkla İlişkiler Uygulamaları (Seçmeli) HİT 409 Halkla İlişkilerde Çağdaş Yaklaşımlar (Seçmeli)
PÇ2. Halkla ilişkilerin araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme süreçlerindeki yöntem ve işleyişleri bilir.	HİT 103 Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş (Zorunlu) HİT 215 Halkla İlişkiler Kampanyaları (Zorunlu) HİT 221 Araştırma Yöntemleri I (Zorunlu) HİT 236 Araştırma Yöntemleri II (Zorunlu) HİT 232 Medya Planlaması HİT 235 Halkla İlişkiler Stratejileri (Zorunlu) HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (Zorunlu) HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (Zorunlu)

⁷¹ Program çıktılarının sağlanma düzeyine ilişkin kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3, Ek 5, Ek 20, Ek 23, Ek 27, Ek 29, Ek 31, Ek 32, Ek 35, Ek47.

⁷² Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü eğitim öğretim müfredatındaki tüm dersler program çıktılarının sağlanmasına hizmet etmekle birlikte, tabloda yalnızca spesifik olarak program çıktısını sağlayan dersler gösterilmiştir.

	<p>401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I (Zorunlu)</p> <p>HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Araştırmaları II (Zorunlu)</p> <p>HİT 425 Halkla İlişkilerde Örnek Olay Çözümlenmeleri (Seçmeli)</p> <p>HİT 303 Halkla İlişkiler Uygulamaları (Seçmeli)</p>
<p>PÇ3. Halkla ilişkilerin stratejik yönetimin bir fonksiyonu olduğunu bilir.</p>	<p>HİT 124 Yönetim ve Organizasyon (Zorunlu)</p> <p>HİT 235 Halkla İlişkiler Stratejileri (Zorunlu)</p> <p>HİT 103 Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş (Zorunlu)</p> <p>HİT 215 Halkla İlişkiler Kampanyaları (Zorunlu)</p> <p>HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (Zorunlu)</p> <p>HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (Zorunlu)</p> <p>HİT 401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I (Zorunlu)</p> <p>HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Araştırmaları II</p> <p>HİT 303 Halkla İlişkiler Uygulamaları (Seçmeli)</p> <p>HİT 324 Halkla İlişkilerde Risk ve Kriz Yönetimi (Seçmeli) (Zorunlu)</p>
<p>PÇ4. Halkla ilişkiler tarihi içerisinde değişen paradigmaları gerekçeleriyle bilir.</p>	<p>HİT 242 Meslek Etiği (Zorunlu)</p> <p>HİT 104 Halkla İlişkiler Tarihi (Zorunlu)</p> <p>HİT 103 Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş (Zorunlu)</p> <p>HİT 455 Eleştirel Halkla İlişkiler (Seçmeli)</p> <p>HİT 435 Uluslararası Halkla İlişkiler (Seçmeli)</p> <p>HİT 409 Halkla İlişkilerde Çağdaş Yaklaşımlar (Seçmeli)</p> <p>HİT 434 Sektörel Bakışla Halkla İlişkiler (Seçmeli)</p>
<p>PÇ5. Halkla ilişkiler uygulama alanlarının ilişki kurma ve geliştirmedeki işlev ve niteliklerini bilir.</p>	<p>HİT 103 Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş (Zorunlu)</p> <p>HİT 231 Kişilerarası İletişim (Zorunlu)</p> <p>HİT 237 Girişimcilik (Zorunlu)</p> <p>HİT 427 Protokol ve İlişki Yönetimi (Seçmeli)</p> <p>HİT 303 Halkla İlişkiler Uygulamaları (Seçmeli)</p> <p>HİT 304 Propaganda Teknikleri ve Algı (Seçmeli)</p> <p>HİT 325 Sponsorluk (Zorunlu)</p> <p>HİT 336 Etkinlik Yönetimi (Seçmeli)</p> <p>HİT 323 Dış Tanıtım ve Lobicilik (Seçmeli)</p> <p>HİT344 Müşteri İlişkileri Yönetimi (Seçmeli)</p> <p>HİT 409 Halkla İlişkilerde Çağdaş Yaklaşımlar (Seçmeli)</p> <p>HİT 416 İmaj ve İtibar Yönetimi (Seçmeli)</p>

	HİT 425 Halkla İlişkilerde Örnek Olay Çözümlenmeleri (Seçmeli) HİT 434 Sektörel Bakışla Halkla İlişkiler (Seçmeli)
PÇ6. Kurum içi halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkinlik ve verimliliğe katkı sağladığı alanları bilir.	HİT 103 Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş (Zorunlu) HİT 119 Kurumsal İletişim Yönetimi (Zorunlu) HİT 124 Yönetim ve Organizasyon (Zorunlu) HİT 329 İletişim ve Toplam Kalite Yönetimi (Seçmeli) HİT 406 İnsan Kaynakları Yönetimi (Seçmeli) HİT 408 Modern Yönetim Teknikleri (Seçmeli)
PÇ7. Kurum ve kuruluşların geleneksel medya ve yeni medya ile ilişkilerinde uygulanacak ilke ve kurullarla birlikte medya planlamasını bilir.	HİT 119 Kurumsal İletişim Yönetimi (Zorunlu) HİT 224 Mesleki Tasarım Çalışmaları (Zorunlu) HİT 219 Grafik Tasarım Çalışmaları (Zorunlu) HİT 356 Dijital İçerik Yönetimi (Seçmeli) HİT 232 Medya Planlaması (Zorunlu) HİT 229 Bütünleşik Pazarlama İletişimi (Zorunlu) HİT 433 Görsel İletişim Çalışmaları (Seçmeli) HİT 436 İnternet Stratejileri ve E-Ticaret (Seçmeli) HİT 338 Web Tasarım Yönetimi (Seçmeli)
PÇ8. Bütünleşik pazarlama iletişimi çerçevesinde halkla ilişkiler ve tanıtımın üstlendiği rolü ve önemi bilir.	HİT 229 Bütünleşik Pazarlama İletişimi (Zorunlu) HİT 232 Medya Planlaması (Zorunlu) HİT 210 Reklam ve Tanıtım Kampanyaları (Zorunlu) HİT 215 Halkla İlişkiler Kampanyaları (Zorunlu) HİT 222 Marka İletişimi ve Yönetimi (Zorunlu) HİT 323 Dış Tanıtım ve Lobcilik (Seçmeli) HİT 416 İmaj ve İtibar Yönetimi (Seçmeli) HİT 424 Tanıtım ve Turizm (Seçmeli) HİT412 Reklamda Yaratıcı Stratejiler (Seçmeli) HİT439 Ajans Yönetimi (Seçmeli) HİT344 Müşteri İlişkileri Yönetimi (Seçmeli)
PÇ9. Kurumsal kimlik, kurumsal davranış, kurumsal dizayn, kurumsal iletişim ile kurumsal imaj etkileşimini bilir.	HİT 119 Kurumsal İletişim Yönetimi (Zorunlu) HİT 222 Marka İletişimi ve Yönetimi (Zorunlu) HİT 303 Halkla İlişkiler Uygulamaları (Seçmeli) HİT 416 İmaj ve İtibar Yönetimi (Seçmeli) HİT 409 Halkla İlişkilerde Çağdaş Yaklaşımlar (Seçmeli)
PÇ10. Etkinlik yönetimi kapsamında sponsorluk faaliyetlerinin, sosyal sorumluluk kampanyalarının planlama ve icra adımlarını bilir.	HİT 103 Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş (Zorunlu) HİT 215 Halkla İlişkiler Kampanyaları (Zorunlu) HİT 420 Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik (Zorunlu) HİT 229 Bütünleşik Pazarlama İletişimi (Zorunlu)

	<p>HİT 336 Etkinlik Yönetimi (Seçmeli) HİT 325 Sponsorluk (Seçmeli) HİT 326 Bütünleşik Pazarlama İletişimi (Seçmeli) HİT 323 Dış Tanıtım ve Lobicilik (Seçmeli)</p>
<p>PÇ11. Kurum ve kuruluşların algı, itibar yönetimi ile çevrede elde edinebileceği imaj ve çeşitleri hakkında bilgi sahibidir.</p>	<p>HİT 119 Kurumsal İletişim Yönetimi (Zorunlu) HİT 235 Halkla İlişkiler Stratejileri (Zorunlu) HİT 416 İmaj ve İtibar Yönetimi (Seçmeli) HİT 222 Marka İletişimi ve Yönetimi (Zorunlu) HİT 229 Bütünleşik Pazarlama İletişimi (Seçmeli) HİT 325 Sponsorluk (Seçmeli) HİT 420 Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik (Zorunlu) HİT 314 Popüler Kültür (Seçmeli) HİT344 Müşteri İlişkileri Yönetimi (Seçmeli)</p>
<p>PÇ12. Reklam, tanıtım yöntem ve tekniklerini bilir.</p>	<p>HİT 210 Reklam ve Tanıtım Kampanyaları (Zorunlu) HİT 222 Marka İletişimi ve Yönetimi (Zorunlu) HİT 224 Mesleki Tasarım Çalışmaları (Zorunlu) HİT 229 Bütünleşik Pazarlama İletişimi (Zorunlu) HİT 232 Medya Planlaması (Zorunlu) HİT 334 Reklam Yazarlığı (Seçmeli) HİT 348 Reklam Analizleri (Seçmeli) HİT 311 Reklam Fotoğrafçılığı (Seçmeli) HİT 321 Radyo Televizyon Reklamcılığı (Seçmeli) HİT 412 Reklamda Yaratıcı Stratejiler (Seçmeli) HİT 426 Reklamcılık ve Tanıtım Örnek Olay Çözümlenmeleri (Seçmeli) HİT439 Ajans Yönetimi (Seçmeli) HİT 461 Dijital Reklamcılık (Seçmeli)</p>
<p>PÇ13. Kriz öncesinde, anında ve sonrasında kurum ve kuruluşların takip etmesi gereken hareket tarzlarına dair bilgi sahibidir.</p>	<p>HİT103- HİT 235 Halkla İlişkiler Stratejileri (Zorunlu) HİT 119 Kurumsal İletişim Yönetimi (Zorunlu)- HİT 324 Halkla İlişkilerde Risk ve Kriz Yönetimi (Seçmeli) HİT 425 Halkla İlişkilerde Örnek Olay Çözümlenmeleri (Seçmeli)</p>
<p>PÇ14. Alanıyla ilgili ulusal ve uluslararası kalite yönetim süreçlerini ve etik ilkeleri bilir.</p>	<p>HİT 242 Meslek Etiği (Zorunlu) HİT 124 Yönetim ve Organizasyon (Zorunlu) HİT 103 Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş (Zorunlu) HİT 116 Reklam ve Tanıtıma Giriş (Zorunlu) HİT 329 İletişim ve Toplam Kalite Yönetimi (Seçmeli) HİT 435 Uluslararası Halkla İlişkiler (Seçmeli)</p>

<p>PÇ15. Türkiye'nin tarihini, sosyo kültürel yapısını, fikri temellerini bilir.</p>	<p>TRH 101 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I (Zorunlu) TRH 102 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-II (Zorunlu) HİT 351 Sosyal ve Kültürel Antropoloji (Seçmeli) HİT 353 Türkiye'nin Ekonomik Yapısı (Seçmeli) HİT 330 Siyasal İletişim (Seçmeli) HİT 415 Kamu Yönetimi ve Sosyal Politikalar (Seçmeli) HİT 424 Tanıtım ve Turizm (Seçmeli) HİT 457 Siyasal Halkla İlişkiler (Seçmeli)</p>
<p>Beceri</p>	
<p>PÇ16. Kurum ve kuruluşların çevreyle sağlam bağlar kurmak gayesiyle yapılan kurum içi ve kurum dışı çalışmalar için gerekli insan, zaman, mekân kaynaklarını planlama, örgütleme, koordine etme ve kontrol etme becerisine sahiptir.</p>	<p>HİT 420 Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik (Zorunlu) HİT 124 Yönetim ve Organizasyon (Zorunlu) HİT 215 Halkla İlişkiler Kampanyaları (Zorunlu) HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (Zorunlu) HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (Zorunlu) HİT 401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I (Zorunlu) HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Araştırmaları II (Zorunlu) HİT408 Modern Yönetim Teknikleri (Seçmeli) HİT434 Sektörel Bakışla Halkla İlişkiler (Seçmeli) HİT409 Halkla İlişkilerde Çağdaş Yaklaşımlar (Seçmeli)</p>
<p>PÇ17. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanında içerik üretmek için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplama ve paylaşma becerisine sahiptir.</p>	<p>HİT 221 Araştırma Yöntemleri I (Zorunlu) HİT 236 Araştırma Yöntemleri II (Zorunlu) HİT 232 Medya Planlaması (Zorunlu) HİT 320 Veri Analizi (Seçmeli) HİT 356 Dijital İçerik Yönetimi (Seçmeli)</p>
<p>PÇ18. İletişim kurma, devam ettirme ve yönlendirme becerisine sahiptir.</p>	<p>HİT 101 İletişim Bilimine Giriş (Zorunlu) HİT 231 Kişilerarası İletişim (Zorunlu) HİT 238 Sosyal Psikoloji (Zorunlu) HİT 361 Kültürlerarası İletişim (Seçmeli) HİT 443 İşaret Dili (Seçmeli) HİT 432 Duygusal Zekâ ve İletişim (Seçmeli) HİT 418 İletişim Sosyolojisi (Seçmeli) HİT 427 Protokol ve İlişki Yönetimi (Seçmeli) HİT 457 Siyasal Halkla İlişkiler (Seçmeli) HİT 314 Popüler Kültür (Seçmeli) HİT 357 Temel Okuryazarlık Becerileri (Seçmeli)</p>

	HİT 340 Kültürel İletişim Çalışmaları (Seçmeli) HİT 344 Müşteri İlişkileri Yönetimi (Seçmeli) HİT 418 İletişim Sosyolojisi (Seçmeli)
PÇ19. Etkili sunumlar tasarlama ve bunların uygulanmasında kullanılacak programları, dijital araçları kullanma becerisine sahiptir.	HİT 116 Temel Bilgisayar Kullanımı (Zorunlu) HİT 219 Grafik Tasarım Çalışmaları (Zorunlu) HİT 224 Mesleki Tasarım Çalışmaları (Zorunlu) HİT 234 Temel Fotoğrafçılık (Zorunlu) HİT 356 Dijital İçerik Yönetimi (Seçmeli) HİT 343 Dijital Kurgu (Seçmeli) HİT 338 Web Tasarım Yönetimi (Seçmeli) HİT 433 Görsel İletişim Çalışmaları (Seçmeli)
PÇ20. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanında gerekli olan raporlamaları yapma becerisine sahiptir.	HİT 227 Halkla İlişkiler Yazarlığı (Zorunlu) HİT 221 Araştırma Yöntemleri I (Zorunlu) HİT 236 Araştırma Yöntemleri II (Zorunlu) HİT 320 Veri Analizi (Seçmeli) HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (Zorunlu) HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (Zorunlu) HİT 401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I (Zorunlu) HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Araştırmaları II (Zorunlu) HİT 357 Temel Okuryazarlık Becerileri (Seçmeli) HİT 433 Görsel İletişim Çalışmaları (Seçmeli)
PÇ21. En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	YBD 101 Yabancı Dil-I (Zorunlu) YBD 102 Yabancı Dil-II (Zorunlu) HİT 350 Mesleki İngilizce I (Zorunlu) HİT 459 Mesleki İngilizce I (Zorunlu)
Yetkinlik	
PÇ22. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanını destekleyen diğer disiplinlere ilişkin temel bilgileri alanıyla ilişkilendirmede ve uygulamalarında kullanır.	HİT 121 Siyaset Bilimine Giriş (Zorunlu) HİT 123 Sosyoloji (Zorunlu) HİT 126 Temel Ekonomi (Zorunlu) HİT 237 Girişimcilik (Zorunlu) HİT 238 Sosyal Psikoloji (Zorunlu) Hit 240 Felsefe (Zorunlu) HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (Zorunlu) HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (Zorunlu) HİT 305 Tüketici Davranışı ve Hakları (Seçmeli) HİT 310 İletişim Hukuku (Seçmeli) HİT 323 Dış Tanıtım ve Lobcilik HİT 355 İş Sağlığı ve Güvenliği (Seçmeli) HİT 401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I (Zorunlu)

	HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları II (Zorunlu) HİT 418 İletişim Sosyolojisi (Seçmeli) HİT 424 Tanıtım ve Turizm (Seçmeli)
PÇ23. Politik, ekonomik, sosyal ve kültürel çevrelerdeki gelişmeleri ve eğilimleri gözlemleyerek halkla ilişkiler stratejileri geliştirme, kampanya tasarlama ve uygulama yetkinliğine sahiptir.	HİT 121 Siyaset Bilimine Giriş (Zorunlu) HİT 123 Sosyoloji (Zorunlu) HİT 126 Temel Ekonomi (Zorunlu) HİT 238 Sosyal Psikoloji (Zorunlu) HİT 330 Siyasal İletişim (Seçmeli) HİT 457 Siyasal Halkla İlişkiler (Seçmeli) HİT 235 Halkla İlişkiler Stratejileri (Zorunlu) HİT 215 Halkla İlişkiler Kampanyaları (Zorunlu) HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (Zorunlu) HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (Zorunlu) HİT 323 Dış Tanıtım ve Lobcilik (Seçmeli) HİT 401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I (Zorunlu) HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları II (Zorunlu) HİT 340 Kültürel İletişim Çalışmaları (Seçmeli)
PÇ24. İkna edici mesaj üretme ve uygun iletişim ortam ve araçları seçme, konusunda yetkinliğine sahiptir.	HİT101 İletişim Bilimine Giriş (Zorunlu) HİT 102 İletişim Kuramları (Zorunlu) HİT 232 Medya Planlaması (Zorunlu) HİT 227 Halkla İlişkiler Yazarlığı (Zorunlu) HİT 304 Propaganda Teknikleri ve Algı (Seçmeli) HİT 311 Reklam Fotoğrafçılığı (Seçmeli) HİT 334 Reklam Yazarlığı (Seçmeli) HİT 412 Reklamda Yaratıcı Stratejiler (Seçmeli)
PÇ25. Stratejik ve analitik düşünme, girişimci yaklaşımlar geliştirme ve kolektif çalışma yetkinliğine sahiptir.	HİT 221 Araştırma Yöntemleri I (Zorunlu) HİT 236 Araştırma Yöntemleri II (Zorunlu) HİT 235 Halkla İlişkiler Stratejileri (Zorunlu)- HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (Zorunlu) HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (Zorunlu) HİT 401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I (Zorunlu) HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları II (Zorunlu) HİT 320 Veri Analizi (Seçmeli)
PÇ26. İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular	HİT 447 Dış Staj (Zorunlu) HİT 355 İş Sağlığı ve Güvenliği (Zorunlu)

Program çıktılarını ölçme ve değerlendirme süreci:

Program çıktılarını değerlendirebilmek amacıyla; her dönem teorik ve uygulamalı dersler için öğretim elemanı tarafından bir dosya oluşturulmakta ve bu dosyada; ders planları, sınav soru ve cevap anahtarı ile en yüksek, orta ve en düşük notu almış öğrenci sınav evrakları, ders başarı durum belgesi bulundurulmaktadır. Bu dosyalar değerlendirilmek ve akademik bölüm toplantısında görüşülmek üzere ölçme ve değerlendirme komisyonu aracılığıyla bölüm başkanlığına teslim edilmektedir. İlaveten bölüm öğretim elemanlarımızdan sorumlusu oldukları derslerin öğrenme çıktılarına karşılama yönelik sınavlarda sordukları soru örnekleri akreditasyon başvurularında pukö döngüsü kapsamında bölüm başkanlığına göndermeleri sağlanmıştır.

Ayrıca öncelikle iç ve dış paydaşlara uygulanan öğrenci anketleri, akademik personele uygulanan anketler, mezun anketleri, işveren anketleri her eğitim öğretim yılı sonunda ölçme ve değerlendirme komisyonu tarafından değerlendirilmekte, elde edilen veriler Kalite ile Akreditasyon Komisyonlarına sunulmaktadır. Kalite ve Akreditasyon Komisyonları da elde edilen bulguları bölüm başkanlıklarına sunmakta, takip eden ilk akademik bölüm toplantısında anketlerden elde edilen veriler tartışılmaktadır.

Uygulama dersleri kapsamında hazırlanan ve ulusal/uluslararası yarışmalara da gönderilebilen projeler de program çıktılarının sağlanmasında değerlidir.

Öğrenciler, eğitim öğretim faaliyetleriyle edinmiş oldukları bilgileri sahada uygulamak amacıyla en az 30 iş günü dış staj yapmaktadırlar.

Program çıktılarının ölçme ve değerlendirme sürecine ilişkin detaylı bilgiler aşağıda belirtilmiştir:

Ders Sınav Dosyaları: Ders sınav dosyaları içerisinde aşağıdaki belgeler yer almaktadır:⁷³

- Ders planları
- Sınav soru ve cevap anahtarları
- En yüksek, orta ve en düşük notu almış öğrenci sınav evrakları
- Ders başarı durum belgesi

Ayrıca her bir program çıktısı, dersler için uygulanan ara sınav, yarıyılsonu sınavı, ödevler, bilgisayar destekli sunumlar ile ölçülüp değerlendirilmektedir.

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Program Çıktıları	Ölçme ve Değerlendirme
Bilgi	
PÇ1. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanına temel oluşturan kavram ve kuramlar hakkında bilgiye sahiptir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi
PÇ2. Halkla ilişkilerin araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme süreçlerindeki yöntem ve işleyişleri bilir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ3. Halkla ilişkilerin stratejik yönetimin bir fonksiyonu olduğunu bilir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası

⁷³ Örnek ders sınav dosyasına ilişkin kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 35.

PÇ4. Halkla ilişkiler tarihi içerisinde değişen paradigmaları gerekçeleriyle bilir.	Ara sınav, Final sınavı
PÇ5. Halkla ilişkiler uygulama alanlarının ilişki kurma ve geliştirmedeki işlev ve niteliklerini bilir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi
PÇ6. Kurum içi halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkinlik ve verimliliğe katkı sağladığı alanları bilir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi
PÇ7. Kurum ve kuruluşların geleneksel medya ve yeni medya ile ilişkilerinde uygulanacak ilke ve kurallarla birlikte medya planlamasını bilir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi
PÇ8. Bütünleşik pazarlama iletişimi çerçevesinde halkla ilişkiler ve tanıtımın üstlendiği rolü ve önemi bilir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ9. Kurumsal kimlik, kurumsal davranış, kurumsal dizayn, kurumsal iletişim ile kurumsal imaj etkileşimini bilir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ10. Etkinlik yönetimi kapsamında sponsorluk faaliyetlerinin, sosyal sorumluluk kampanyalarının planlama ve icra adımlarını bilir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ11. Kurum ve kuruluşların algı, itibar yönetimi ile çevrede elde edinebileceği imaj ve çeşitleri hakkında bilgi sahibidir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ12. Reklam, tanıtım yöntem ve tekniklerini bilir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ13. Kriz öncesinde, anında ve sonrasında kurum ve kuruluşların takip etmesi gereken hareket tarzlarına dair bilgi sahibidir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ14. Alanıyla ilgili ulusal ve uluslararası kalite yönetim süreçlerini ve etik ilkeleri bilir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ15. Türkiye'nin tarihini, sosyo kültürel yapısını, fikri temellerini bilir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
Beceri	
PÇ16. Kurum ve kuruluşların çevreyle sağlam bağlar kurmak gayesiyle yapılan kurum içi ve kurum dışı çalışmalar için gerekli insan, zaman, mekân kaynaklarını planlama, örgütleme, koordine etme ve kontrol etme becerisine sahiptir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ17. Halkla İlişkiler ve tanıtım alanında içerik üretmek için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplama ve paylaşma becerisine sahiptir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası

PÇ18. İletişim kurma, devam ettirme ve yönlendirme becerisine sahiptir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ19. Etkili sunumlar tasarlama ve bunların uygulanmasında kullanılacak programları, dijital araçları kullanma becerisine sahiptir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ20. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanında gerekli olan raporlamaları yapma becerisine sahiptir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ21. En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
Yetkinlik	
PÇ22. Halkla İlişkiler ve tanıtım alanını destekleyen diğer disiplinlere ilişkin temel bilgileri alanıyla ilişkilendirmede ve uygulamalarında kullanır.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ23. Politik, ekonomik, sosyal ve kültürel çevrelerdeki gelişmeleri ve eğilimleri gözlemleyerek halkla ilişkiler stratejileri geliştirme, kampanya tasarlama ve uygulama yetkinliğine sahiptir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ24. İkna edici mesaj üretme ve uygun iletişim ortam ve araçları seçme, konusunda yetkinliğine sahiptir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ25. Stratejik ve analitik düşünme, girişimci yaklaşımlar geliştirme ve kolektif çalışma yetkinliğine sahiptir.	Ara sınav, Final sınavı, Proje Ödevi, Staj dosyası
PÇ26. İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular	Staj dosyası

İç ve Dış Paydaşlara Uygulanan Anketler / Danışman Görüşme Formu⁷⁴: Her eğitim öğretim yılı sonunda bölüm öğrencilerine bir anket uygulanarak, eğitim öğretim faaliyetleri, öğretim elemanları, alt yapı ve fiziksel koşullar, sosyal ortamlar, staj ile ilgili görüş alınmaktadır.

Akademik personele her eğitim öğretim yılı sonunda bir anket uygulanarak, eğitim öğretim faaliyetleri, akademik ortam ve alt yapıyı değerlendirmeleri sağlanmaktadır.

Ayrıca mezunlara anket uygulanarak, mezunların Erciyes Üniversitesi ve İletişim Fakültesi'nin öğrenci politikalarını, İletişim Fakültesi akademik personeli ile ilgili görüşleri, eğitim öğretim sürecinde aldıkları teorik ve uygulamalı derslerin iş hayatlarındaki yeterliliği hakkında değerlendirmelerine başvurulmaktadır.

İşverenlere de bir anket yapılarak, çalışan öğrenci, stajyer ve mezunların iletişim alan çıktıklarına uygunluğu ölçülmektedir. Ayrıca sektör temsilcilerine iletişim fakültesinde verilen

⁷⁴ Kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 13, Ek 28, Ek 29, Ek 30.

eğitimi ve akademik kadro ile olan ilişkilerini değerlendirdikleri ikinci bir anket uygulanmaktadır.

Anketlerin yanı sıra, öğrencilerin, eğitim öğretim faaliyetleri ile ilgili istek, talep ve beklentileri danışman görüşme formları, öğrenci bilgi işletim merkezi aracılığı, sosyal medya ağları, iletişim fakóltesi kurumsal mail adresi aracılığı ile de öğrenilmekte ve değerlendirilmektedir.

Akademik Bölüm Toplantıları⁷⁵: Eğitim öğretim dönemi başında yapılan akademik bölüm toplantılarında Halkla İlişkiler ve Tanıtım programının güncel durumu tartışılmakta ve öğretim amaçları doğrultusunda program çıktıları eleştirel bir sorgulama ile irdelenmektedir. Ayrıca eğitim öğretim dönemi başlangıcında, akademik bölüm toplantısında, eğitim öğretim müfredatının içeriği bölüm misyonu/vizyonu çerçevesinde ve bölüm öğretim elemanlarının görüş ve önerileri doğrultusunda görüşölmektedir.

Projeler ve Yarışmalar⁷⁶: Öğrencilerin bölüm eğitim öğretim müfredatında yer alan derslerden elde ettikleri teorik ve pratik bilgiler neticesinde ürettikleri projeler ulusal ve uluslararası yarışmalara yönlendirilmektedir. Yarışmalardan elde edilen sonuçlar, öğrencilerin Halkla İlişkiler ve Tanıtım program çıktılarına uygun olarak eğitim alıp almadıkları konusunda bir değerlendirme imkânı sunmaktadır.

Dış Staj Uygulaması⁷⁷: Halkla İlişkiler ve Tanıtım program öğrencileri sektörel deneyim kazanmak ve eğitim-öğretim faaliyetleriyle edinmiş oldukları bilgileri sahada uygulamak amacıyla 6. yarıyıl sonu yaz döneminde en az 30 iş günü dış staj yapmaktadırlar. Staj uygulaması sonrasında staja ait günlük raporların ve staj bilgilerinin yer aldığı, işletme tarafından onaylanmış staj dosyalarının fakólte staj komisyonu tarafından değerlendirilmesi yoluyla program çıktılarına ne ölçüde ulaştığı ölçölebilmektedir.

3.5 Program Çıktılarına Ulařma⁷⁸

3.5.1 Program çıktılarının her biri için, o çıktıyı sağlama amacıyla programda kullanılan yaklaşım ve uygulamalar

Program çıktılarına ulaşmada kullanılan temel yaklaşım ve uygulama, öğretim programının ve öğretim programında yer alan ders içeriklerinin program çıktılarını sağlamaya yönelik biçimde hazırlanması ve uygulanmasıdır. Bölümümüzün öğretim programı ve ders içerikleri dinamik bir yapıya sahiptir. Bu sebeple gerek öğretim programı ve gerekse ders içerikleri, program çıktılarını sağlama yeterliliği açısından ihtiyaç dâhilinde güncellenmektedir. Ayrıca derslerin dışında fakóltemiz bünyesinde yer alan eğitim ortamları vasıtasıyla programın çıktıları ölçölmektedir. Eğitim ortamlarından bir tanesi olan atölyeler ile öğrencilerin mesleki pratikleri güçlendirilmektedir. Öğrenciler, istedikleri atölyede, ilgili öğretim elemanları rehberliğinde halkla ilişkiler ve tanıtımı pratik olarak deneyimleme imkânı bulur. Ayrıca atölye içerisindeki çeşitli aktivitelerle (eğitim, sosyal etkinlikler) bölüme aidiyetleri güçlendirilirken, aynı zamanda üretim yapmalarına imkân tanınmaktadır.

⁷⁵ Kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3.

⁷⁶ Kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek, 15, Ek 20, Ek 31.

⁷⁷ Kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 32, Ek 36.

⁷⁸ Program çıktılarına ulaşma sürecine ilişkin kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 7, Ek 13, Ek 14, Ek 15, Ek 16, Ek 17, Ek 18, Ek 19, Ek 20, Ek 23, Ek 27, Ek 29, Ek 30, Ek 31, Ek 32, Ek 36, Ek 38, Ek 42, Ek 47.

Program çıktılarına ulaşabilmek amacıyla; ders, konferans, ek okumalar, ödev, yarışma koordinasyonu, atölye çalışmaları, laboratuvar, teknik geziler, proje dersleri, grup ödevleri, web tabanlı öğrenme aktiviteleri, öğrenci kulüpleri etkinlikleri, staj ve mesleki tecrübe aktarımı akran mentörlüğü gibi yaklaşım ve uygulamalar kullanılmaktadır

Program çıktılarını sağlama amacıyla programda kullanılan yaklaşım ve uygulamalar şu şekildedir:

Teorik Eğitim	Pratik Eğitim	Mesleki Adaptasyon
1-Dersler	1-Atölye Çalışmaları	1-Staj
2-Konferanslar	2-Labaratuvar	2-Mesleki Tecrübe Aktarımı
3-Ek Okuma Önerileri	3-Teknik Geziler	
4-Ödevler	4-Proje Dersleri	
5-Yarışma Koordinasyonu	5-Grup Ödevi	
	6-Web Tabanlı Öğrenme	
	7-Kulüp Aktiviteleri	

Erciyes Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Program Çıktıları	Yaklaşım ve Uygulamalar
Bilgi	
PÇ1. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanına temel oluşturan kavram ve kuramlar hakkında bilgiye sahiptir.	Dersler, Web Tabanlı Öğrenme, Atölye Çalışmaları, Proje Ödevleri, Dış Staj Uygulaması
PÇ2. Halkla ilişkilerin araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme süreçlerindeki yöntem ve işleyişleri bilir.	Dersler, Web Tabanlı Öğrenme, Atölye Çalışmaları, Proje Ödevleri, Dış Staj Uygulaması
PÇ3. Halkla ilişkilerin stratejik yönetimin bir fonksiyonu olduğunu bilir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı
PÇ4. Halkla ilişkiler tarihi içerisinde değişen paradigmaları gerekçeleriyle bilir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı
PÇ5. Halkla ilişkiler uygulama alanlarının ilişki kurma ve geliştirmedeki işlev ve niteliklerini bilir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması

PÇ6. Kurum içi halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkinlik ve verimliliğe katkı sağladığı alanları bilir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ7. Kurum ve kuruluşların geleneksel medya ve yeni medya ile ilişkilerinde uygulanacak ilke ve kurallarla birlikte medya planlamasını bilir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ8. Bütünleşik pazarlama iletişimi çerçevesinde halkla ilişkiler ve tanıtımın üstlendiği rolü ve önemi bilir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ9. Kurumsal kimlik, kurumsal davranış, kurumsal dizayn, kurumsal iletişim ile kurumsal imaj etkileşimini bilir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ10. Etkinlik yönetimi kapsamında sponsorluk faaliyetlerinin, sosyal sorumluluk kampanyalarının planlama ve icra adımlarını bilir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ11. Kurum ve kuruluşların algı, itibar yönetimi ile çevrede elde edinebileceği imaj ve çeşitleri hakkında bilgi sahibidir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ12. Reklam, tanıtım yöntem ve tekniklerini bilir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ13. Kriz öncesinde, anında ve sonrasında kurum ve kuruluşların takip etmesi gereken hareket tarzlarına dair bilgi sahibidir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma

	Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ14. Alanıyla ilgili ulusal ve uluslararası kalite yönetim süreçlerini ve etik ilkeleri bilir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ15. Türkiye'nin tarihini, sosyo kültürel yapısını, fikri temellerini bilir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
Beceri	
PÇ16. Kurum ve kuruluşların çevreyle sağlam bağlar kurmak gayesiyle yapılan kurum içi ve kurum dışı çalışmalar için gerekli insan, zaman, mekân kaynaklarını planlama, örgütleme, koordine etme ve kontrol etme becerisine sahiptir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ17. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanında içerik üretmek için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplama ve paylaşma becerisine sahiptir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ18. İletişim kurma, devam ettirme ve yönlendirme becerisine sahiptir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ19. Etkili sunumlar tasarlama ve bunların uygulanmasında kullanılacak programları, dijital araçları kullanma becerisine sahiptir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ20. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanında gerekli olan raporlamaları yapma becerisine sahiptir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe

	Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ21. En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
Yetkinlik	
PÇ22. Halkla İlişkiler ve tanıtım alanını destekleyen diğer disiplinlere ilişkin temel bilgileri alanıyla ilişkilendirmede ve uygulamalarında kullanır.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ23. Politik, ekonomik, sosyal ve kültürel çevrelerdeki gelişmeleri ve eğilimleri gözlemleyerek halkla ilişkiler stratejileri geliştirme, kampanya tasarlama ve uygulama yetkinliğine sahiptir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ24. İkna edici mesaj üretme ve uygun iletişim ortam ve araçları seçme, konusunda yetkinliğine sahiptir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ25. Stratejik ve analitik düşünme, girişimci yaklaşımlar geliştirme ve kolektif çalışma yetkinliğine sahiptir.	Dersler, , Web Tabanlı Öğrenme, Konferanslar, Proje Ödevleri, Ek Okuma Önerileri, Mesleki Tecrübe Aktarımı, Dış Staj Uygulaması
PÇ26. İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular	Dersler, Dış Staj Uygulaması

Atölyeler (Uygulama Birimleri)⁷⁹ Fakültemizde, bölümümüze bağlı olarak faaliyet gösteren iki adet uygulama birimi bulunmaktadır: Halkla İlişkiler ve Tanıtım Atölyesi (Dükkân) ile Reklam Atölyesi Evreka'dır⁸⁰

⁷⁹ Uygulama birimlerine ilişkin kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 2, Ek 20, Ek 39, Ek 43.

⁸⁰ Öğrencilerimiz Halkla İlişkiler ve Tanıtım bünyesindeki bu atölyelerin dışında Gazetecilik ve Radyo, Televizyon ve Sinema bölümlerine ait, Film Atölyesi, Fotoğrafçılık Atölyesi, Haber Atölyesi, Gazete ERÜ, ERÜ TV dtüdyolarından da faydalanabilmektedirler.

HİT Atölyesi (Dükkan)

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü bünyesinde 2009 yılında kurulan Halkla İlişkiler Atölyesi, 2012 yılında “Muazzam Fikirler Dükkanı” ismi altında PR, Reklam, Digital Media ve İnsan Kaynakları olmak üzere dört ana departmana ayrılarak bir iletişim ajansı kimliğine kavuşmuştur. Her departmanda öğrencilerimizin derslerinde gördükleri teorik bilgileri kendi sektörleri ile alakalı proje çalışmalarına yansıtarak pratiğe dökülebildiği Dükkan, çalışanlarına konularına hakimiyetin yanı sıra grupla çalışma ve özgüven nitelikleri kazandırmayı amaç edinmiştir. Her departmanın kendi içinde direktör, direktör yardımcısı, senior ve junior gibi unvanlara ayrıldığı sade bir organizasyona sahip ajansta kariyer planlaması ve yönetimi yapılarak fakülteye yeni adım atmış Dükkan çalışanlarının koordinatör olabilmesine kadar olan süreçte bir eğitim ve öğretim vazifesi misyon edinilerek kurumsallaşmaya devam edilmektedir. Nihai hedefin, öğrencilere mezun olduklarında çalıştıkları yerde sanki dün çalışıyormuşçasına hakimiyet kazandırmak olduğu Dükkan, Arş. Gör. Dr. Ömer Faruk KOÇAK yönetiminde event, seminer, workshop ve organizasyon çalışmaları yürütmektedir. Proje bazlı yürüttüğü çalışmalar ile Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD)' nin düzenlemiş olduğu Altın Pusula Genç İletişimciler Yarışması Ödülünü, Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği (RATEM)' nin düzenlemiş olduğu Aklıma Bir Fikir Geldi” Yarışması Ödülünü, Aydın Doğan Vakfı'nın düzenlemiş olduğu Genç İletişimciler Yarışması'nda da farklı kategorilerde pek çok ödülü toplayarak başarısını tescil ettirmiştir.

Reklam Atölyesi (Evreka)

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü bünyesinde 2014 yılında kurulan Reklam Atölyesi, fakültemizin “Muazzam Fikirler Dükkanı” isimli iletişim ajansının reklam departmanını oluşturmaktadır. “Reklam Dükkanı” isimli atölyemiz teorik olarak derslerde alınan bilgilerin uygulama alanına yansıtılmasında, yaratıcılıkların ortaya çıkarılması ve geliştirmesinde, öğrencilerin grupla çalışma ve özgüven yetilerinin kazandırılmasında eğlenceli ortamıyla önemli bir uygulama birimidir. Atölyede görev yapan öğrencilerimiz, Arş. Gör. Dr. Nilay Akgün AKAN yönetiminde kampanya ağırlıklı çalışmaktadır. Atölyemiz Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği (RATEM)' nin düzenlemiş olduğu “Aklıma Bir Fikir Geldi Yarışması Gazete Dergi Dalı Birincilik Ödülü”nü, Aydın Doğan Vakfı'nın düzenlemiş olduğu Genç İletişimciler Yarışması'nda da “Reklam Kampanyası Büyük Ödülü”nü ve “Basılı Reklam” dalındaki ödülleri toplayarak başarısını tescil ettirmiştir.

3.5.2 Her bir program çıktısı için ayrı ayrı olmak üzere, mezuniyet aşamasına gelmiş öğrencilerin o program çıktısına ne düzeyde ulaştığı

Her bir program çıktısı için ayrı ayrı olmak üzere, mezuniyet aşamasına gelmiş olan öğrencilerin o program çıktısına ne düzeyde ulaştıkları farklı yöntemlerle tespit edilmektedir. Her bir program çıktısını karşılayan derslerde öğrencilerin ders başarı durumları hem sınıf bazında hem de tekil öğrenci bazında ilgili program çıktısına ne düzeyde ulaşıldığının temel göstergelerinden biridir.

Bunun yanı sıra uygulamalı derslerde öğrencilerin ürettikleri çıktılarının (Halkla İlişkiler Kampanya tasarımı, tanıtım videosu, basın bidirisi vb.) değerlendirilmesi yoluyla da ilgili program çıktısına ne düzeyde ulaşıldığı tespit edilmektedir. Özellikle 5., 6., 7. ve 8. dönemlerde zorunlu ders olarak alınan Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I-II-Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I-II ders çıktısı derslerinde öğrencilerin hazırladıkları bitirme projelerinin değerlendirilmesi ve bu projelerin ulusal ve uluslararası

mesleki yarışmalardaki başarıları ilgili program çıktısına ne düzeyde ulaşıldığını ortaya koymaktadır.

Programın mezuniyet koşulları arasında yer alan ve 6. yarıyıl sonu yaz döneminde yapılan dış staj uygulamasının hem işveren/işveren temsilcisi hem de fakülte Staj Komisyonu tarafından değerlendirilmesi ve öğrencinin bu uygulamadan edindiği kazanımlar ilgili program çıktısına ne düzeyde ulaşıldığını ortaya koymaktadır.

Dış Paydaş Değerlendirme Komitesi tarafından yapılan işveren anketlerinden elde edilen verilerle de programdan mezun olan öğrencilerin program çıktılarına ulaşma düzeyine ilişkin bilgi vermektedir.

3.5.3 Her bir program çıktısı için ayrı ayrı olmak üzere, o çıktı ile ilişkilendirilebilecek ve o çıktının sağlandığının kanıtı olarak gösterilecek belgeler⁸¹

Program Çıktılarının Nasıl Sağlandığına İlişkin Kanıt Listesi

İLEDAK program değerlendiricilerine kurum ziyareti sırasında incelemeye sunulacak kanıt listeleri şu şekildedir:

- 1- Bölüm öğretim programındaki her bir derse ilişkin dersin tanımı, amacı, haftalık ders içeriği, kazanımları, program yeterliliklerine katkısı gibi bilgilerin yer aldığı ders bilgi paketleri
- 2- Öğretim elemanları tarafından hazırlanan ve ders ile ilgili kapsamlı bilgilerin yer aldığı ders sınav dosyaları (ders içeriği, ara sınav ve final sınav soruları, cevap anahtarları, en yüksek, orta ve en düşük not alan öğrencilere ait sınav kağıtları, varsa dönem içi yapılan kısa sınav, ödev, ölçme değerlendirme formları vb.)
- 3- Staj dosyaları
- 4- Uygulama birimlerinin çıktıları
- 5- Uygulamalı dersler kapsamında öğrenciler tarafından hazırlanan ödev ve proje örnekleri
- 6- Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğrencilerinin ulusal ve uluslararası mesleki yarışmalarda elde ettiği başarılar.
- 7- Paydaş anketlerinin genel sonuçları.

Ders bilgi paketleri, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğretim program çıktıları ile arasındaki ilişkiyi gösteren önemli bir kanıtlayıcı belge niteliğine sahiptir. Ders bilgi paketleri ile birlikte öğretim elemanları tarafından hazırlanan ders sınav dosyaları da (ara sınav ve final sınav soruları, cevap anahtarları, en yüksek, orta ve en düşük not alan öğrencilere ait sınav kağıtları, ders içeriği) program çıktılarına sağlandığına yönelik kanıt evrakı niteliğindedir. Staj komisyonu tarafından değerlendirilen staj dosyaları mezun aşamasına gelen öğrencilerin program çıktılarına ilişkin kazanım düzeylerini göstermesi bakımından önemlidir. Ayrıca öğrencilerin uygulamalı derslerde ortaya koydukları Halkla İlişkiler Kampanya tasarımları, tanıtım videoları, basın bültenleri vb. ürünler öğrencilerin program çıktılarına ulaşma düzeyini gösteren diğer kanıtlayıcı belgelerdir. Aynı şekilde bu ürünlerin ulusal ve uluslararası mesleki yarışmalarda elde ettiği başarılar da kanıtlayıcı belge niteliği taşımaktadır. Son olarak iç paydaşlarımızdan öğrencilerimize, dış paydaşlarımızdan mezunlarımıza ve işverenlere yönelik yapılan anket sonuçları

⁸¹ İlgili kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 6, Ek8, Ek 13, Ek 14, Ek 17, Ek 18, Ek 19, Ek 20, Ek 23, Ek 29, Ek 30, Ek 31 Ek 32, Ek 36..

öğrencilerimizin ve mezunlarımızın program çıktılarına ulaşma düzeyini gösteren belgelerdir.

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Program Çıktıları	Kanıtlayıcı Belgeler
Bilgi	
PÇ1. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanına temel oluşturan kavram ve kuramlar hakkında bilgiye sahiptir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Anket Sonuçları
PÇ2. Halkla ilişkilerin araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme süreçlerindeki yöntem ve işleyişleri bilir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Yarışmalarda Elde Edilen Başarılar Anket Sonuçları
PÇ3. Halkla ilişkilerin stratejik yönetimin bir fonksiyonu olduğunu bilir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Yarışmalarda Elde Edilen Başarılar Anket Sonuçları
PÇ4. Halkla ilişkiler tarihi içerisinde değişen paradigmaları gerekçeleriyle bilir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Anket Sonuçları
PÇ5. Halkla ilişkiler uygulama alanlarının ilişki kurma ve geliştirmedeki işlev ve niteliklerini bilir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Anket Sonuçları
PÇ6. Kurum içi halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkinlik ve verimliliğe katkı sağladığı alanları bilir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Yarışmalarda Elde Edilen Başarılar Anket Sonuçları
PÇ7. Kurum ve kuruluşların geleneksel medya ve yeni medya ile ilişkilerinde uygulanacak ilke ve kurallarla birlikte medya planlamasını bilir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Yarışmalarda Elde Edilen Başarılar Anket Sonuçları
PÇ8. Bütünleşik pazarlama iletişimi çerçevesinde halkla ilişkiler ve tanıtımın üstlendiği rolü ve önemi bilir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Yarışmalarda Elde Edilen Başarılar Anket Sonuçları

PÇ9. Kurumsal kimlik, kurumsal davranış, kurumsal dizayn, kurumsal iletişim ile kurumsal imaj etkileşimini bilir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Yarışmalarda Elde Edilen Başarılar Anket Sonuçları
PÇ10.Etkinlik yönetimi kapsamında sponsorluk faaliyetlerinin, sosyal sorumluluk kampanyalarının planlama ve icra adımlarını bilir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Yarışmalarda Elde Edilen Başarılar Anket Sonuçları
PÇ11. Kurum ve kuruluşların algı, itibar yönetimi ile çevrede elde edinebileceği imaj ve çeşitleri hakkında bilgi sahibidir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Yarışmalarda Elde Edilen Başarılar Anket Sonuçları
PÇ12. Reklam, tanıtım yöntem ve tekniklerini bilir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Yarışmalarda Elde Edilen Başarılar Anket Sonuçları
PÇ13. Kriz öncesinde, anında ve sonrasında kurum ve kuruluşların takip etmesi gereken hareket tarzlarına dair bilgi sahibidir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Anket Sonuçları
PÇ14. Alanıyla ilgili ulusal ve uluslararası kalite yönetim süreçlerini ve etik ilkeleri bilir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Anket Sonuçları
PÇ15. Türkiye'nin tarihini, sosyo kültürel yapısını, fikri temellerini bilir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Anket Sonuçları
Beceri	
PÇ16. Kurum ve kuruluşların çevreyle sağlam bağlar kurmak gayesiyle yapılan kurum içi ve kurum dışı çalışmalar için gerekli insan, zaman, mekân kaynaklarını planlama, örgütleme, koordine etme ve kontrol etme becerisine sahiptir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Yarışmalarda Elde Edilen Başarılar Anket Sonuçları
PÇ17. Halkla İlişkiler ve tanıtım alanında içerik üretmek için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplama ve paylaşma becerisine sahiptir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Anket Sonuçları

PÇ18. İletişim kurma, devam ettirme ve yönlendirme becerisine sahiptir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Anket Sonuçları
PÇ19. Etkili sunumlar tasarlama ve bunların uygulanmasında kullanılacak programları, dijital araçları kullanma becerisine sahiptir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları
PÇ20. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanında gerekli olan raporlamaları yapma becerisine sahiptir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları
PÇ21. En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları
Yetkinlik	
PÇ22. Halkla ilişkiler ve tanıtım alanını destekleyen diğer disiplinlere ilişkin temel bilgileri alanıyla ilişkilendirmede ve uygulamalarında kullanır.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Anket Sonuçları
PÇ23. Politik, ekonomik, sosyal ve kültürel çevrelerdeki gelişmeleri ve eğilimleri gözlemleyerek halkla ilişkiler stratejileri geliştirme, kampanya tasarlama ve uygulama yetkinliğine sahiptir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Yarışmalarda Elde Edilen Başarılar Anket Sonuçları
PÇ24. İkna edici mesaj üretme ve uygun iletişim ortam ve araçları seçme, konusunda yetkinliğine sahiptir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Yarışmalarda Elde Edilen Başarılar Anket Sonuçları
PÇ25. Stratejik ve analitik düşünme, girişimci yaklaşımlar geliştirme ve kolektif çalışma yetkinliğine sahiptir.	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları Uygulamalı Derslerin Çıktıları Yarışmalarda Elde Edilen Başarılar Anket Sonuçları
PÇ26. İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular	Ders Bilgi Paketleri Ders Sınav Dosyaları Staj Dosyaları

Ölçüt 4: Sürekli İyileştirme⁸²

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü sürekli iyileştirme sistemi aşağıdaki şemada gösterildiği gibi gerçekleşmektedir.



Sürekli iyileştirme sürecinde temel referans noktasını, bölümün özgörevleri oluşturmaktadır. Bu süreçte iç ve dış paydaş girdileri, programın öğretim amaçları, program çıktıları, eğitim öğretim faaliyetleri ve bu faaliyetler sırasında iç ve dış paydaşlardan gelen geribildirimler akademik bölüm toplantısında ve/veya bölüm kurul toplantısında görüşülmekte ve iyileştirmeye yönelik kararlar alınarak ilgili birimler aracılığıyla uygulamaya konmaktadır.

Bölümün öğretim amaçları ve program çıktılarına ulaşma başarısı, İç Paydaş Değerlendirme Komitesi, Dış Paydaş Değerlendirme Komitesi ve Mezunlar Komitesi'nin çalışmaları doğrultusunda değerlendirilmektedir. Komisyonun hazırladığı değerlendirme raporu Dekanlığa, Kalite Komisyonu ve Akreditasyon Komisyonu ve bölüm başkanlıklarına sunulmaktadır. Bölüm başkanlığı takip eden akademik bölüm toplantısında öğretim elemanlarının görüşünü alarak yapılacak iyileştirme ve düzenleme önerilerini bölüm kuruluna iletmektedir. Bölüm kurulu yapılması kararlaştırılan düzenlemeleri uygulamaya koyarak, tüm öğretim elemanlarını bilgilendirmektedir. Bu ölçme-değerlendirme sistemi her yıl uygulanarak bir önceki eğitim-öğretim yılına göre yapılan ilerleme ve eksiklikler belirlenmektedir.

Fakültemiz Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünde gerçekleştirilen sürekli iyileştirme çalışmaları, fiziksel (mekânsal-teknik) iyileştirmeler, eğitim-öğretim faaliyetlerindeki

⁸² Sürekli iyileştirme ile ilgili ile ilişkili kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 1, Ek 6, Ek 7, Ek 8, Ek 9, Ek 10, Ek 11, Ek 12, Ek 13, Ek 14, Ek 16, Ek 18, Ek 19, Ek 21, Ek 25, Ek 30, Ek 31, Ek 37, Ek 38, Ek 40, Ek 41, Ek 42, Ek 47.

iyileştirmeler (Ölçüt 2 ve Ölçüt 3 ile bağlantılı olarak ifade edilmiştir.) ve insan kaynaklarına yönelik iyileştirmeler başlıkları altında toplanabilir.

1-Fiziksel (Mekânsal-Teknik) İyileştirme Çalışmaları

İletişim Fakültesi 10 Ocak 2001 tarihli Resmî Gazetede yayımlanan 4617 sayılı kanunla kurulmuştur. İlk olarak fakülte, 2001 yılının Nisan ayında İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nin zemin katında faaliyet göstermeye başlamıştır. İletişim Fakültesinin yeni binasında açılışı ise 31 Temmuz 2004 tarihinde gerçekleşmiştir. İletişim Fakültesi 6400 metrekare alana inşa edilmiş; idari bina, derslikler binası, stüdyolar ve Konferans Salonu olmak üzere toplam dört ana bloktan oluşan bir alt yapıya sahiptir. Fakültede bölümümüze ait 2 atölye bulunmaktadır.⁸³

Fakültemizde stüdyo ve atölyeler aracılığı ile öğrencilerin modern ve ileri teknolojilere sahip cihazlarla eğitim alması ve çalışmalar yapması sağlanmıştır. Bununla birlikte, bu atölyeler teknik donanım açısından sürekli kuvvetlendirilmektedir.

Eğitim öğretim faaliyetlerinin sürdürüldüğü dersliklerin de modern bir görünüme sahip olması amaçlanmış, bu amaçla dersliklerin fizikî ve teknik eksiklikleri giderilmiştir. Yakın dönemde de fakülte bünyesine iki etüt merkezi dâhil edilmiştir. Etüt merkezinde öğrencilerin kullanımına açık kitaplık da yer almaktadır. Fakülte bünyesinde kurulan Prof. Dr. İlhan Yerlikaya dijital sınıfında da lisansüstü dersler, toplantılar ve birim içi toplantılar yapılmaktadır⁸⁴.

2015 yılından itibaren yapılan iyileştirmelerle bölüm bünyesindeki uygulama birimlerine ait teknik ekipman listesi aşağıdadır:

Malzeme	Adet
Ayaklı Işık (Aydınlatma)	1 Adet
Projeksiyon Perdesi	1 Adet
Samsung Yazıcı	1 Adet
Fotoğraf Makinası (Tripot)	1 Adet
SONY LBT-D309 Müzik Çalar	2 Adet
SONY LBT-D309 Müzik Çalar Ekipmanı	1 Adet
TpLink Descol Swiche	1 Adet
Bilgisayar	6 Adet
Yazıcı	1 Adet
DVD Oynatıcı	1 Adet

Fiziksel iyileştirmeler kapsamında yapılan bir değişiklik de fakültemiz öğrenci bloğuna yapılan ve özellikle engellilerin kullanımına sokulan asansördür

2-Eğitim-Öğretim ve Araştırma Faaliyetlerindeki İyileştirmeler

Halkla İlişkiler ve Tanıtım programının sürekli iyileştirilmesine yönelik eğitim-öğretim faaliyetlerine ilişkin çalışmalar, aşağıda başlıklar altında ifade edilmiştir:

2a-Eğitim Kadrosu: Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nde 2 Profesör, 5 Doçent, 3 Dr. Öğretim Üyesi, 3'ü Doktoralı 4 Araştırma Görevlisi yer almaktadır. Her geçen yıl nitelikli akademik personel sayısının artırılma çalışmaları devam etmektedir.

⁸³ Fakültenin alt yapısına ilişkin detaylı bilgiler, EK 1.3 ve Ek 2'de sunulmaktadır.

⁸⁴ Prof. Dr. İlhan Yerlikaya dijital sınıfı görselleri için kkz. Kanıt Klasörü Ek 43.

2b-Eğitim M¼fredatı/Katalog Değişiklikleri:

Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde eğitim öğretim müfredatında YÖK Başkanlığı'nın tavsiyeleri, toplumsal ve teknolojik gelişmeler, iç ve dış paydaşların önerileri, İLEDAK Akreditasyon Kurulu'nun eğitim öğretim faaliyetlerine ilişkin ölçütleri çerçevesinde düzenlemeler yapılmış/yapılmaktadır. Bölümün öğretim planında sürekli iyileştirmeye yönelik yapılan düzenleme ve değişiklikler de aynı iş akışına göre belirlenmekte ve her yıl nisan ayı içerisinde senatonun onayına sunulmaktadır. Senato tarafından kabulü sonrasında Rektörlük Öğrenci İşleri ve Bilgi İşlem Daire Başkanlığı tarafından yürürlüğe konmaktadır.

Bölümümüzün 2008- 2009 yılında ilk kurulduğunda dış paydaşlarımız içerisinde yer alan diğer üniversitelerdeki müfredatlar incelenerek oluşturulan ders programında yıllar geçtikçe zaman, insan ve mekâna bağlı değişikliklerle ortaya çıkan durumları da gözетerek güncellemeler yapılmıştır. Sırasıyla 2012, 2013, 2014, 2017 ve 2019 ve son olarak 2021 yıllarında bölümde okutulan derslerde değişiklikler yapılmıştır. Bu değişiklikler üniversitemizin OBISIS sisteminde kayıt altında tutulmaktadır.

Son müfredat değişikliğinde, İladak Form 8'de belirtilen noktalar, TÜHİD'den talebimiz üzerine alınan görüşler, Bölüm Danışma Kurulu Üyeleri'nin önerileri dikkate alınmıştır.

Diğer taraftan bölümümüz AB Bologna Süreci, Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi ve Ulusal Ajans tarafından alınan kararlar çerçevesinde istenilen uyumu sağlamak adına istenilen gerekli düzenlemeleri yapmıştır. Üniversitemizin bu süreçte geliştirilen Ders Bilgi Paketi portalında ilgili bilgiler oluşturulmuş ve erişime açılmıştır.

Bununla birlikte akreditasyon süreçleri kapsamında bölüm akademik toplantılarına öğrenci temsilcilerinin, sektör temsilcilerinin katılımı da sağlanmış ve onların düşünceleri alınarak bölümün öğretimine ilişkin kararlar alınmaya başlanmıştır. Bundan sonraki dönemde de sürecin bu yönde işletilmesi noktasında hazır bulunuşluluk mevcuttur. Bununla ilgili son olarak 15 Haziran 2020 tarihli bölüm kurulunda uygulama saatlerinin artırılması ve kataloğa eklenilmesi kararı alınmıştır.

2021 yılında yapılan müfredat değişikliği ile bölümümüzün ders müfredatına eklenen derslerin yanı sıra, ders programları tablosunda "Serbest Seçmeli Dersler" de gösterilmiş, program web sitesinden ilan edilmiş, öğrencilerin alan dışı seçmeli dersler seçmesi yönünde danışmanlarca yönlendirmeler yapılmıştır.

2c-Uzaktan Eğitim: YÖK Başkanlığı'nın üniversitelerin uzaktan eğitim alt yapısının güçlendirilmesi konusunda almış olduğu kararlar doğrultusunda, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Uzaktan Eğitim vermek için başvuru yapmış ve YÖK Başkanlığı'ndan onay almıştır. Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümümüz, üniversitemizde uzaktan eğitim vermek için onay alan üç bölümden biridir.

Bununla birlikte, dijital teknolojilerde yaşanan gelişmelere ayak uydurarak eğitim öğretim faaliyetlerinin gerek içeriğini, gerekse bu faaliyetlere erişim imkânlarını uluslararası standartlara taşıyan bölümümüzde, öğretim elemanlarımız, Erciyes Üniversitesi Ders Materyalleri (ERUDM) Portalı (erudm.erciyes.edu.tr) üzerinden ders notu, makale, video ders anlatımı, sesli ders anlatımı kayıtları vb. ders materyallerini öğrencilerin kullanımına sunmaktadır. Bu kapsamda, bölümümüzün Bahar yarıyılında öğretim planında yer alan ve aktif olarak verilen tüm derslere ait materyaller, 2019-2020 eğitim-öğretim yılında portala yüklenmiştir. Bu portaldeki içerikler her yıl güncellenmektedir Portal öğrencilere ödev, ek

çalışma verilebilmesi, mesaj gönderilebilmesi ve derslerle ilgili duyurular yapılabilmesi bakımından da öğretim elemanları ve öğrencilere önemli bir hizmet sunmaktadır.

2d- Sosyal Medya Ağı Kullanımı: Daha çok öğrenciye, daha hızlı ulaşabilmek için, gerek bölümümüz gerekse öğretim elemanlarımız sosyal medya ağlarını aktif bir biçimde kullanmaktadırlar. Sosyal medya ağları yalnızca öğrenciye değil, akademik ve idari personele ulaşmak bakımından da resmi yazışmaların yanı sıra önemli bir işlev yüklenmiştir. Bölümümüz, sosyal medyanın gençlerde kullanım yaygınlığına düşünerek; bölümle ilgili gelişmeleri, duyuruları, ilanları hızlı bir biçimde sunulmasını sağlamak gayesiyle bölüm öğretim elemanlarının yöneticilik yaptığı ve yalnızca Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölüm öğrencilerinin katılabildiği facebook özel grup sayfasını aktif biçimde kullanmaktadır. Bunun dışında öğretim elemanlarımız kendi oluşturdukları bireysel web sayfaları vasıtasıyla hem sektördeki gelişmeleri hem de akademik alanlarıyla ilgili gelişmeleri öğrencilerimize aktarmaktadır⁸⁵

2e- Ulusal/Uluslararası Projeler: Ulusal/Uluslararası projelerle, akademik bilginin toplumla buluşturulması sağlanmakla birlikte, kurulan ortaklık ve işbirlikleri ile dış paydaş ağı genişletilmekte ve ilişkiler kuvvetlendirilmektedir. Yürütülen projeler, toplumsal sorumluluk anlayışı içerisinde, toplumsal sorunlara odaklanması bakımından da önem taşımaktadır. Bu kapsamda, Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Cıngı ve Arş. Gör. Dr. Ömer Faruk Koçak'ın desteğiyle KAÇEM ile yazılan "Dijital imkanlarımı kullanıyor, kooperatifimi büyütüyorum" isimli proje, Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) tarafından onaylanarak KAÇEM'e fon sağlanmıştır⁸⁶.

2f- Öğrenci Değişim Programları: Üniversitemiz Dış İlişkiler Ofisi ile Mevlana ve Farabi genel koordinatörlükleri aracılığıyla yürütülen öğrenci değişim programlarından bölümümüz öğrencileri de faydalanmaktadır. Son yedi yıl içerisinde bölümümüzden toplam 10 öğrenci yurt içi ve dışındaki diğer üniversitelere gitmiştir. Bunların 5'i I. Örgün Öğretim, 5'i de II. Örgün Öğretim programındadır. Yükseköğretim kurumları arasındaki işbirliğini teşvik eden ve eğitimde kaliteyi artırmayı hedefleyen bu değişim programlarına katılan öğrencilerimiz, gerek yurt dışı ve yurt içinde farklı deneyimler yaşamak, gerekse farklı kültür ve yaşam tarzlarını tanımak, öğrenmek imkânını bulmuştur. 2021 yılında bölümümüz değişim programı kapsamında farklı üniversiteler ile anlaşma yapmıştır.⁸⁷

2g-Eğiticilerin Eğitimi Çalıştayı: Fakültemiz/bölümümüz, eğitim öğretim faaliyetinde bulunan öğretim elemanlarının gelişen/değişen şartlara uygun ders verebilmeleri bakımından eğitilmelerine de önem vermektedir. Bu kapsamda, üniversite rektörlüğünün desteği ile 26-27 Haziran 2019 tarihlerinde, "Eğiticilerin Eğitimi Çalıştayı" düzenlenmiştir. Çalıştayda öğretim teknikleri, öğretimde bilgi ve iletişim teknolojileri uygulamaları, yıllık ders planı hazırlama konularında eğitimler verilmiştir. Eğitimlerin sonunda bölümümüz öğretim elemanları, okutacakları derslere ilişkin bilgi paketlerini güncellemişlerdir.

2021 yılında eğiticilerin eğitimine yönelik "e-öğrenme" ve "insan hakları eylem planı" konulu seminer ve programlar düzenlenmiştir⁸⁸.

2h-Ücretsiz Veri Tabanları: Üniversitemiz Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı tarafından yapılan anlaşmalarla çok sayıda ulusal ve uluslararası veri tabanı

⁸⁵ Öğretim Elemanımızın web sayfası ilgili ile ilişkili kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 37.

⁸⁶ Kaçem Proje KK Destek Fonu Basvuru Formu için bkz. Kanıt Klasörü Ek 46.

⁸⁷ <http://int.erciyes.edu.tr/KION.UI.Web.ExchangeProgram/Public/AgreementList.aspx?pld=7317>

⁸⁸ Bölüm Öğretim Elemanlarımızın Katıldıkları Eğitimler için Bkz. Kanıt Klasörü Ek 42.

ücretsiz erişime açılmış, bölüm öğretim elemanlarının eğitim-öğretim faaliyetlerinde ve akademik çalışmalarında bu veri tabanlarını kullanabilmelerine imkân tanınmıştır.⁸⁹

2i- EUF Üyeliği: Üniversitemiz modern ve rekabetçi Avrupa Yüksek Öğretim alanının standartlarına ulaşmaya yönelik işbirliği alanlarını genişletmiştir. 18.12.2019 tarihinde European University Foundation (EUF) üyesi olan üniversitemizin ana irtibat temsilcisi, İletişim Fakültesi Dekanı ve Gazetecilik Bölüm Başkanı Prof. Dr. Hakan AYDIN'dır.⁹⁰

2j- Erciyes İletişim Dergisi: İletişim bilimleri ve ilgili farklı disiplinlerle alakalı akademik standartlara uygun kaleme alınmış, hakem değerlendirme süreçlerinden başarıyla geçmiş özgün, nitelikli çalışmalara yer vererek bilgi birikimine katkı sunmayı ve yayın alanında araştırmacıların ilk başvuru yaptığı kaynaklar arasında yer almayı amaçlayan "Erciyes İletişim Dergisi", tarandığı indeks sayısını da artırmaktadır. Dergi, 2013 yılından itibaren Ulakbim TR Dizin'de, 2020'den sonra da DOAJ'da taranmaya başlamıştır. 7 Şubat 2022 tarihinde Emerging Source Citation Index'e başvuru yapılmıştır. Halen ESCI tarafından değerlendirme aşamasındadır.

Ayrıca, Sobiad veritabanında bulunan bilgilerden hareketle taradığı dergilerin 2019 yılı Etki faktörü sıralamasını yayınlamıştır. Bu sıralamaya göre, Erciyes İletişim Dergisi, iletişim fakülteleri dergileri arasında ilk sırada yer almaktadır.

2k- Akademik başarısı gün geçtikçe artan Erciyes Üniversitesi, Dünyada üniversite derecelendirme organizasyonlarından Times Higher Education (THE) tarafından yapılan 2017-2018 sıralamasında, sıralamaya Türkiye'den giren 22 üniversite arasında 10. olmuştur. Üniversitemiz THE sıralaması iletişim ve medya çalışmaları kategorisinde ise, Türkiye üniversiteleri arasında 2. sırada yer almayı başarmıştır.

3-İnsan Kaynaklarına ve Karar Alma Süreçlerine Yönelik İyileştirmeler

Fakültemizde kalite güvence sistemine ilişkin atılan adımlar çerçevesinde, akademik ve idari personele ve iş yapma biçimlerine yönelik iyileştirmeler yapılmaktadır. Fakültenin yönetimine ilişkin, iş bölümünü artırmak, alınan kararlarda şeffaflık sağlamak ve uygulamaları standartlaştırmak için kurulan komisyon ve komiteler nitelik ve niceliksel olarak güncellenmektedir. 2019-2020 eğitim öğretim yılında, komisyon ve komitelere Akreditasyon, Ölçme ve Değerlendirme, İç ve Dış Paydaş Değerlendirme, Mezunlar Komiteleri eklenmiş; kalite güvence sistemi kapsamında da öğrencilerden, idari personelden ve dış paydaşlarımızdan temsilciler; akademik personel ile ilgili komisyonlarda karar alma süreçlerine dâhil olmuşlardır.

Komisyon ve komitelerin görev tanımlamaları da yapılarak ilan edilmiştir. Görev tanımlarında her komisyona ve komiteye aldıkları kararları ve gerçekleştirdikleri faaliyetleri rapor ederek arşivlemeleri ile ilgili yükümlülükler verilmiş, karar alma ve uygulama süreçlerinin her aşamasının yazılı olması gerektiği belirtilmiştir.

Kalite ve Akreditasyon komisyonları, fakültenin ve özelde bölümümüzün kalite standartlarının artırılmasında önemlidir. Komisyonların, eğitim-öğretim, yönetim, araştırma-geliştirme, alt yapı ve hizmetler konularında sürekli iyileştirmelerin yapılması için teşvik edici ve denetleyici rolleri bulunmaktadır. Kalite komisyonunun çalışmaları ve fakültemizin kalite standartları, Erciyes Üniversitesi Kalite Komisyonu tarafından denetlenmektedir. Fakültemiz, Ocak 2020'de ve Mart 2022'de Erciyes Üniversitesi Kalite

⁸⁹ Bkz. <https://kutuphane.erciyes.edu.tr/tr/yarim/veri-tabanlarixm>

⁹⁰ EUF ile ilgili ayrıntılı bilgi için Bkz. <https://uni-foundation.eu/>

Komisyonu tarafından gerçekleştirilen kurum içi birim dışı değerlendirme sürecinden başarıyla geçmiştir⁹¹.

Bölümümüzde her eğitim öğretim dönemi başında akademik bölüm toplantıları yapılmakta, eğitim öğretim ve araştırma faaliyetleri, bölümün idari işleyişi, bölüm akademik personelinin sorunları ve beklentileri ile ilgili görüşülmektedir. 2019-2020 eğitim öğretim yılı Bahar yarıyılı itibarıyla, akademik bölüm toplantılarına, öğrenci ve dış paydaş temsilcileri de katılarak, bölümle ilgili istek ve önerilerini iletmışlerdir.

Fakültemiz/bölümümüz, kurumsal kültür oluşturma ve sürdürme çalışmaları kapsamında çeşitli faaliyetler de yapmaktadır. Yeni yıl, bayram ve diğer özel günlerde; akademik terfi, idari işlerin yürütülmesindeki gayret ve başarı vb. sebeplerle kutlamalar yapılmakta, personele teşekkür belgeleri verilmektedir. Bu sosyal-kültürel etkinlikler kişiler arası bağı kuvvetlendirerek kurumsal aidiyeti pekiştirmektedir.

Mezunlar ile de ilişkileri kuvvetlendirmeye yönelik mail, telefon, yüz yüze iletişim ve sosyal medya ağlarında oluşturulan gruplar aracılığı ile görüşmeler yapılmakta ve irtibat koparılmamaya çalışılmaktadır. Eğitim öğretim programının yenilenme sürecinde mezunların görüşlerinden de yararlanılmaktadır. Mezunlarla ilişkiler, mezun bilgi sistemi alt yapısının oluşturulmasıyla güçlendirilecektir.

4-Eğitsel, Sosyal ve Kültürel Faaliyetler: Bölümümüz, kamu kurumları ve mesleki dernek/cemiyetlerle işbirliği içerisinde, öğrencilerimizi sosyokültürel alanda geliştirmeye ve dış paydaşlarımızla ilişkilerimizi kuvvetlendirmeye yönelik faaliyetler gerçekleştirmiştir. Bu faaliyetlerden biri, bölümümüz tarafından hazırlanan sürdürülebilirlik panelidir. Prof. Dr. Mustafa Koçer moderatörlüğünde düzenlenen panele, TRT Yönetim Kurulu Üyesi Doç. Dr. Oğuz Göksu ve T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Halkla İlişkiler Daire Başkanı Durmuş Ersoy katılmışlardır⁹². Panel, iklim krizi ve temiz enerjinin yanı sıra; yoksullukla mücadele, sağlıklı yaşam, eğitimde nitelik, cinsiyet eşitliği, barış ve adaletin tesisi, eşitsizliklerin giderilmesi gibi güncel sorunların yer aldığı sürdürülebilirliği kamuda halkla ilişkiler çatısı altında işleyerek öğrencilerle buluşturması bakımından önemlidir.

Yine bölümümüz tarafından, öğrenciler için hem eğitsel hem de sosyal bir etkinlik olan Halkla İlişkilerde Kariyer günleri düzenlenmiştir. #HiKG2022 adıyla düzenlenen ve 12 gün süren etkinliğe birçok sektör temsilcisi katılmıştır⁹³. Etkinlik hem sektör çalışanları ile öğrencileri bir araya getirmesi hem de mezun olmuş öğrencilerimizin de sektör çalışanı olarak etkileşimde bulunması açısından değerlidir. Mart 2022'de Dijital Pazarlama Sohbetleri adıyla düzenlenen canlı webinar ile de yine sektör temsilcileri ile öğrenciler bir araya gelerek bilgi alışverişinde bulunmuşlardır. Ayrıca verilen dersler özelinde de çeşitli sektör temsilcilerine yer verilerek derslere katılımları sağlanmıştır.

Bölümümüz öğretim elemanları ayrıca çeşitli kurumların düzenlediği etkinliklere konuşmacı ve eğitimci olarak katkı sağlamışlardır. Bu kapsamda; Abdullah Gül Üniversitesitarafından düzenlenen "Davranış ve Teknoloji Bağımlılığı Konferansı", Bağımlılıkla Mücadele Çalıştayı, ERSEM Personeline Etkili İletişim Eğitimi, Kocasinan Belediyesi Veteriner Ekibi Eğitimi, Gençlik Spor Bakanlığı ve İlim Yayma Cemiyetinin birlikte düzenlediği çalıştay, İlim Yayma Cemiyeti tarafından düzenlenen "Sosyal Medyanın Bilinçli Kullanımı" isimli seminer, Kayseri Model Fabrikası ile görüşme ve "Uzaktan Eğitim Sürecinde Etkin İletişim" konulu konferans örnek olarak verilebilir. Prof. Dr. Mustafa Koçer, Doç. Dr. Murat Başarır,

⁹¹ Kurum İçi Birim Dışı Değerlendirme Raporu (KİDR) Sunumu için bkz. Kanıt Klasörü Ek 19.

⁹² HİT Bölümü Dış Paydaşlarla Yapılan Etkinlikler, İş birlikleri, Eğitimler için bkz. Kanıt Klasörü Ek 30.

⁹³ #HiKG2022 Halkla İlişkilerde Kariyer Günleri Etkinlikleri için bkz. Kanıt Klasörü Ek 7.

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Cıngı bu bakımdan hizmet veren öğretim elemanlarımız arasında yer almaktadır.

İyileştirme Çalışmalarına İlişkin Kanıtlar

Sürekli İyileştirme Çalışmaları	Kanıtlar
Fiziksel İyileştirmeler	Okul sınıf ve teçhizatına ilişkin detaylı olarak verilen Ek 1.3 ve Ek 2 başlıklarındaki bilgilere ek olarak; -Uygulama birimleri -Uygulama birimlerinin ofis ve teçhizatları -Yeni açılan etüt merkezleri. -Engelli Asansörü -Prof. Dr. İlhan Yerlikaya Dijital Sınıfı
Eğitim-Öğretim İyileştirmeleri	-Katalog/Müfredat değişikliği -Ders bilgi paketlerinin güncellenmesi -Uzaktan eğitim imkânlarının kullanılması (erudm.erciyes.edu.tr / beyaz pano / sosyal medya ağları vb.) -Akademisyenlere yönelik “Eğiticilerin Eğitimi Çalıştayı” raporu, e-öğrenme ve İnsan Hakları Eylem Planı” faaliyetlerine ilişkin belgeler. -Paydaş anketleri - Uzaktan Eğitim Onay belgesi --TRT gibi kurumların eğitsel faaliyetleri -Çalıştaylara katılma -Seminerlere katılma -Erciyes İletişim Dergisi'nin Sobiad etki faktörü sıralamasına ilişkin belge. -Erciyes Üniversitesinin THE sıralamasındaki yeri hakkında haber.
İnsan Kaynaklarına Yönelik İyileştirmeler	-Mezun görüşmeleri (Sosyal Medya Grupları) -Komisyonların Listesi ve Görev tanımlamaları -Bölüm Akademik toplantı tutanağı (Öğrenci ve dış paydaş temsilcilerinin raporları) -İdari personel için düzenlenen törenlerden fotoğraflar ve ilgili belgeler -Mart 2022 Birim içi dış değerlendirme raporu -2021 yılı BİDR'ı.
Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	-Gerçekleştirilen/katılım gösterilen sosyokültürel faaliyetlere ilişkin resmi yazışmalar, haberler ve fotoğraflar.

Yukarıda belirtilen Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünün program çıktılarını sürdürmeyi amaçlayan unsurlarla birlikte;

- 1-Bölüm toplantıları ile birlikte program öğretim amaçları doğrultusunda bölüm eğitim-öğretim faaliyetlerinin sürekli iyileştirilmesi;

- 2-Fakülte komisyonları ile İLEDAK Akreditasyon koşullarının işlevsellik sağlanmasıyla birlikte bölüm kurumsallaşmasının sürdürülmesi;
- 3-Bölüm bünyesindeki dersliklerin, atölyelerin yeni iletişim teknolojilerine adaptasyonunun devam etmesi;
- 4-Sanal eğitim imkânları ile web tabanlı öğretim faaliyetlerinin artırılması;
- 5-Bölüm program çıktılarının; bölüm toplantıları, iç ve dış paydaş görüşleri, mezun öğrenci anketleri değerlendirmeleri doğrultusunda revize edilmesi ve ders bilgi paketlerinin bu çerçevede sürekli güncellenerek aktif tutulması;
- 6-Öğrencilere yönelik sosyal ve kültürel faaliyetlerin, gerek öğrenci kulüpleri aracılığıyla gerekse de fakülte bünyesindeki fiziksel ve sosyal imkânların kullanımıyla artırılması;
- 7-Oluşturulacak mezun bilgi sistemi ile bölümün iç ve dış paydaşlarla etkileşiminin artırılması
- 8- Ulusal/Uluslararası projelerin artırılması amaçlanmaktadır.

Ölçüt 5: Öğretim Programı

5.1 Öğretim Programı (Müfredat)⁹⁴

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü eğitim ve öğretim programını geliştirmek ve uygulamalı eğitim anlayışını yerleştirmek için, değişen ve dönüşen dünyaya ayak uydurma sorumluluğuyla, gerekli alt yapı çalışmalarını sürdürmektedir. Bu yaklaşım öğretim planı aracılığıyla öğrenciyi mesleki kariyerine hazırlamak amacı gütmektedir. Bu bağlamda ülkemizde ve dünyada değişen iletişim eğitimi alan yeterliliklerine uygun bir yol izlenmektedir. Dolayısıyla öğrencilerimizin program amacına ve program çıktılarına uygun bir biçimde eğitimlerini tamamlaması amaçlanmaktadır. Bu hedefe ulaşmada Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü eğitim programı içinde yer alan kuramsal dersler ile uygulama derslerinin dengesi de güdülmektedir.

Bölümümüzce hedeflenen; halkla ilişkiler alanında temel çalışma ve uygulama bilgisine sahip ve bu bilgilerini başkalarına aktarabilen; başta halkla ilişkiler ve reklam ajansları olmak üzere pek çok kurum ve şirkette halkla ilişkiler uzmanı, kurumsal iletişim yöneticisi, sosyal medya uzmanı, insan kaynakları gibi birimlerde göreve alabilecek halkla ilişkiler ve tanıtım mezunu yetiştirmektir.

Bölümümüz öğrencilerine temel olarak alanına dair eleştirel bir bakış açısı kazandırmanın yanı sıra iyi bir uygulayıcı olarak da yetiştirmeyi hedeflemektedir. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü bu amaç doğrultusunda bir ders müfredat uygulamaktadır.

Buna göre öğrenci 1. sınıfta giriş ve temel kavramlar özelliği taşıyan zorunlu dersler alır. İletişim Bilimine Giriş, Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş, Sosyoloji, Reklama Giriş, Kurumsal İletişim Yönetimi, İletişim Kuramları, Halkla İlişkiler Tarihi, Temel Ekonomi Kariyer Planlaması, Siyaset Bilimine Giriş, Yönetim ve Organizasyon ve ERUZEM dersleri gibi dersler aracılığı ile sosyal bilimler alanına ve iletişim alanına dair temel bilgileri edinirler.

İkinci sınıftaki dersler de 1. Sınıftaki gibi zorunludur ancak 2. Sınıf dersleri temel öğretimin dışında daha çok alana yönelik bir içeriğe sahiptir. Özellikle Halkla İlişkiler Kampanyaları ve Reklam ve Tanıtım Kampanyaları dersleri ile 3. sınıfta yapılacak olan halkla ilişkiler ve tanıtım projeleri ile 4. sınıftaki reklam projeleri için öğrencilerde gerekli teorik altyapı oluşturulmaktadır. Bunların dışında, Halkla İlişkiler Stratejileri, Halkla İlişkiler Yazarlığı, Grafik Tasarım Çalışmaları, Reklam ve Tanıtım Kampanyaları, Medya Planlaması, Marka İletişimi ve Yönetimi gibi doğrudan alana yönelik dersler ile 3. Sınıfta seçilecek olan alan içi seçmeli derslere öğrencileri hazırlayarak yönünü tayin etmesini kolaylaştırmak amaçlanmaktadır.

Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I-II dersleri dışında tüm derslerin seçmeli olduğu 3. Sınıfta ise öğrenciler asıl olarak yönelmek ve uzmanlaşmak istediği alana ilişkin almak istediği dersleri seçebilir. Bu seçmeli dersler aracılığıyla öğrenciler, özellikle yöneldikleri alana ilişkin temel formasyona ek olarak detaylı kuramsal ve uygulamalı içeriğe de erişmiş olurlar. Dolayısıyla 3. Sınıf dersleri öğrencilerin hem içinde yaşadıkları toplumu anlamasını kolaylaştıracak hem de onlara mesleki alanda uzmanlaşabilecekleri bir temel sunar. Ayrıca söz konusu seçmeli dersler yalnızca alan içi seçmelilerden oluşmaz; doğrudan alana yönelik olmayan Sosyal ve Kültürel Antropoloji, Türkiye'nin Ekonomik Yapısı, Popüler Kültür, Kültürel İletişim Çalışmaları, Proje Üretim Uygulamaları, İş Sağlığı ve Güvenliği gibi seçmeli dersler de öğrencilerin yaşama ve alan dışına yönelik perspektiflerini geliştirmeleri amaçlanarak müfredata eklenmiştir. Toplamda -güz

⁹⁴ Öğretim programı ile ilgili kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 1, Ek 8, Ek 9, Ek 10.

döneminde 15, bahar döneminde 17 seçmeli ders olmak üzere- 32 adet seçmeli dersin bulunduğu 3. Sınıfta, bölüm öğrencilerinin ve öğretim üyelerinin talepleri doğrultusunda, belirtilen sayının yaklaşık olarak yüzde 70'i oranında seçimlik ders aktif olarak açılır.

4.Sınıfa gelindiğinde ise öğrenciler hem güz hem de bahar döneminde bitirme projesi derslerini zorunlu olarak alırlar. Dış Staj dersi ise 4. Sınıf Güz döneminde yer almaktadır ve zorunludur. Toplamda -güz döneminde 14, bahar döneminde 14 seçmeli ders olmak üzere- 28 adet seçmeli dersin bulunduğu 4. Sınıfta, bölüm öğrencilerinin ve öğretim üyelerinin talepleri doğrultusunda, belirtilen sayının yaklaşık olarak yüzde 80'i oranında seçimlik ders aktif olarak açılır. Yine bu seçmeli dersler arasında da İşaret Dili, Kamu Yönetimi ve Sosyal Politikalar, Medya ve Toplumsal Değişim, Duygusal Zekâ ve İletişim ve Sanat tarihi gibi doğrudan alana yönelik olmayan seçmeli dersler de mevcuttur. Ayrıca öğrenci 3. Sınıftan itibaren alan dışı serbest seçmeli dersleri de üniversite havuzundan alır ancak alan dışı serbest seçmeli dersler zorunlu değildir.

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğretim programı her dönem değerlendirme toplantısı ile ele alınır. Programda yapılacak yenilikler bölüm akademik kurulunda görüşülerek, bölüm kurul kararı ile dekanlığa iletilir. Dekanlık fakülte kurul kararı ile üniversite senatosu onayına sunar. Burada onaylanan değişiklikler uygulanmaya konur.

Tablo 5.1 Lisans Öğretim Programı
[Erciyes Üniversitesi-Halkla İlişkiler ve Tanıtım - Birinci Örgün Öğretim]

Yarıyıl (1-8)	Ders kodu ve ders adı	Kategori (AKTS Kredisi) ¹				
		Alanına uygun temel öğretim	Alanına uygun öğretim ²	Seçmeli Dersler		Diğer
				Alan içi	Alan dışı	
1	HİT 101 İletişim Bilimine Giriş		3			
1	HİT 103 Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş		4			
1	HİT 119 Kurumsal İletişim Yönetimi		2			
1	HİT 121 Siyaset Bilimine Giriş	2				
1	HİT 123 Sosyoloji	2				
1	HİT 125 Reklama Giriş		2			
1	TDE 101 Türk Dili-I ⁹⁵	5				
1	TRH 101 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I	5				
1	YBD 101 Yabancı Dil-I	5				
2	HİT 102 İletişim Kuramları		3			
2	HİT 104 Halkla İlişkiler Tarihi		4			
2	HİT 116 Temel Bilgisayar Kullanımı	2				

⁹⁵ A.I.I.T.-I, Türk Dili-I, Yabancı Dil-I, A.I.I.T.-II, Türk Dili-II ve Yabancı Dil-II dersleri öğrencilerin yükseköğretim formasyonu kazanması için gerekli dersler olduğu için "Alanına Uygun Temel Öğretim" başlığı altında yer verilmiştir.

Yarıyıl (1-8)	Ders kodu ve ders adı	Kategori (AKTS Kredisi) ¹				Diğer
		Alanına uygun temel öğretim	Alanına uygun öğretim ²	Seçmeli Dersler		
				Alan içi	Alan dışı	
2	HİT 122 Kariyer Planlaması	2				
2	HİT 124 Yönetim ve Organizasyon		2			
2	HİT 126 Temel Ekonomi	2				
2	TDE 102 Türk Dili-II	5				
2	TRH 102 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-II	5				
1	YBD 102 Yabancı Dil-II	5				
3	HİT 215 Halkla İlişkiler Kampanyaları		4			
3	HİT 219 Grafik Tasarım Çalışmaları		4			
3	HİT 221 Araştırma Yöntemleri 1	3				
3	HİT 227 Halkla İlişkiler Yazarlığı		4			
3	HİT 229 Bütünleşik Pazarlama İletişimi		3			
3	HİT 231 Kişilerarası İletişim		3			
3	HİT 233 İletişim Tarihi		4			
3	HİT 235 Halkla İlişkiler Stratejileri		4			
3	HİT 237 Girişimcilik	3				
4	HİT 210 Reklam ve Tanıtım Kampanyaları		4			
4	HİT 222 Marka İletişimi ve Yönetimi		3			
4	HİT 224 Mesleki Tasarım Çalışmaları		3			
4	HİT 232 Medya Planlaması		3			
4	HİT 234 Temel Fotoğrafçılık		4			
4	HİT 236 Araştırma Yöntemleri 2	4				
4	HİT 238 Sosyal Psikoloji	3				
4	HİT 240 Felsefe	3				
4	HİT 242 Meslek Etiği		3			
5	HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I		6			
5	HİT 303 Halkla İlişkiler Uygulamaları		4			
5	HİT 355 İş Sağlığı ve Güvenliği	4				
5	HİT 305 Tüketici Davranışı ve Hakları					
5	HİT 311 Reklam Fotoğrafçılığı			4		
5	HİT 321 Radyo Televizyon Reklamcılığı			4		

Yarıyıl (1-8)	Ders kodu ve ders adı	Kategori (AKTS Kredisi) ¹				Diğer
		Alanına uygun temel öğretim	Alanına uygun öğretim ²	Seçmeli Dersler		
				Alan içi	Alan dışı	
5	HİT 323 Dış Tanıtım ve Lobcilik			4		
5	HİT 325 Sponsorluk			4		
5	HİT 329 İletişim ve Toplam Kalite Yönetimi			4		
5	HİT 347 Kitle İletişim Sistemleri			4		
5	HİT 351 Sosyal ve Kültürel Antropoloji			4		
5	HİT 353 Türkiye'nin Ekonomik Yapısı				4	
5	HİT 357 Temel Okuryazarlık Becerileri				4	
5	HİT 361 Kültürlerarası İletişim			4		
5	HİT 343 Dijital Kurgu				4	
5	HİT 363 Örgütsel Davranış			4		
5	HİT 365 Kamera Kullanım Teknikleri				4	
6	HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II		6			
6	HİT 350 Mesleki İngilizce I		4			
6	HİT 304 Propaganda Teknikleri ve Algı			4		
6	HİT 310 İletişim Hukuku			4		
6	HİT 314 Popüler Kültür			4		
6	HİT 320 Veri Analizi				4	
6	HİT 324 Halkla İlişkilerde Risk ve Kriz Yönetimi			4		
6	HİT 326 Bütünleşik Pazarlama İletişimi			4		
6	HİT 330 Siyasal İletişim			4		
6	HİT 334 Reklam Yazarlığı			4		
6	HİT 336 Etkinlik Yönetimi			4		
6	HİT 338 Web Tasarım Yönetimi				4	
6	HİT 340 Kültürel İletişim Çalışmaları			4		
6	HİT 344 Müşteri İlişkileri Yönetimi			4		
6	HİT 348 Reklam Analizleri			4		
6	HİT 352 Etkili ve Güzel Konuşma			4		
6	HİT 356 Dijital İçerik Yönetimi			4		
6	HİT 358 Proje Üretim Uygulamaları			4		

Yarıyıl (1-8)	Ders kodu ve ders adı	Kategori (AKTS Kredisi) ¹				Diğer
		Alanına uygun temel öğretim	Alanına uygun öğretim ²	Seçmeli Dersler		
				Alan içi	Alan dışı	
7	HİT 401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I		5			
7	HİT 447 Dış Staj		5			
7	HİT 459 Mesleki İngilizce II		4			
7	HİT 409 Halkla İlişkilerde Çağdaş Yaklaşımlar			4		
7	HİT 415 Kamu Yönetimi ve Sosyal Politikalar				4	
7	HİT 425 Halkla İlişkilerde Örnek Olay Çözümlemeleri			4		
7	HİT 427 Protokol ve İlişki Yönetimi			4		
7	HİT 431 İletişimin Ekonomi Politikası			4		
7	HİT 433 Görsel İletişim Çalışmaları			4		
7	HİT 435 Uluslararası Halkla İlişkiler			4		
7	HİT 439 Ajans Yönetimi			4		
7	HİT 441 Sektörel Bakışla İletişim			4		
7	HİT 443 İşaret Dili				4	
7	HİT 445 Storyboard Tasarım Çalışmaları			4		
7	HİT 455 Eleştirel Halkla İlişkiler			4		
7	HİT 457 Siyasal Halkla İlişkiler			4		
7	HİT 461 Dijital Reklamcılık			4		
8	HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları II		9			
8	HİT 420 Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik		5			
8	HİT 406 İnsan Kaynakları Yönetimi			4		
8	HİT 408 Modern Yönetim Teknikleri			4		
8	HİT 412 Reklamda Yaratıcı Stratejiler			4		
8	HİT 416 İmaj ve İtibar Yönetimi			4		
8	HİT 418 İletişim Sosyolojisi			4		
8	HİT 422 Medya ve Toplumsal Değişim			4		
8	HİT 424 Tanıtım ve Turizm			4		

Yarıyıl (1-8)	Ders kodu ve ders adı	Kategori (AKTS Kredisi) ¹				
		Alanına uygun temel öğretim	Alanına uygun öğretim ²	Seçmeli Dersler		Diğer
				Alan içi	Alan dışı	
8	HİT 426 Reklamcılık ve Tanıtım Örnek Olay Çözümlenmeleri			4		
8	HİT 432 Duygusal Zekâ ve İletişim			4		
8	HİT 434 Sektörel Bakışla Halkla İlişkiler			4		
8	HİT 436 İnternet Stratejileri ve E-Ticaret			4		
8	HİT 438 Sanat Tarihi				4	
8	HİT 440 Gönüllülük Çalışmaları				4	
	GSB 101 Türk Klasik Müziği Bilgileri ve Koro				2	
	GSB 103 Türk Halk Müziği Bilgileri ve Koro				2	
	GSB 105 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Kanun)				2	
	GSB 107 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Ud)				2	
	GSB 109 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Bağlama)				2	
	GSB 111 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Yan Flüt)				2	
	GSB 113 Dans Eğitimi				2	
	GSB 115 Heykel Atölye (Modelaj)				2	
	GSB 117 Seramik Atölye				2	
	GSB 119 Grafik Tasarımı			2		
	GSB 121 Web Grafikleri Ve Web Tasarımı			2		
	GSB 123 3 Boyutlu Animasyon			2		
	GSB 125 3D Studio Max ile 3 Boyutlu Modelleme				2	
	GSB 127 İllüstrasyon				2	
	GSB 129 Tıbbi Resim				2	
	GSB 131 Karakalem Portre				2	
	GSB 133 Dijital Fotoğrafçılık Yöntem ve Uygulamaları			2		
	GSB 135 Photoshop Programı ile Boyama ve Çizim Yöntemleri			2		
	GSB137 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Piyano)				2	
	GSB139 Hüs-n-ü Hat				2	

Yarıyıl (1-8)	Ders kodu ve ders adı	Kategori (AKTS Kredisi) ¹				Diğer
		Alanına uygun temel öğretim	Alanına uygun öğretim ²	Seçmeli Dersler		
				Alan içi	Alan dışı	
	GSB141 Özgün Baskı Resim Teknikleri-Gravür				2	
	GSB143 Temel Sanat Eğitimi				2	
	GSB145 Sulu Boya Resim Teknikleri				2	
	GSB147 Moda Tasarımı				2	
	GSB149 Temel Grafik Tasarım Uygulamaları			2		
	GSB151 Etkili ve Güzel Konuşma-Diksiyon			2		
	GSB153 Yağlı Boya Resim				2	
	GSB155 Tasavvuf Müziği				2	
	GSB 157 Geleneksel Türk Sanatı ve Estetiği				2	
	GSB 159 Kültür ve Sanat Yorumlamaları				2	
	GSB 161 Dünya Kültür ve Mitolojileri				2	
	GSB 163 Ebru Sanatına giriş				2	
	GSB 165 Sanat ve Çevre				2	
	GSB 167 Sanatın Dili				2	
	GSB 169 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Keman)				2	
	GSB 171 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Gitar)				2	
	GSB 173 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Ney)				2	
	GSB 175 Türk Resim ve Heykel Tarihi				2	
	GSB 177 19. Yüzyıl ve Sonrası Avrupa Sanatı				2	
	GSB 179 Tezhip				2	
	GSB 181 Türk Halk Dansları				2	
	GSB 183 Takı Tasarımı				2	
	GSB 185 Karikatür				2	
	GSB 187 Drama				2	
	GSB 189 Minyatür				2	
	GSB 191 Osmanlı Türkçesi (İmla)				2	
	GSB 193 Osmanlı Türkçesinde Kolay Metinler				2	

Yarıyıl (1-8)	Ders kodu ve ders adı	Kategori (AKTS Kredisi) ¹				Diğer
		Alanına uygun temel öğretim	Alanına uygun öğretim ²	Seçmeli Dersler		
				Alan içi	Alan dışı	
	GSB 195 Osmanlı Türkçesinde Arşiv (Edebi Metinler)				2	
	GSB 197 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Şan)				2	
	GSB 199 Popüler Kültür, İletişim ve Sanat			2		
	GSB 201 İletişim			2		
	GSB 203 Video Kurgu (Dijital Kurgu)			2		
	GSB 205 Film Yapım Yönetim			2		
	GSB 207 Senaryo			2		
	GSB 209 Sinemada Ses ve Müzik			2		
	GSB 211 Kısa Film			2		
	GSB 213 Kısa Film Uygulamaları			2		
	GSB 215 Uygulamalı Fotoğrafçılık			2		
	GSB 217 Kamera Aydınlatma ve Görüntü Yönetmenliği			2		
	GSB 219 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Tanbur)				2	
	GSB 221 Tiyatro Eğitimi				2	
	GSB 223 Sanat Terapileri				2	
	GSB 225 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Klasik Kemençe)				2	
	GSB 227 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Kabak Kemane)				2	
	GSB 229 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Violonsel)				2	
	GSB231 Çini Sanatı				2	
	GSB233 Geleneksel Türk Desenleri				2	
	GSB237 Yoga ve Yaratıcı Beden				2	
PROGRAMDAKİ TOPLAMLAR ³		60	114	222	142	
MEZUNİYET İÇİN GENEL TOPLAM		240	%25	%47,5	%27,5	
TOPLAMLARIN GENEL TOPLAMDAKİ YÜZDESİ		%11,15	%21,18	%41,26	%26,39	
Toplamlar bu satırlardan en az birini sağlamalıdır	En düşük AKTS kredisi	60	90	60		
	En düşük yüzde	% 25	% 37,5	%25		

5.2 Öğretim Programının İçeriği

Doldurulması istenilen Tablo 5.2, Tablo 5.3 ve Tablo 5.4 aşağıdadır.

Tablo 5.2 Yarıyılar Temelinde Ders Planı

2021/2022 AKADEMİK YILI DERS PLANI ^{1,2}										
I. YARIYIL / GÜZ					II. YARIYIL / BAHAR					
DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati ³			AKT S	DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati			AKT S	
	T	U	L			T	U	L		
HİT 101 İletişim Bilimine Giriş (Zorunlu)	3	0	0	3	HİT 102 İletişim Kuramları (Zorunlu)	3	0	0	3	
HİT 103 Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş (Zorunlu)	3	0	0	4	HİT 104 Halkla İlişkiler Tarihi (Zorunlu)	3	0	0	4	
HİT 119 Kurumsal İletişim Yönetimi (Zorunlu)	2	0	0	2	HİT 116 Temel Bilgisayar Kullanımı (Zorunlu)	2	0	0	2	
HİT 121 Siyaset Bilimine Giriş (Zorunlu)	2	0	0	2	HİT 122 Kariyer Planlaması (Zorunlu)	1	0	0	2	
HİT 123 Sosyoloji (Zorunlu)	2	0	0	2	HİT 124 Yönetim ve Organizasyon (Zorunlu)	2	0	0	2	
HİT 125 Reklama Giriş (Zorunlu)	2	0	0	2	HİT 126 Temel Ekonomi (Zorunlu)	2	0	0	2	
TDE 101 Türk Dili-I (Zorunlu)	2	0	0	5	TDE 102 Türk Dili-II (Zorunlu)	2	0	0	5	
TRH 101 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I (Zorunlu)	2	0	0	5	TRH 102 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-II (Zorunlu)	2	0	0	5	
YBD 101 Yabancı Dil-I (Zorunlu)	2	0	0	5	YBD 102 Yabancı Dil-II (Zorunlu)	2	0	0	5	
Toplam Kredi				30	Toplam Kredi				30	
III. YARIYIL / GÜZ					IV. YARIYIL / BAHAR					
DERSİN ADI	Haftalık ders saati			AKT S	DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati			AKT S	
	T	U	L			T	U	L		

HİT 215 Halkla İlişkiler Kampanyaları (Zorunlu)	2	0	0	4	HİT 210 Reklam ve Tanıtım Kampanyaları (Zorunlu)	2	0	0	4
HİT 219 Grafik Tasarım Çalışmaları (Zorunlu)	2	0	0	4	HİT 222 Marka İletişimi ve Yönetimi (Zorunlu)	2	0	0	3
HİT 221 Araştırma Yöntemleri 1 (Zorunlu)	2	0	0	3	HİT 224 Mesleki Tasarım Çalışmaları (Zorunlu)	2	0	0	3
HİT 227 Halkla İlişkiler Yazarlığı (Zorunlu)	2	0	0	4	HİT 232 Medya Planlaması (Zorunlu)	2	0	0	3
HİT 229 Bütünleşik Pazarlama İletişimi (Zorunlu)	2	0	0	3	HİT 234 Temel Fotoğrafçılık (Zorunlu)	2	0	0	4
HİT 231 Kişilerarası İletişim (Zorunlu)	2	0	0	3	HİT 236 Araştırma Yöntemleri 2 (Zorunlu)	3	0	0	4
HİT 233 İletişim Tarihi (Zorunlu)	2	0	0	3	HİT 238 Sosyal Psikoloji	2	0	0	3
HİT 235 Halkla İlişkiler Stratejileri (Zorunlu)	2	0	0	3	HİT 240 Felsefe	2	0	0	3
HİT 237 Girişimcilik (Zorunlu)	2	0	0	3	HİT 242 Meslek Etiği	2	0	0	3
Toplam Kredi				30	Toplam Kredi				30
V. YARIYIL / GÜZ					VI. YARIYIL / BAHAR				
DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati			AKT S	DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati			AKT S
	T	U	L			T	U	L	
HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (Zorunlu)	2	1	0	6	HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (Zorunlu)	2	1	0	6
HİT 355 İş Sağlığı ve Güvenliği (Zorunlu)	2	0	0	4	HİT 350 Mesleki İngilizce I (Zorunlu)	3	0	0	4
HİT 303 Halkla İlişkiler Uygulamaları (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 304 Propaganda Teknikleri ve Algı (Seçmeli)	2	0	0	4

HİT 305 Tüketici Davranışı ve Hakları (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 310 İletişim Hukuku (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 311 Reklam Fotoğrafçılığı (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 314 Popüler Kültür (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 321 Radyo Televizyon Reklamcılığı (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 320 Veri Analizi (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 323 Dış Tanıtım ve Lobicilik (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 324 Halkla İlişkilerde Risk ve Kriz Yönetimi (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 325 Sponsorluk (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 330 Siyasal İletişim (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 329 İletişim ve Toplam Kalite Yönetimi (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 334 Reklam Yazarlığı (Seçmeli)	2	0	0	4
					HİT 336 Etkinlik Yönetimi (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 347 Kitle İletişim Sistemleri (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 338 Web Tasarım Yönetimi (Seçmeli)	1	1	0	4
HİT 351 Sosyal Ve Kültürel Antropoloji (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 340 Kültürel İletişim Çalışmaları (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 353 Türkiye'nin Ekonomik Yapısı (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 344 Müşteri İlişkileri Yönetimi (Seçmeli)	1	1	0	4
HİT 355 İş Sağlığı ve Güvenliği (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 348 Reklam Analizleri (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 357 Temel Okuryazarlık Becerileri (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 352 Etkili ve Güzel Konuşma (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 343 Dijital Kurgu (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 354 Medya Okuryazarlığı (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 361 Kültürlerarası İletişim (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 356 Dijital İçerik Yönetimi (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 365 Kamera Kullanım Teknikleri (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 358 Proje Üretim Uygulamaları (Seçmeli)	2	0	0	4
					HİT 326 Bütünleşik Pazarlama İletişimi (Seçmeli)	2	0	0	4
Toplam Kredi				30	Toplam Kredi				30

VII. YARIYIL / GÜZ					VIII. YARIYIL / BAHAR				
DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati			AKT S	DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati			AKT S
	T	U	L			T	U	L	
HİT 401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I (Zorunlu)	2	1	0	5	HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları II (Zorunlu)	2	1	0	9
HİT 447 Dış Staj (Zorunlu)	2	0	0	5	HİT 420 Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik (Zorunlu)	2	0	0	5
HİT 459 Mesleki İngilizce II (Zorunlu)	3	0	0	4	HİT 406 İnsan Kaynakları Yönetimi (Seçmeli)				
HİT 409 Halkla İlişkilerde Çağdaş Yaklaşımlar (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 408 Modern Yönetim Teknikleri (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 415 Kamu Yönetimi ve Sosyal Politikalar (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 412 Reklamda Yaratıcı Stratejiler (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 425 Halkla İlişkilerde Örnek Olay Çözümlenmeleri (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 416 İmaj ve İtibar Yönetimi (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 427 Protokol ve İlişki Yönetimi (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 418 İletişim Sosyolojisi (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 431 İletişimin Ekonomi Politikası (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 422 Medya ve Toplumsal Değişim (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 433 Görsel İletişim Çalışmaları (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 424 Tanıtım ve Turizm (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 435 Uluslararası Halkla İlişkiler (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 426 Reklamcılık ve Tanıtım Örnek Olay Çözümlenmeleri (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 439 Ajans Yönetimi (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 428 Halkla İlişkiler ve Etik (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 441 Sektörel Bakışla İletişim (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 432 Duygusal Zekâ ve İletişim (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 443 İşaret Dili (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 434 Sektörel Bakışla Halkla İlişkiler (Seçmeli)	2	0	0	4

HİT 445 Storyboard Tasarım Çalışmaları (Seçmeli)	1	1	0	4	HİT 436 İnternet Stratejileri ve E-Ticaret (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 455 Eleştirel Halkla İlişkiler (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 438 Sanat Tarihi (Seçmeli)	2	0	0	4
HİT 457 Siyasal Halkla İlişkiler (Seçmeli)	2	0	0	4	HİT 440 Gönüllülük Çalışmaları	2	0	0	4
HİT 461 Dijital Reklamcılık	2	0	0	4					
Toplam Kredi				30	Toplam Kredi				30

Tablo 5.3 Yarıyıl Temelinde Sunulan Seçmeli Dersler
(Her yarıyıl için yeteri kadar satır eklenebilir)

I. YARIYIL /GÜZ						
DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati ¹			AKTS	ALAN İÇİ (Evet/Hayır)	ALAN DIŞI (Evet/Hayır)
	T	U	L			
Toplam Kredi						

II. YARIYIL /BAHAR						
DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati ¹			AKTS	ALAN İÇİ (Evet/Hayır)	ALAN DIŞI (Evet/Hayır)
	T	U	L			
Toplam Kredi						

III. YARIYIL /GÜZ						
DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati ¹			AKTS	ALAN İÇİ (Evet/Hayır)	ALAN DIŞI (Evet/Hayır)
	T	U	L			
Toplam Kredi						

IV. YARIYIL /BAHAR						
DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati ¹			AKTS	ALAN İÇİ (Evet/Hayır)	ALAN DIŞI (Evet/Hayır)
	T	U	L			
Toplam Kredi						

V. YARIYIL /GÜZ						
DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati ¹			AKTS	ALAN İÇİ (Evet/Hayır)	ALAN DIŞI (Evet/Hayır)
	T	U	L			
HİT 303 Halkla İlişkiler Uygulamaları (Seçmeli)	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 305 Tüketici Davranışı ve Hakları (Seçmeli)	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 311 Reklam Fotoğrafçılığı (Seçmeli)	2	0	0	4	Evet	Hayır

HİT 321 Radyo Televizyon Reklamcılığı (Seçmeli)	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 323 Dış Tanıtım ve Lobcilik (Seçmeli)	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 325 Sponsorluk (Seçmeli)	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 329 İletişim ve Toplam Kalite Yönetimi (Seçmeli)	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 347 Kitle İletişim Sistemleri (Seçmeli)	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 351 Sosyal Ve Kültürel Antropoloji (Seçmeli)	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 353 Türkiye'nin Ekonomik Yapısı (Seçmeli)	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 357 Temel Okuryazarlık Becerileri (Seçmeli)	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 343 Dijital Kurgu (Seçmeli)	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 361 Kültürlerarası İletişim	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 365 Kamera Kullanım Teknikleri (Seçmeli)	2	0	0	4	Evet	Hayır
Toplam Kredi				20		

VI. YARIYIL /BAHAR						
DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati¹			AKTS	ALAN İÇİ (Evet/Hayır)	ALAN DIŞI (Evet/Hayır)
	T	U	L			
HİT 304 Propaganda Teknikleri ve Algı	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 310 İletişim Hukuku	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 314 Popüler Kültür	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 320 Veri Analizi	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 324 Halkla İlişkilerde Risk ve Kriz Yönetimi	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 326 Bütünleşik Pazarlama İletişimi	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 330 Siyasal İletişim	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 334 Reklam Yazarlığı	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 336 Etkinlik Yönetimi	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 338 Web Tasarım Yönetimi	1	1	0	4	Evet	Hayır
HİT 340 Kültürel İletişim Çalışmaları	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 344 Müşteri İlişkileri Yönetimi	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 348 Reklam Analizleri	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 356 Dijital İçerik Yönetimi	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 358 Proje Üretim Uygulamaları	2	0	0	4	Evet	Hayır
Toplam Kredi				20		

VII. YARIYIL /GÜZ						
DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati¹			AKTS	ALAN İÇİ (Evet/Hayır)	ALAN DIŞI (Evet/Hayır)

	T	U	L			
HİT 409 Halkla İlişkilerde Çağdaş Yaklaşımlar	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 415 Kamu Yönetimi ve Sosyal Politikalar	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 425 Halkla İlişkilerde Örnek Olay Çözümlenmeleri	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 427 Protokol ve İlişki Yönetimi	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 431 İletişimin Ekonomi Politikası	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 433 Görsel İletişim Çalışmaları	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 435 Uluslararası Halkla İlişkiler	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 439 Ajans Yönetimi	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 441 Sektörel Bakışla İletişim	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 443 İşaret Dili	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 445 Storyboard Tasarım Çalışmaları	1	1	0	4	Evet	Hayır
HİT 455 Eleştirel Halkla İlişkiler	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 457 Siyasal Halkla İlişkiler	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 461 Dijital Reklamcılık	2	0	0	4	Evet	Hayır
Toplam Kredi				16		

VIII. YARIYIL /BAHAR						
DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati¹			AKTS	ALAN İÇİ (Evet/Hayır)	ALAN DIŞI (Evet/Hayır)
	T	U	L			
HİT 406 İnsan Kaynakları Yönetimi	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 408 Modern Yönetim Teknikleri	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 412 Reklamda Yaratıcı Stratejiler	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 416 İmaj ve İtibar Yönetimi	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 418 İletişim Sosyolojisi	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 422 Medya ve Toplumsal Değişim	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 424 Tanıtım ve Turizm	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 426 Reklamcılık ve Tanıtım Örnek Olay Çözümlenmeleri	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 432 Duygusal Zeka ve İletişim	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 434 Sektörel Bakışla Halkla İlişkiler	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 436 İnternet Stratejileri ve E-Ticaret	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 438 Sanat Tarihi	2	0	0	4	Evet	Hayır
HİT 440 Gönüllülük Çalışmaları	2	0	0	4	Evet	Hayır
Toplam Kredi				16		

¹T: Teorik, U: Uygulama (proje, alan çalışması, tartışma, ürün vb.),
L: Laboratuvar (Stüdyo / atölye)

Tablo 5.3.1 Birim/Fakülte Dışından Alınan Serbest Seçmeli Dersler

DERSİN KODU ve ADI	Haftalık ders saati			AKTS	ALAN İÇİ (Evet/Hayır)	ALAN DIŞI (Evet/Hayır)
	T	U	L			
GSB 101 Türk Klasik Müziği Bilgileri ve Koro	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 103 Türk Halk Müziği Bilgileri ve Koro	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 105 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Kanun)	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 107 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Ud)	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 109 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Bağlama)	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 111 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Yan Flüt)	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 113 Dans Eğitimi	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 115 Heykel Atölye (Modelaj)	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 117 Seramik Atölye	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 119 Grafik Tasarımı	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 121 Web Grafikleri ve Web Tasarımı	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 123 3 Boyutlu Animasyon	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 125 3D Studio Max ile 3 Boyutlu Modelleme	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 127 İllüstrasyon	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 129 Tıbbi Resim	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 131 Karakalem Portre	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 133 Dijital Fotoğrafçılık Yöntem ve Uygulamaları	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 135 Photoshop Programı ile Boyama ve Çizim Yöntemleri	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB137 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Piyano)	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB139 Hüsn-ü Hat	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB141 Özgün Baskı Resim Teknikleri-Gravür	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB143 Temel Sanat Eğitimi	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB145 Sulu Boya Resim Teknikleri	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB147 Moda Tasarımı	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB149 Temel Grafik Tasarım Uygulamaları	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB151 Etkili ve Güzel Konuşma-Diksiyon	2	0	0	2	Evet	Hayır

GSB153 Yağlı Boya Resim	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB155 Tasavvuf Müziği	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 157 Geleneksel Türk Sanatı ve Estetiği	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 159 Kültür ve Sanat Yorumlamaları	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 161 Dünya Kültür ve Mitolojileri	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 163 Ebru Sanatına giriş	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 165 Sanat ve Çevre	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 167 Sanatın Dili	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 169 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Keman)	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 171 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Gitar)	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 173 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Ney)	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 175 Türk Resim ve Heykel Tarihi	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 177 19. Yüzyıl ve Sonrası Avrupa Sanatı	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 179 Tezhip	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 181 Türk Halk Dansları	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 183 Takı Tasarımı	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 185 Karikatür	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 187 Drama	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 189 Minyatür	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 191 Osmanlı Türkçesi (İmla)	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 193 Osmanlı Türkçesinde Kolay Metinler	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 195 Osmanlı Türkçesinde Arşiv (Edebi Metinler)	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 197 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Şan)	2	0	0	2	Hayır	Evet
GSB 199 Popüler Kültür, İletişim ve Sanat	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 201 İletişim	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 203 Video Kurgu (Dijital Kurgu)	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 205 Film Yapım Yönetim	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 207 Senaryo	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 209 Sinemada Ses ve Müzik	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 211 Kısa Film	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 213 Kısa Film Uygulamaları	2	0	0	2	Evet	Hayır
GSB 215 Uygulamalı Fotoğrafçılık	2	0	0	2	Evet	Hayır

GBS 217 Kamera Aydınlatma ve Görüntü Yönetmenliği	2	0	0	2	Evêt	Hayır
GBS 219 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Tanbur)	2	0	0	2	Hayır	Evêt
GBS 221 Tiyatro Eğitimi	2	0	0	2	Hayır	Evêt
GBS 223 Sanat Terapileri	2	0	0	2	Hayır	Evêt
GBS 225 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Klasik Kemeñçe)	2	0	0	2	Hayır	Evêt
GBS 227 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Kabak Kemane)	2	0	0	2	Hayır	Evêt
GBS 229 Bireysel Çalgı Öğrenimi (Violonsel)	2	0	0	2	Hayır	Evêt
GSB231 Çini Sanatı	2	0	0	2	Hayır	Evêt
GSB233 Geleneksel Türk Desenleri	2	0	0	2	Hayır	Evêt
GSB237 Yoga ve Yaratıcı Beden	2	0	0	2	Hayır	Evêt
Toplam Kredi				-		

Tablo 5.4 Dersler ve Öğrenci Sayıları
[Erciyes Üniversitesi-Halkla İlişkiler ve Tanıtım-Birinci Örgün Öğretim]

Dersin kodu	Dersin adı	Mevcut yılda açılan grup sayısı	Grupların ortalama öğrenci sayısı	Ders saati				AK TS
				Teorik	Uygulama	Laboratuar	Diğer	
HİT 101	İletişim Bilimine Giriş	1	102	3	0	0	0	3
HİT 103	Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş	1	99	3	0	0	0	4
HİT 119	Kurumsal İletişim Yönetimi	1	89	2	0	0	0	2
HİT121	Siyaset Bilimine Giriş	1	92	2	0	0	0	2
HİT123	Sosyoloji	1	91	2	0	0	0	2
HİT125	Reklama Giriş	1	89					
TDE101	Türk Dili-I	1	159	2	0	0	0	5
TRH101	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I	1	181	2	0	0	0	5
YBD101	Yabancı Dil-I	1	185	2	0	0	0	5
HİT 102	İletişim Kuramları	1	115	3	0	0	0	3
HİT 104	Halkla İlişkiler Tarihi	1	108	3	0	0	0	4
HİT 122	Kariyer Planlaması	1	82	1	0	0	0	2
HİT 116	Temel Bilgisayar Kullanımı	1	80	2	0	0	0	2
HİT 124	YÖNETİM VE ORGANİZASYON	1	82	2	0	0	0	2
HİT 126	TEMEL EKONOMİ	1	82	2	0	0	0	2

TDE102	Türk Dili-II	1	161	2	0	0	0	5
TRH102	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-II	1	181	2	0	0	0	5
YBD102	Yabancı Dil-II	1	187	2	0	0	0	5
HİT 215	Halkla İlişkiler Kampanyaları	1	101	2	0	0	0	5
HİT 219	Grafik Tasarım Çalışmaları	1	98	2	0	0	0	4
HİT 221	Araştırma Yöntemleri 1	1	103	2	0	0	0	3
HİT 227	Halkla İlişkiler Yazarlığı	1	96	2	0	0	0	4
HİT 229	Bütünleşik Pazarlama İletişimi	1	97	2	0	0	0	3
HİT 231	Kişilerarası İletişim	1	101	2	0	0	0	4
HİT 233	İletişim Tarihi	1	100	2	0	0	0	4
HİT 235	Halkla İlişkiler Stratejileri	1	102	2	0	0	0	5
HİT 237	Girişimcilik	1	92	2	0	0	0	3
HİT 210	Reklam ve Tanıtım Kampanyaları	1	97	2	0	0	0	4
HİT 222	Marka İletişimi ve Yönetimi	1	97	2	0	0	0	4
HİT 224	Mesleki Tasarım Çalışmaları	1	107	2	0	0	0	3
HİT 230	Medya Okuryazarlığı	1	87	2	0	0	0	4
HİT 232	Medya Planlaması	1	97	2	0	0	0	4
HİT 234	Temel Fotoğrafçılık	1	98	2	0	0	0	4
HİT 236	Araştırma Yöntemleri 2	2	104	2	0	0	0	4
HİT 242	Meslek Etiği	1	89	2	0	0	0	3
HİT 240	Felsefe	1	88	2	0	0	0	3
HİT 301	Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I	4	19	2	1	0	0	6
HİT 303	Halkla İlişkiler Uygulamaları	1	Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 305	Tüketici Davranışı ve Hakları	1	54	2	0	0	0	4
HİT 311	Reklam Fotoğrafçılığı	1	Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 321	Radyo Televizyon Reklamcılığı		Açılmadı	2	0	0		4
HİT 323	Dış Tanıtım ve Lobcilik	1	52	2	0	0	0	4
HİT 325	Sponsorluk	1	54	2	0	0	0	4
HİT 329	İletişim ve Toplam Kalite Yönetimi		49	2	0	0	0	4
HİT 347	Kitle İletişim Sistemleri	1	Açılmadı	2	0	0		4
HİT 351	Sosyal ve Kültürel Antropoloji	1	20	2	0	0	0	4

HİT 353	Türkiye'nin Ekonomik Yapısı		22	2	0	0	0	4
HİT 355	İş Sağlığı ve Güvenliği		75	2	0	0	0	4
HİT 357	Temel Okuryazarlık Becerileri		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 343	Dijital Kurgu		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 302	Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II	4	19	2	1	0	0	6
HİT 304	Propaganda Teknikleri ve Algı	1	52	2	0	0	0	4
HİT 310	İletişim Hukuku	1	55	2	0	0	0	4
HİT 314	Popüler Kültür	1	40	2	0	0	0	4
HİT 320	Veri Analizi		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 324	Halkla İlişkilerde Risk ve Kriz Yönetimi	1	45	2	0	0	0	4
HİT 326	Bütünleşik Pazarlama İletişimi	1	Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 330	Siyasal İletişim	1	24	2	0	0	0	4
HİT 334	Reklam Yazarılığı	1	60	2	0	0	0	4
HİT 336	Etkinlik Yönetimi	1	25	2	0	0	0	4
HİT 338	Web Tasarım Yönetimi		Açılmadı	1	1	0	0	4
HİT 340	Kültürel İletişim Çalışmaları		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 344	Müşteri İlişkileri Yönetimi		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 348	Reklam Analizleri	1	51	2	0	0	0	4
HİT 350	Mesleki İngilizce I		Açılmadı	3	0	0	0	4
HİT 401	Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I	4	23	3	0	0	0	8
HİT 447	Dış Staj			0	0	0	2	4
HİT 409	Halkla İlişkilerde Çağdaş Yaklaşımlar	1	23	2	0	0	0	4
HİT 415	Kamu Yönetimi ve Sosyal Politikalar		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 425	Halkla İlişkilerde Örnek Olay Çözümlenmeleri	1	Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 427	Protokol ve İlişki Yönetimi	1	51	2	0	0	0	4
HİT 431	İletişimin Ekonomi Polisiği		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 433	Görsel İletişim Çalışmaları		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 435	Uluslararası Halkla İlişkiler	1	51	2	0	0	0	4
HİT 439	Ajans Yönetimi		Açılmadı	2	0	0	0	4

HİT 441	Sektörel Bakışla İletişim	1	37	2	0	0	0	4
HİT 443	İşaret Dili	1	74	2	0	0	0	4
HİT 445	Storyboard Tasarım Çalışmaları		Açılmadı	1	1	0	0	4
HİT 455	Eleştirel Halkla İlişkiler		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 457	Siyasal Halkla İlişkiler	1	47	2	0	0	0	4
HİT 459	Mesleki İngilizce II	1	81	3	0	0	0	4
HİT 402	Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları II	4	23	3	0	0	0	10
HİT 406	İnsan Kaynakları Yönetimi		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 408	Modern Yönetim Teknikleri		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 412	Reklamda Yaratıcı Stratejiler	1	62	2	0	0	0	4
HİT 416	İmaj ve İtibar Yönetimi	1	25	2	0	0	0	4
HİT 418	İletişim Sosyolojisi		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 420	Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik	1	64	2	0	0	0	4
HİT 422	Medya ve Toplumsal Değişim	1	28	2	0	0	0	4
HİT 424	Tanıtım ve Turizm	1	54	2	0	0	0	4
HİT 426	Reklamcılık ve Tanıtım Örnek Olay Çözümlenmeleri		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 432	Duygusal Zeka ve İletişim		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 434	Sektörel Bakışla Halkla İlişkiler	1	51	2	0	0	0	4
HİT 436	İnternet Stratejileri ve E-Ticaret	1	19	2	0	0	0	4
HİT 438	Sanat Tarihi		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 408	Modern Yönetim Teknikleri		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 412	Reklamda Yaratıcı Stratejiler		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 416	İmaj ve İtibar Yönetimi	1	25	2	0	0	0	4
HİT 418	İletişim Sosyolojisi		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 438	Sanat Tarihi		Açılmadı	2	0	0	0	4
HİT 440	Gönüllülük Çalışmaları	1	25	2	0	0	0	4

5.3 Öğretim Programı Uygulama Yöntemi⁹⁶

Erciyes Üniversitesi-İletişim Fakültesi-Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü -Eğitim planının uygulanmasında derse dayalı öğretim yöntemi kullanılmaktadır. İlgili yarıyıllarda ilgili dersler öğrencilere verilmekte ve bu derslerle ilgili başarıları ölçülerek öğrencilerin başarılı veya başarısız oldukları, başarılı iseler başarı dereceleri belirlenmektedir. Öğrenciler lisans programındaki dersleri dönem sırasına göre alırlar. 1. Sınıfta ağırlıklı olarak genel formasyon dersleri yer alır. Genel formasyon dışındaki dersler ise giriş ve temel kavramlar özelliği taşıyan derslerdir. Öğrenciler 1. ve 2. Sınıf müfredatındaki bütün dersleri almak zorundadır. Bu dersler yüz ve iki yüz kodlu derslerdir. 3. ve 4. Sınıf müfredatındaki derslerin büyük çoğunluğu seçmeli olmakla birlikte bu sınıflarda da öğrencilerin doğrudan alana ilişkin bilgi ve becerilerini geliştirmelerini sağlayan ve alana ilişkin uygulama deneyimlerine büyük oranda katkı sağlayan az sayıda zorunlu ders bulunmaktadır. Güz yarıyılındaki derslerin kodları tek sayı ile bahar yarıyılındaki derslerin kodları ise çift sayı ile biter. Öğrenci 1. Sınıfta güz ve bahar yarıyıllarında belirtilen zorunlu derslerin tümünü (dönem başına 30 AKTS zorunlu ders) almak zorundadır. Her ders için eğitim öğretim programı EK1.1 Ders Bilgi Paketi'ndeki ders plan detaylarında mevcuttur.

1.sınıf dersleri şunlardır:

Dönem	1.Sınıf Güz Yarıyılı
1	HİT 101 İletişim Bilimine Giriş
1	HİT 103 Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş
1	HİT 119 Kurumsal İletişim Yönetimi
1	HİT 121 Siyaset Bilimine Giriş
1	HİT 123 Sosyoloji
1	HİT 125 Reklama Giriş
1	TDE 101 Türk Dili-I
1	TRH 101 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-I
1	YBD 101 Yabancı Dil-I
Dönem	1.Sınıf Bahar Yarıyılı
2	HİT 102 İletişim Kuramları
2	HİT 104 Halkla İlişkiler Tarihi
2	HİT 116 Temel Bilgisayar Kullanımı
2	HİT 122 Kariyer Planlaması
2	HİT 124 Yönetim ve Organizasyon
2	HİT 126 Temel Ekonomi
2	TDE 102 Türk Dili-II
2	TRH 102 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi-II
2	YBD 102 Yabancı Dil-II

2.Sınıf müfredatındaki derslerin tümü, 1. Sınıf derslerinde olduğu gibi, zorunlu ders kategorisindedir. Bu dersler içerisinde genel formasyon derslerinin yanı sıra mesleki uygulama dersleri de mevcuttur. Öğrenci 2. Sınıfta güz ve bahar yarıyıllarında belirtilen zorunlu derslerin tümünü (dönem başına 30 AKTS zorunlu ders) almak zorundadırlar. 2. Sınıf güz yarıyılındaki derslerin kodları tek sayı ile bahar yarıyılındaki derslerin kodları ise çift sayı ile biter.

⁹⁶ Öğretim programı uygulama yöntemine ilişkin kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 10, Ek 15, Ek 20, Ek 27, Ek 32, Ek 33, Ek 36, Ek 37, Ek 38.

2. Sınıf dersleri şunlardır:

Dönem	1.Sınıf Güz Yarıyılı
3	HİT 215 Halkla İlişkiler Kampanyaları
3	HİT 219 Grafik Tasarım Çalışmaları
3	HİT 221 Araştırma Yöntemleri 1
3	HİT 227 Halkla İlişkiler Yazarlığı
3	HİT 229 Bütünleşik Pazarlama İletişimi
3	HİT 231 Kişilerarası İletişim
3	HİT 233 İletişim Tarihi
3	HİT 235 Halkla İlişkiler Stratejileri
3	HİT 237 Girişimcilik
Dönem	2. Sınıf Bahar Yarıyılı
4	HİT 210 Reklam ve Tanıtım Kampanyaları
4	HİT 222 Marka İletişimi ve Yönetimi
4	HİT 224 Mesleki Tasarım Çalışmaları
4	HİT 232 Medya Planlaması
4	HİT 234 Temel Fotoğrafçılık
4	HİT 236 Araştırma Yöntemleri 2
4	HİT 238 Sosyal Psikoloji
4	HİT 240 Felsefe
4	HİT 242 Meslek Etiği

3. sınıfta öğrencilerin kendilerini belirli bir alanda uzmanlaştırmaya başlaması beklenir. Bu sınıflardaki zorunlu dersler de ağırlıklı olarak alan içi derslerdir ve uygulama ağırlıklıdır. 3. Sınıf dersleri üç yüz kodlu derslerdir. Öğrenciler 3. Sınıfın her iki döneminde de aşağıdaki tabloda belirtilen 6 AKTS'lik dönem zorunlu dersini ve 24 AKTS'lik dönem seçmeli derslerini alırlar. 3. Sınıf güz yarıyılındaki derslerin kodları tek sayı ile bahar yarıyılındaki derslerin kodları ise çift sayı ile biter.

3. Sınıf dersleri şunlardır:

Dönem	1.Sınıf Güz Yarıyılı Zorunlu Dersleri
5	HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım
5	HİT 355 İş Sağlığı ve Güvenliği
Dönem	3. Sınıf Güz Yarıyılı Seçmeli Dersleri
5	HİT 303 Halkla İlişkiler Uygulamaları
5	HİT 355 İş Sağlığı ve Güvenliği
5	HİT 305 Tüketici Davranışı ve Hakları
5	HİT 311 Reklam Fotoğrafçılığı
5	HİT 321 Radyo Televizyon Reklamcılığı
5	HİT 323 Dış Tanıtım ve Lobicilik
5	HİT 325 Sponsorluk
5	HİT 329 İletişim ve Toplam Kalite Yönetimi
5	HİT 347 Kitle İletişim Sistemleri
5	HİT 351 Sosyal ve Kültürel Antropoloji
5	HİT 353 Türkiye'nin Ekonomik Yapısı
5	HİT 357 Temel Okuryazarlık Becerileri
5	HİT 361 Kültürlerarası İletişim

5	HİT 343 Dijital Kurgu
5	HİT 365 Kamera Kullanım Teknikleri
Dönem	3. Sınıf Bahar Yarıyılı Zorunlu Dersleri
6	HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II
6	HİT 350 Mesleki İngilizce I
Dönem	3. Sınıf Bahar Yarıyılı Seçmeli Dersleri
6	HİT 304 Propaganda Teknikleri ve Algı
6	HİT 310 İletişim Hukuku
6	HİT 314 Popüler Kültür
6	HİT 320 Veri Analizi
6	HİT 324 Halkla İlişkilerde Risk ve Kriz Yönetimi
6	HİT 326 Bütünleşik Pazarlama İletişimi
6	HİT 330 Siyasal İletişim
6	HİT 334 Reklam Yazarlığı
6	HİT 336 Etkinlik Yönetimi
6	HİT 338 Web Tasarım Yönetimi
6	HİT 340 Kültürel İletişim Çalışmaları
6	HİT 344 Müşteri İlişkileri Yönetimi
6	HİT 348 Reklam Analizleri
6	HİT 356 Dijital İçerik Yönetimi
6	HİT 358 Proje Üretim Uygulamaları

4. sınıftaki zorunlu dersler, öğrencilerin bu yıla kadar edindiği bilgi ve becerilerini bitirme projeleriyle ortaya koymalarını sağlayan Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I-II dersleri ile staj dönemlerinin değerlendirilmesinden oluşur. Ayrıca öğrenciler hem 7. yarıyılıda hem de 8. yarıyılıda 20 AKTS'lik seçmeli ders almak zorundadırlar. 4. Sınıf dersleri dört yüz kodlu derslerdir. 4. Sınıf güz yarıyılındaki derslerin kodları tek sayı ile bahar yarıyılındaki derslerin kodları ise çift sayı ile biter. Öğrenciler 8. yarıyılın sonunda mezuniyet koşulu olarak 240 AKTS'yi tamamlamak zorundadır. Öğrenciler 3. ve 4. Sınıflarda bölüm ders programları ile çakışmamak kaydıyla diledikleri kadar birim/fakülte dışı serbest seçmeli ders (Tablo 5.3.1) alabilirler. Bu derslere öğrencilerin devam zorunluluğu yoktur ve bu derslerin AKTS'si mezuniyet kredisine sayılmaz/etki etmez. Bu nedenle bu dersler ilgili dönemin ders kayıt haftasında bölüm öğrencilerinin seçebilmesi amacıyla erişime açılmaktadır ancak bölüm öğretim programında yer almamaktadır.

4. Sınıf dersleri şunlardır:

Dönem	4.Sınıf Güz Yarıyılı Zorunlu Dersleri
7	HİT 401 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I
7	HİT 447 Dış Staj
7	HİT 459 HİT 459 Mesleki İngilizce II
Dönem	4. Sınıf Güz Yarıyılı Seçmeli Dersleri
7	HİT 409 Halkla İlişkilerde Çağdaş Yaklaşımlar
7	HİT 415 Kamu Yönetimi ve Sosyal Politikalar
7	HİT 425 Halkla İlişkilerde Örnek Olay Çözümlemeleri
7	HİT 427 Protokol ve İlişki Yönetimi
7	HİT 431 İletişimin Ekonomi Politikası
7	HİT 433 Görsel İletişim Çalışmaları
7	HİT 435 Uluslararası Halkla İlişkiler

7	HİT 439 Ajans Yönetimi
7	HİT 441 Sektörel Bakışla İletişim
7	HİT 443 İşaret Dili
7	HİT 445 Storyboard Tasarım Çalışmaları
7	HİT 455 Eleştirel Halkla İlişkiler
7	HİT 457 Siyasal Halkla İlişkiler
7	HİT 461 Dijital Reklamcılık
Dönem	4. Sınıf Bahar Yarıyılı Zorunlu Dersleri
8	HİT 402 Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları II
8	HİT 420 Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik
Dönem	4. Sınıf Bahar Yarıyılı Seçmeli Dersleri
8	HİT 406 İnsan Kaynakları Yönetimi
8	HİT 408 Modern Yönetim Teknikleri
8	HİT 412 Reklamda Yaratıcı Stratejiler
8	HİT 416 İmaj ve İtibar Yönetimi
8	HİT 418 İletişim Sosyolojisi
8	HİT 422 Medya ve Toplumsal Değişim
8	HİT 424 Tanıtım ve Turizm
8	HİT 426 Reklamcılık ve Tanıtım Örnek Olay Çözümlenmeleri
8	HİT 432 Duygusal Zekâ ve İletişim
8	HİT 434 Sektörel Bakışla Halkla İlişkiler
8	HİT 436 İnternet Stratejileri ve E-Ticaret
8	HİT 438 Sanat Tarihi
8	HİT 440 Gönüllülük Çalışmaları

5.4 Öğretim Programı Yönetim Sistemi⁹⁷

Öğretim Programı uygulamasının nasıl güvence altına alındığını ve sürekli gelişiminin nasıl sağlandığını anlatınız. Öğretim planı uygulaması, 4/11/1981 tarihli ve 2547 sayılı Yükseköğretim Kanununun 14. üncü ve 44 üncü maddelerine dayanılarak 2547 Sayılı Yüksek Öğretim Yasası ve buna bağlı olarak hazırlanmış ve Resmi Gazete Tarihi: 16.06.2013 Resmi Gazete Sayısı: 28679 yayımlanmış olan Erciyes Üniversitesi Ön Lisans ve Lisans Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin uygulanması ile güvence altına alınır.

Bu yönetmelik çerçevesinde öğrenciler; zorunlu ve seçmeli derslerden en az alması gereken toplam 240 AKTS'yi tamamlayarak mezun olur. Bölüm eğitim planının öngörüldüğü biçimde uygulanması 152 kredilik zorunlu derslerle güvence altına alınır. 5., 6., 7. ve 8. Y.Y.'da mevcut bulunan 90 kredilik seçmeli dersler ile sürekli gelişimi sağlanır. Eğitim programı çerçevesinde öğretim elemanı tarafından hazırlanan 'Ders Sınav Dosyaları' verilen dersin, öğrenci kazanımlarının güvence altına alınabilmesi adına, dersin gereğine, içeriğine, işlenişine, ölçüm ve değerlendirmesine yardımcı olan aynı zamanda bu bilgilerin önceden oluşturulduğunu ve dersin sürekli iyileştirildiğini belgeleyen bir doküman olarak oluşturulur.

Ders programları, iletişim alanında gerçekleşen yenilikler ve buna bağlı gelişmeler doğrultusunda gereksinim duyulan zamanlarda yenilenir. Özellikle seçmeli derslerin programa eklenmesi, zorunlu derslerin seçmeli duruma alınması ya da bazı derslerin programdan

⁹⁷ Öğretim programı yönetim sistemine ilişkin kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 3, Ek 8, Ek 13, Ek 14, Ek 15, Ek 16, Ek 17, Ek 18, Ek 23, Ek 29, Ek 30, Ek 32, Ek 34, Ek 35, Ek 36, Ek 38.

çıkarılması bu doğrultuda gerçekleşir. Eğitim programları yenileme süreci şöyledir: Öğretim elemanlarının önerisi ile Bölüm Kuruluna sunulur. Bölüm Kurulu ve Bölüm Akademik Kurulunun ortaklaşa tartıştığı öneriler Bölüm Kurul Kararı ile Dekanlık makamına sunulur. Dekanlık Fakülte Kurul ve Yönetim Kurulu Kararları ile bu önerileri Rektörlük makamına sunar. Buradan alınan olur ile yenilikler yaşama geçirilir.

13.02.2020 tarihli bölüm toplantısı kapsamı ve alınan kararlar açısından oldukça önemlidir. Toplantıya katılan iç ve dış paydaşların bölüm müfredatı ve eğitimsel yapısına ilişkin öneri ve katkıları öncelikle esas alınarak bölüm misyon ve vizyonunun talep, öneri ve akreditasyon süreci doğrultusunda güncellenmesine yönelik kararlar alınmıştır. Bölüm öğretim elemanlarının yanı sıra iç ve dış paydaşların bölüm eğitim-öğretim programında öncelikle yapılması gerekenlere ilişkin önerilerinin tespitinin ardından bölüm kapsamındaki uygulama merkezlerinin/birimlerinin güçlendirilmesi hususunda önemli kararlar alınmıştır. Ayrıca bölüm kapsamında gerçekleştirilen yıl boyu etkinliklerin devamlılığına ilişkin olarak da özellikle iç paydaşların (bölüm öğrencilerinin) eleştiri ve önerileri dikkate alınarak iyileştirmeye yönelik görüşler paylaşılmıştır. Dolayısıyla bölüme ilişkin eğitim-öğretim programı, öğrenim çıktıları ve bölüm akademik-sosyal-eğitimsel faaliyetleri yeniden gözden geçirilerek yenileştirme çalışmalarına başlanmıştır. Özellikle iç ve dış paydaşlarla olan görüş alışverişi hem bölüm eğitim-öğretim programının yenileyici bir bakış açısı ile yeniden ele alınmasını sağlamış hem de iç ve dış paydaşlarla daha aktif ve her iki taraf için de daha verimli bir sürecin temellerini atmıştır. En son 15.06.2020 tarihli akademik kurulda da program çıktıları belirlenerek kampanya derslerine katalogda uygulama saati eklenmiştir.

5.5 Alan Uygulama Deneyimi⁹⁸

Erciyes Üniversitesi-İletişim Fakültesi-Halkla İlişkiler ve Tanıtım programında 5 ve 6. yarıyıllarda yer alan HİT 301 ve HİT 302 kodlu Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I-II dersleri, program öğrencilerinin 1. sınıftan itibaren aldıkları derslerde edindikleri bilgi ve becerilerini uygulama deneyimi haline getirebildikleri koşulları sağlar. Söz konusu dersler kapsamında üretilen sosyal sorumluluk, kurumsal iletişim ve ürün hizmet tanıtımı projelerinde özellikle etik, ekonomi, çevre sorunları, sağlık, sosyal ve politik sorunlar başta olmak üzere toplumsal meselelerin odak haline geldiği bir anlayış ve uygulama pratiği söz konusudur. Ayrıca 7 ve 8. yarıyıllarda yer alan HİT 401 ve HİT 402 kodlu Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I-II derslerinde üretilen reklam ve tanıtım projeleriyle de edindikleri bilgi ve becerilerini uygulama deneyimi haline getirebildikleri koşulları sağlar.

Öğrencinin mesleki deneyimi yaşadığı en önemli uygulama alanlarından biri de stajdır. Programımızda öğrencilerin staj yapması zorunludur. Staj deneyimi yaz döneminde (3. Sınıf yaz dönemi), öğrencinin kendisine en uygun olan dönemi seçerek yapması şeklinde gerçekleşir. Belirtilen dönemlerde stajını yapamayan öğrencilerden yalnızca mezun durumunda olup staj uygulaması eksik olan öğrenciler ara dönemde staj faaliyetini gerçekleştirebilir. Öğrenciler, Staj Komisyonu tarafından uygun görülen yurt içinde kamu veya özel sektöre ait kurum ve kuruluşlarda, sivil toplum örgütlerinde staj yapabilirler.

Programımızda staj zorunluluk esasına göre uygulanmakla beraber öğrencilerimiz önceki derslerde edinilen bilgi ve becerilerin kullanıldığı; ekonomi, çevre sorunları, sürdürülebilirlik, üretkenlik, girişimcilik, yenilikçilik, etik, sağlık, güvenlik, sosyal ve politik sorunlar gibi alan uygulama deneyimlerini uygulama birimi olan atölyelerde ve uygulamalı derslerde yapmaktadırlar. Bölümümüzde Halkla İlişkiler ve Reklam atölyeleri olmak üzere iki ayrı atölye bulunmaktadır. Atölyelerde İletişim Fakültesinde okumakta olan öğrenciler tarafından iş

⁹⁸ Alan uygulama deneyimine ilişkin kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 15, Ek 17, Ek 20, Ek 32, Ek 29, Ek 31, Ek 32, Ek 36.

üretir ve gerçekleştirilen etkinlikler gerek Erciyes Üniversitesi'nden gerekse üniversite dışından kişi ve kuruluşlara açık bir şekilde gerçekleştirilir. Bu iş üretim sürecinde öğrenciler daha önce derslerde öğrendiklerini uygulama olanağı bulurlar. Uygulama derslerinde ve atölyelerde öğrencilerin ürettikleri işlerden ve gerçekleştirilen etkinliklere ilişkin bazı örnekler ek kanıt klasöründe de sunulmuştur.

5.6 Ders Nitelikleri

İstenildiği gibi Ek 1.1 de verilmiştir.

Ölçüt 6: Öğretim Kadrosunun Sayıca Yeterliliği

6.1 Öğretim Kadrosunun Sayıca Yeterliliği

Bölümümüz bünyesinde 14 Öğretim elemanı bulunmaktadır. Bu kadronun ikisi profesör, beşi doçent, üçü doktor öğretim üyesi, dördü araştırma görevlisidir. Araştırma görevlilerinden üçü doktorasını tamamlamıştır. Bölümümüz, 10 öğretim üyesi ve doktorasını tamamlamış araştırma görevlileriyle birlikte bölümde okutulan derslerin sayıca yükünü karşılayabilecek büyüklüktedir.

Tablo 6.1 Öğretim Kadrosu Yük Özeti
[Erciyes Üniversitesi-Halkla İlişkiler ve Tanıtım – Birinci Örgün Öğretim]

Öğretim elemanının adı ve soyadı	TZ, YZ, DSÜ ¹	Son iki yarıyıda verdiği dersler (Dersin kodu/kredisi/yarıyılı/yılı) ²	Toplam etkinlik yüzde dağılımı		
			Öğretim	Araştırma	Diğer ³
Prof.Dr. Mustafa KOÇER	TZ	Araştırma Yöntemleri II (HİT 236 / 3/ Bahar/ 2021-2022) Araştırma Yöntemleri II (İHİT 236 / 3/ Bahar/ 2021-2022) Araştırma Yöntemleri I (HİT 221 / 2/ Güz/ 2021-2022) Araştırma Yöntemleri I (İHİT 221 / 2/ Güz/ 2021-2022) Araştırma Yöntemleri (UHİT 121 / 2/ Güz/ 2021-2022) Tüketici Davranışları ve Hakları (UHİT 205 / 2 / Güz/ 2021-2022) Tüketici Davranışları ve Hakları (HİT 305 / 2 / Güz/ 2021-2022) Tüketici Davranışları ve Hakları (İHİT 305 / 2 / Güz/ 2021-2022) Yönetim ve Organizasyon (HİT 124 / 2 / Bahar/ 2021-2022) Yönetim ve Organizasyon (İHİT 124 / 2 / Bahar/ 2021-2022) Medya Okuryazarlığı (UHİT 130 / 2 / Bahar / 2021-2022) Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (HİT 301 /3 / Güz / 2021-2022) Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (İHİT 301 /3 / Güz / 2021-2022) Araştırma Yöntemleri ve Raporlama (HİT 521 / 3 / Güz/ 201-2022) Araştırma Projesi I (HİT 601 / 3 / Güz/ 2021-2022) Araştırma Projesi II (HİT 602 / 3/ Bahar / 2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 900/ 4/Güz/ 2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 800/ 4/ Güz/ 2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 900/ 4/GÜZ/ 2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 800/ 4/ GÜZ/ 2021-2022)	60	15	25 İdari görevler

Prof.Dr. Mustafa AKDAĞ	TZ	Prof. Hİ ve Tanıtım Araştırmaları I (HİT 401/ 3 Güz/2021-2022) Prof. Hİ ve Tanıtım Araştırmaları I (İHİT 401/ 3 Güz/2021-2022) HİT Giriş (HİT 103 /3 Güz/2021-2022) HİT Giriş (İHİT 103/ 3 Güz/2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 800/ 4 /Güz/2021- 2022 Uzmanlık Alan Dersi (UAD 900/ 4/ Güz/2021- 2022Hİ Politikaları (HİT 611/ 3/ Güz/2019 -2020) Prof. Hİ ve Tanıtım Araştırmaları II (HİT 401/ 3 /Bahar/2021-2022)	40	30	30 İdari görevl er
------------------------------	----	---	----	----	-----------------------------

Doç.Dr. Emel Tanyeri MAZICI	TZ	<p>Bütünleşik Pazarlama İletişimi (HİT 229 / 2/ Güz/ 2021-2022)</p> <p>Bütünleşik Pazarlama İletişimi (İHİT 229 /2/ Güz/ 2021-2022)</p> <p>Bütünleşik Pazarlama İletişimi (UHİT 229 /2/ Güz/ 2021-2022)</p> <p>Uluslararası Halkla İlişkiler (HİT 435 / 2 / Güz/ 2021-2022)</p> <p>Uluslararası Halkla İlişkiler (İHİT 435 / 2 / Güz/ 2021-2022)</p> <p>Profesyonel HİT Araştırmaları I (HİT 401/ 3 / 2021-2022)</p> <p>Profesyonel HİT Araştırmaları I (İHİT 401/ 3 / 2021-2022)</p> <p>Bütünleşik Pazarlama İletişimi (HİT 523 / 3 / Güz/ 2021-2022)</p> <p>Bütünleşik Pazarlama İletişimi (Hİ 523 / 3 / Güz/ 2021-2022)</p> <p>Pazarlama İletişiminde Yeni Yaklaşımlar (HİT 605 / 3 /Güz / 2021-2022)</p> <p>Uzmanlık Alan Dersi (UAD 751/ 4/ Güz/ 2021-2022)</p> <p>Uzmanlık Alan Dersi (UAD 851/ 4/ Güz/ 2021-2022)</p> <p>Uzmanlık Alan Dersi (UAD 852/ 4/ Güz/ 2021-2022)</p> <p>Tez Çalışması 1 (HİT 711/ 1 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Tez Çalışması 2 (HİT 812/ 1/ Güz/ 2021-2022)</p> <p>Tez Çalışması 3 (HİT 813/ 1/ Güz / 2021-2022)</p> <p>Marka İletişimi ve Yönetimi (HİT 222 / 2 /Bahar/ 2021-2022)</p> <p>Marka İletişimi ve Yönetimi (İHİT 222 / 2 / Bahar/ 2021-2022)</p> <p>Marka İletişimi ve Yönetimi (UHİT 222 / 2 / Bahar/ 2021-2022)</p> <p>Tanıtım ve Turizm (HİT 424/ 2 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>Tanıtım ve Turizm (İHİT 424/ 2 / Bahar /2021-2022)</p> <p>Profesyonel HİT Araştırmaları II (HİT 402/ 3 /Bahar/ 2021-2022)</p> <p>Profesyonel HİT Araştırmaları II (İHİT 402/ 3 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>Tanıtma Yöntemleri ve Türkiye'nin Tanıtılması (HİT 540 / 3 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>Tanıtma Yöntemleri ve Türkiye'nin Tanıtılması (Hİ 540 / 3 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>Uluslararası Halkla İlişkiler (HİT 610 / 3 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>Uzmanlık Alan Dersi (UAD 751/ 4/ Güz/ 2021-2022)</p> <p>Uzmanlık Alan Dersi (UAD 752/ 4/ Güz/ 2021-2022)</p> <p>Uzmanlık Alan Dersi (UAD 851/ 4/ Güz/ 2021-2022)</p>	60	30	10 İdari görevler
-----------------------------	----	---	----	----	-------------------

		Uzmanlık Alan Dersi (UAD 852/ 4/ Güz/ 2021-2022) Tez Çalışması 1 (HİT 711/ 1 / Güz / 2021-2022) Tez Çalışması 2 (HİT 712/ 1/ Güz/ 2021-2022) Tez Çalışması 2 (HİT 812/ 1/ Güz / 2021-2022) Tez Çalışması 3 (HİT 813/ 1/ Güz / 2021-2022) Tez Çalışması 4 (HİT 814/ 1/ Güz / 2021-2022)			
--	--	---	--	--	--

Doç.Dr. Özlem IŞIK	TZ	<p>İletişim ve Toplam Kalite yönetimi (HİT 329/2/Güz/2020/2021) Kurumsal İletişim Yönetimi (HİT 119 /2/Güz-2020-2021) Eleştirel Halkla İlişkiler (HİT445/2/Güz 2020/2021) Anabilim Dalı Semineri (HİT522/2/ Güz 2020/2021) İletişim Çalışmalarında Yöntembilim (İLB 601/ 3/Güz 2020-2021) Tez Danışmanlığı Dersi 1 (HİT563 Güz 2020-2021) Tez Danışmanlığı Dersi 1 (HİT617 Güz 2020-2021) Etkinlik Yönetimi (HİT 336/2/Bahar/2020-2021) İletişim Sosyolojisi (HİT 418/2/Bahar/2020/2021) İtibar Yönetimi (HİT 608/3/Bahar/2020-2021) Tez Danışmanlığı Dersi 2 (HİT568 Bahar 2020-2021) Tez Danışmanlığı Dersi 2 (HİT616 Bahar 2020-2021) Toplumsal Etkileşim ve Davranış Çözümlemesi (HİT 556/3/Bahar/2020-2021) Halkla İlişkilerde Örnek Olay Çözümlenmeleri (İHİT425/2/Güz/2021-2022) Örgütsel Davranış (UHİT113/3/Güz/2021-2022) Örgütsel Davranış ve Örgüt Kültürü (HİT527/3/Güz//2021-2022) Özel Sektör ve Kamuda Halkla İlişkiler (HİT613/3(Güz/2021-2022) Tez Çalışması (HİT 711/Güz/2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi (HİT 751/Güz/2021-2022) İmaj ve İtibar Yönetimi (HİT416/2/Bahar/2021-2022) Popüler Kültür (HİT 314/2/Bahar/2021-2022) İletişim Sosyolojisi (İHİT 418/2/Bahar/2021-2022) İmaj ve İtibar Yönetimi UHİT242/3/Bahar/2021-2020) Tez Çalışması 2(HİT 712/Bahar/2021-2022) Tez Danışmanlığı Dersi 2 (HİT568 Bahar 2021-2022) Toplumsal Etkileşim ve Davranış Çözümlemesi (Hİ 558/3/Bahar/2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi 2 (HİT 752/Bahar/2021-2022)</p>	55	45	
--------------------	----	---	----	----	--

Doç.Dr.Murat BAŞARIR	TZ	<p>Halkla İlişkiler Stratejileri (HİT 235/4/Güz/ 2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (HİT 301/6/ Güz/2021-2022)</p> <p>Siyasal Halkla İlişkiler (HİT 457/4/ Güz/2021-2022)</p> <p>Siyaset Bilimine Giriş (HİT 121/2/Güz/ 2021-2022)</p> <p>Siyasal İletişim Kampanyaları (HİT 529/6/ Güz/2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkiler Stratejileri (İHİT 235/4/Güz/ 2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (İHİT 301/6/ Güz/2021-2022)</p> <p>Siyasal Halkla İlişkiler (İHİT 457/4/ Güz/2021-2022)</p> <p>Siyaset Bilimine Giriş (İHİT 121/2/Güz/ 2021-2022)</p> <p>Siyasal İletişim Kampanyaları (İHİT 529/6/ Güz/2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkiler Stratejileri (UHİT 235/4/Güz/ 2021-2022)</p> <p>Siyaset Bilimine Giriş (UHİT 121/2/Güz/ 2021-2022)</p> <p>Siyasal İletişim Kampanyaları YL Hİ 529/6/güz/2021-2022)</p> <p>Siyasal İletişim Kampanyaları TZS Hİ 539/6/güz/2021-2022)</p> <p>İletişim ve İkna DR (HİT 609/6/ Güz/ 2021-2022)</p> <p>Uzmanlık Alan Dersi YL (HİT 801/5/ Güz/ 2021-2022)</p> <p>Tez Çalışması (HİT 803 / 1 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Tez Çalışması 2 (HİT 712 / 1 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Uzmanlık Alan Dersi (HİT 801 / 4 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Uzmanlık Alan Dersi 2 (HİT 752 / 4 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Siyasal İletişim (HİT 330/4/ Bahar /2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (HİT 302/10/Bahar /2021-2022)</p> <p>Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik (HİT 420/4/ Bahar /2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkiler Tarihi (İHİT 104/4/ Bahar /2021-2022)</p> <p>Siyasal İletişim (İHİT 330/4/ Bahar /2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (İHİT 302/10/Bahar /2021-2022)</p> <p>Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik (İHİT 420/4/ Bahar /2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkiler Tarihi (UHİT 104/4/ Bahar /2021-2022)</p> <p>Siyasal İletişim (UHİT 240/4/ Bahar /2021-2022)</p>	60	20	20 İdari görevler
----------------------	----	---	----	----	----------------------

		Tez Çalışması (HİT 803 / 1 / Bahar / 2021-2022) Tez Çalışması 2 (HİT 712 / 1 / Bahar / 2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi (HİT 801 / 4 / Bahar / 2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi 2 (HİT 752 / 4 / Bahar / 2021-2022) Halkla İlişkiler ve Sosyal Sorumluluk (HİT 544/6/Bahar /2021-2022) Sosyal Sorumluluk Kampanyaları (HİT 606/6/Bahar/2021-2022) Halkla İlişkiler ve Sosyal Sorumluluk TZS (HİT 544/6/Bahar /2021-2022)			
--	--	---	--	--	--

Doç.Dr. Mahmut AKGÜL	TZ	İletişim Bilimine Giriş (HİT101 /3/ Güz/ 2020-2021) İletişim Bilimine Giriş (İHİT101 /3/ Güz/ 2020-2021) İletişim Bilimine Giriş (UHİT101 /2/ Güz/ 2020-2021) İletişim Bilimine Giriş (HİT515 /3/ Güz/ 2020-2021) İletişim Tarihi (HİT 233 / 2/ Güz/ 2020-2021) İletişim Tarihi (HİT 233 / 2/ Güz/ 2020-2021) Medya Araştırmaları ve Analizleri (HİT555 / 3 / 2020-2021) Demokrasi Kuramları (HİT 615/3/güz/ 2020-2021) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 900/ 4/Güz/ 2020-2021) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 800/ 4/ Güz/ 2020-2021) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 900/ 4/Güz/ 2020-2021) İletişim Kuramları (HİT 102 /3/ Bahar/ 2020-2021) İletişim Kuramları (İHİT 102 /3/ Bahar/ 2020-2021) İletişim Kuramları (UHİT 102 /2/ Bahar/ 2020-2021) Medya ve Toplumsal Değişim (HİT 422 /2/ Bahar/ 2020-2021) Medya ve Toplumsal Değişim (İHİT 422 /2/ Bahar/ 2020-2021) İletişim Sistemleri (HİT 518 /3/ Bahar/ 2020-2021) İletişim Tarihi (HİT 564 /3/ Bahar/ 2020-2021) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 800/ 4/ Bahar/ 2020-2021) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 900/ 4/Bahar/ 2020-2021) Ana Bilim Dalı Semineri (HİT616/ 4/Bahar/ 2020-2021) İletişim Bilimine Giriş (HİT101 /3/ Güz/ 2021-2022) İletişim Bilimine Giriş (İHİT101 /3/ Güz/ 2021-2022) İletişim Bilimine Giriş (UHİT101 /2/ Güz/ 2021-2022) İletişim Bilimine Giriş (HİT515 /3/ Güz/ 2021-2022) İletişim Tarihi (HİT 233 / 2/ Güz/ 2021-2022) İletişim Tarihi (HİT 233 / 2/ Güz/ 2021-2022) İletişim Tarihi (UHİT 233 / 2/ Güz/ 2021-2022) Medya Araştırmaları ve Analizleri (HİT555 / 3 / 2021-2022)	60	40	
----------------------------	----	--	----	----	--

	<p>İletişim Kuramları (HİT543 /2/ Güz/ 2021-2022) Demokrasi Kuramları (HİT 615/3/güz/ 2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 900/ 4/Güz/ 2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 800/ 4/ Güz/ 2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 900/ 4/Güz/ 2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 900/ 4/Güz/ 2021-2022) İletişim Kuramları (HİT 102 /3/ Bahar/ 2021-2022) İletişim Kuramları (İHİT 102 /3/ Bahar/ 2021-2022) İletişim Kuramları (UHİT 102 /2/ Bahar/ 2021-2022) Medya ve Toplumsal Değişim (HİT 422 /2/ Bahar/ 2021-2022) Medya ve Toplumsal Değişim (İHİT 422 /2/ Bahar/ 2021-2022) İletişim Kuramları (HİT 518 /3/ Bahar/ 2021-2022) Türkiye'de İletişim Araştırmaları (HİT 564 /3/ Bahar/ 2021-2022) Türkiye'de İletişim Araştırmaları (HİT 572 /3/ Bahar/ 2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 800/ 4/ Bahar/ 2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi (UAD 900/ 4/Bahar/ 2021-2022) Ana Bilim Dalı Semineri (HİT616/ 4/Bahar/ 2021-2022)</p>			
--	--	--	--	--

Doç.Dr. İsmailcan DOĞAN	TZ	<p>Kurumsal İletişim Yönetimi (HİT119/2/ GÜZ 2021-2022 Propaganda Teknikleri ve Algı (HİT304/2,00/BAHAR) 2021-2022 Meslek Etiği (HİT242/2,00/BAHAR) 2021-2022 Halkla İlişkiler Uygulamaları (HİT528/BAHAR) 2021-2022 Uzmanlık Alan Dersi-2 (HİT752/ BAHAR) 2021-2022 Etkili ve Güzel Konuşma (UHİT228/2,00 BAHAR) 2021-2022 Kamuoyu Araştırmaları ve SPSS Programı (UHİT236/2,00/BAHAR) 2021-2022 Sponsorluk (HİT325/2,00/ GÜZ) 2021-2022 Sektörel Bakışla İletişim (HİT441/ 2,00/ GÜZ) 2021-2022 Kurumsal Halkla İlişkiler (HİT552/GÜZ) 2021-2022 Uzmanlık Alan Dersi-1 (HİT751/ GÜZ) 2021-2022 Dış Tanıtım ve Lobicilik (HİT 323/2,00 GÜZ) 2021-2022 Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş (UHİT 103/ 2,00 GÜZ) 2020-2021 Halkla İlişkiler Uygulamaları (HİT528/BAHAR) 2020-2021 Popüler Kültür (HİT314/2,00/BAHAR) 2020-2021 Propaganda Teknikleri ve Algı (HİT304/2,00/BAHAR) 2020-2021 Reklamda Yaratıcı Stratejiler (HİT 412/2,00/BAHAR) 2020-2021 Uzmanlık Alan Dersi-2 (HİT752/ BAHAR) 2020-2021 Sektörel Bakışla İletişim (HİT441/ 2,00/ GÜZ) 2020-2021 Sponsorluk (HİT325/2,00/ GÜZ) 2020-2021 Halkla İlişkilerde Örnek Olay Çözümlenmeleri (HİT425/2,00/ GÜZ) 2020-2021 Kurumsal Halkla İlişkiler (HİT552/GÜZ) 2020-2021 Uzmanlık Alan Dersi-1 (HİT751/ GÜZ) 2020-2021 Uzmanlık Alan Dersi-2 (HİT752/ GÜZ) 2019-2020 Halkla İlişkiler Uygulamaları (HİT528/BAHAR) 2019-2020 Propaganda Teknikleri ve Algı (HİT304/2,00/BAHAR) 2019-2020 Popüler Kültür (HİT314/2,00/BAHAR) 2019-2020 Uzmanlık Alan Dersi-1 (HİT751/ BAHAR) 2019-2020 Uzmanlık Alan Dersi-2</p>	60	40	
-------------------------------	----	--	----	----	--

		(HİT752/ BAHAR) 2019-2020 Sponsorluk (HİT325/2,00/ GÜZ) 2019-2020 Anabilimdalı Semineri (HİT522/GÜZ) 2019-2020 Halkla İlişkilerde Örnek Olay Çözümlenmeleri (HİT425/2,00/ GÜZ) 2019-2020 Kurumsal İletişim Yönetimi (HİT119/2,00/ GÜZ) 2019-2020 Kurumsal Halkla İlişkiler (HİT552/GÜZ) 2019-2020 Uzmanlık Alan Dersi-1 (HİT751/GÜZ)			
--	--	---	--	--	--

Dr.Öğr. Üyesi Mustafa CINGI	TZ	<p>Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (HİT 302 / 3 / Bahar/ 2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (İHİT 302 / 3 / Bahar/ 2021-2022)</p> <p>İnternet Stratejileri ve E-Ticaret (HİT 436 / 2 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>İnternet Stratejileri ve E-Ticaret (İHİT 436 / 2 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>Dijital İçerik Yönetimi (HİT 356 / 2 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>Temel Fotoğrafçılık (UHİT 238 / 2 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>Nitel Araştırma Yöntemleri (HİT 566 / 3 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>Tez Çalışması 1 (RTS 711 / 1 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>Tez Çalışması 1 (HİT 711 / 1 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>Tez Çalışması 2 (HİT 712 / 1 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>Uzmanlık Alan Dersi 1 (RTS 751 / 4 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>Uzmanlık Alan Dersi 1 (HİT 751 / 4 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>Uzmanlık Alan Dersi 2 (HİT 751 / 4 / Bahar / 2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkiler Kampanyaları (HİT 215 / 2 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkiler Kampanyaları (İHİT 215 / 2 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkiler Kampanyaları (UHİT 215 / 2 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (HİT 301 / 3 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (İHİT 301 / 3 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkilerde Çağdaş Yaklaşımlar (HİT409 / 2 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkilerde Çağdaş Yaklaşımlar (İHİT409 / 2 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Halkla İlişkilerde Yeni İletişim Teknolojileri (HİT 549 / 3 / Güz / 2021-2022)</p> <p>İletişim Araştırmalarında Karma Yöntemler (HİT 619 / 3 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Tez Çalışması (HİT 803 / 1 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Tez Çalışması 2 (HİT 712 / 1 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Uzmanlık Alan Dersi (HİT 801 / 4 / Güz / 2021-2022)</p> <p>Uzmanlık Alan Dersi 2 (HİT 752 / 4 / Güz / 2021-2022)</p>	60	20	20 İdari görevler
--------------------------------	----	--	----	----	----------------------

Dr.Öğr. Üyesi Kürşad GÖLGELİ	TZ	Protokol Ve İlişki Yön (Hit 427 / 2 / Güz /2021-2022) Protokol Ve İlişki Yönetimi (İhit 427 / 2 / Güz /2021-2022) Radyo Televizyon Reklamcılığı (Hit321 / 2 / Güz /2021-2022) Radyo Televizyon Reklamcılığı (İhit321 / 2 / Güz /2021-2022) Reklama Giriş (Hit 125 / 2 / Güz /2021-2022) Reklama Giriş (İhit 125 / 2 / Güz /2021-2022) Reklama Giriş (Uhit 125 / 2 / Güz /2021-2022) Reklamcılık Ve Uygulamaları (Hit 545 / 3 / Güz /2021-2022) Tez Çalışması 1 (Hit 711 / 1 / Güz /2021-2022) Tez Çalışması 2 (Hit 712 / 1 / Güz /2021-2022) Tez Çalışması 5 (Hit 815 / 1 / Güz /2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi (Uad 800 / 4 / Güz / 2021-2022) Reklam Yazarlığı (Hit 334 / 2 / Bahar /2021-2022) Reklam Yazarlığı (Hit 334 / 2 / Bahar /2021-2022) Reklama Giriş (Hit 125/ 2 / bahar /2021-2022) Reklama Giriş (İhit 125/ 2 / Bahar /2021-2022) Reklama Giriş (Uhit 125/ 2 / Bahar /2021-2022) Kariyer Planlaması (Hit 125/ 1 / Bahar /2021-2022) Kariyer Planlaması (İhit 125/ 1 / Bahar /2021-2022) Kariyer Planlaması (Uhit 122/ 2 / Bahar /2021-2022) Reklamda Yaratıcı Stratejiler (Hit 412/ 2 / Bahar /2021-2022) Reklamda Yaratıcı Stratejiler (İhit 412/ 2 / Bahar /2021-2022) Güzel Konuşma (Sec 103 / 2 / Bahar /2021-2022) Reklam Ve Etik (Hit 550/ 3 / Bahar /2021-2022) Tez Çalışması 2 (Hit 712/ 1 / Bahar /2021-2022) Tez Çalışması 5 (Hit 815/ 1 / Bahar /2021-2022) Uzmanlık Alan Dersi (Uad 800 / 4 / bahar / 2021-2022)	65	35	
------------------------------------	----	--	----	----	--

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KOÇOĞLU	TZ	İletişimin Ekonomi Politikası (HİT 431 /4/ Güz/ 2020-2021) İletişimin Ekonomi Politikası (İHİT 431 /4/ Güz/ 2020-2021) Türkiye'nin Ekonomik Yapısı (HİT353 / 4/ Güz / 2020-2021) Türkiye'nin Ekonomik Yapısı (HİT 353 / 4/ Güz/ 2021-2022) Türkiye'nin Ekonomik Yapısı (İHİT 353 / 4/ Güz/ 2021-2022) İletişimin Ekonomi Politikası (İHİT 431 /4/ Güz/ 2021-2022) Kamuoyu Araştırmaları ve SPSS Uygulamaları (HİT 533 / 6 / Güz/ 2021-2022) İşletme Ekonomisi (HY 515 / 6/ Güz/ 2021-2022) Hava Taşımacılığı Ekonomisi (HY 547 / 6/ Güz/ 2021-2022) İletişim Hukuku (HİT 310 / 4/ Bahar/ 2020-2021) İletişim Hukuku (İHİT 310 / 4/ Bahar/ 2020-2021) Ekonomi (UÇM SS05 / 3 / Bahar/ 2020-2021) Türkiye'nin Ekonomik Yapısı (RTS368 / 3 / Bahar/ 2020-2021) İletişim Hukuku (HİT 310 / 4/ Bahar/ 2021-2022) İletişim Hukuku (İHİT 310 / 4/ Bahar/ 2021-2022) Temel Ekonomi (HİT 126 / 2/ Bahar/ 2021-2022) Temel Ekonomi (İHİT 126 / 2/ Bahar/ 2021-2022) Anabilim Dalı Semineri (HİT 522 / 6/ Bahar/ 2021-2022) Genel İktisat (HY 546 / 6/ Bahar/ 2021-2022)	40	60	
--------------------------------------	----	--	----	----	--

Arş. Gör. Dr. Ömer Faruk Koçak	TZ	HİT 231 Kişilerarası İletişim (HİT 231/3/Güz/2021-2022) İHİT 231 Kişilerarası İletişim (HİT 231/3/Güz/2021-2022) HİT 361 Kültürlerarası İletişim (HİT 361/4/Güz/2021-2022) İHİT 361 Kültürlerarası İletişim (HİT 361/4/Güz/2021-2022) HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (HİT 301/6/Güz/2021-2022) Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (HİT 301/6/Güz/2021-2022) Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I (HİT 401/5/Güz/2021-2022) Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları I (HİT 401/5/Güz/2021-2022) HİT 238 Sosyal Psikoloji (HİT 238/3/Bahar/2021-2022) İHİT 238 Sosyal Psikoloji (HİT 238/3/Bahar/2021-2022) HİT 324 Halkla İlişkilerde Risk ve Kriz Yönetimi İHİT 324 Halkla İlişkilerde Risk ve Kriz Yönetimi Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II (HİT 302/6/Bahar/2021-2022) Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I (HİT 302/6/Bahar/2021-2022) Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları II (HİT 402/9/Bahar/2021-2022) Profesyonel Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları II (HİT 402/9/Bahar/2021-2022)	55	45	
--------------------------------------	----	--	----	----	--

Arş. Gör. Dr. Nilay AKGÜN AKAN	TZ	Dijital Reklamcılık (HİT 461/2/Güz/2021-2022)	55	45	
		Dijital Reklamcılık (İHİT 461/2/Güz/2021-2022)			
		Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yapım Süreçleri I (HİT 301/3/Güz/2021-2022)			
		Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yapım Süreçleri I (İHİT 301/3/Güz/2021-2022)			
		Prof. Halkla ilişkiler ve Tanıtım Araş. I (HİT 401/3/Güz/2021-2022)			
		Prof. Halkla ilişkiler ve Tanıtım Araş. I (İHİT 401/3/Güz/2021-2022)			
		Reklam ve Tanıtım Kampanyaları (HİT 210/2/Bahar/2021-2022)			
		Reklam ve Tanıtım Kampanyaları (İHİT 210/2/Bahar/2021-2022)			
		Reklam ve Tanıtım Kampanyaları (UHİT 210/2/Bahar/2021-2022)			
		Reklam Analizleri (HİT 348/2/Bahar/2021-2022)			
		Reklam Analizleri (İHİT 348/2/Bahar/2021-2022)			
		Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yapım Süreçleri II (HİT 302/3/Bahar/2021-2022)			
		Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yapım Süreçleri II (İHİT 302/3/Bahar/2021-2022)			
		Prof. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araş. II (HİT 402/3/Bahar/2021-2022)			
Prof. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araş. II (İHİT 402/3/Bahar/2021-2022)					

¹TZ: Tam zamanlı, YZ: Yarı zamanlı, DSÜ: Ders saati ücretli öğretim elemanı.

²Her öğretim elemanı için son iki yarıyılıda verdiği tüm dersleri (lisansüstü dersler dâhil) sıralayınız.

³Uzun süreli izinler ve sektör etkinlikleri bu sütunda gösterilir.

6.2 Öğretim Kadrosunun Nitelikleri

Bölümümüzdeki öğretim üyelerinin ihtisaslaştıkları alanlar ve YÖKSİS siteminde belirledikleri temel alanlardaki çeşitlilik bölümde okutulan derslerin nitelikleri ile örtüşmektedir. Bölümümüzdeki öğretim elemanlarının YÖKSİS’de seçtikleri farklı temel alanlar şunlardır; Halkla İlişkiler, Kriz İletişimi, Kurumsal İletişim. Gazetecilik ve Medya Çalışmaları Gazetecilik, Medya Okuryazarlığı, Medya Araştırmaları. Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Halkla İlişkiler Kampanya Ve Uygulamaları. Sosyoloji, Sosyal Değişim, İletişim Sosyoloji. Kurumsal Sosyal Sorumluluk; Halkla İlişkiler Yöntem Ve Araçları. İletişim Çalışmaları İletişim Eğitimi; İletişim Kuramları; İletişim Sosyolojisi. Reklamcılık, İletişim Kuramları; Yeni İletişim Teknolojileri. Kurumsal İletişim, İtibar Yönetimi.

Öğretim elemanlarımızın, özgeçmişlerindeki akademik faaliyetlere bakıldığında belirledikleri temel alanlarla ilgili makale, bildiri, kitap ve kitap bölümleri görülmektedir. Ders vermekle yükümlü olan öğretim elemanlarının özgeçmişlerini Ek 1.2’de sunulmaktadır.

Tablo 6.2 Öğretim Kadrosunun Analizi
[Erciyes Üniversitesi-Halkla İlişkiler ve Tanıtım-Birinci Örgün Öğretim]

Öğretim elemanının adı ve soyadı ¹	Unvanı	TZ, YZ, DS, Ü ²	Aldığı son akademik unvan	Mezun olduğu son kurum ve mezuniyet Yılı	Deneyim süresi, yıl			Etkinlik düzeyi (yüksek, orta, düşük, yok)		
					Kamu/özel sektör deneyimi	Öğretim deneyimi	Bu kurumdaki deneyimi	Mesleki kuruluşlarda	Araştırmada	Dış paydaşlara verilen danışmanlıkta
Mustafa KOÇER	Prof.Dr.	TZ	Prof.	Erciyes Üniversitesi -2008	24	24	17	Orta	Yüksek	Yok
Mustafa AKDAĞ	Prof.Dr.	TZ	Prof.	Selçuk Üniversitesi 2007	23	23	15	Yok	Yüksek	Orta
Emel TANYERİ MAZICI	Doç.Dr.	TZ	Doç.	Erciyes Üniversitesi 2013	22	9	15	Yok	Yüksek	Yok
Özlem IŞIK	Doç.Dr.	TZ	Doç.	Erciyes Üniversitesi -2011	18	18	14	Yok	Yüksek	Düşük
Murat BAŞARIR	Doç.Dr.	TZ	Doç.	Selçuk Üniversitesi 2015	17	17	4	Yok	Yüksek	Düşük
Mahmut AKGÜL	Doç.Dr.	TZ	Doç.	Erciyes Üniversitesi 2016	16	5	5	Orta	Yüksek	Yok
İsmailcan DOĞAN	Doç.Dr.	TZ	Doç.	Selçuk Üniversitesi, 2018	6	4	6	Yok	Yüksek	Yok
Mustafa CINGI	Dr.Öğr. Üyesi	TZ	Dr.	Erciyes Üniversitesi 2015	18	11	11	Orta	Orta	Yok
Kürşad GÖLGELİ	Dr.Öğr. Üyesi	TZ	Dr.	Erciyes Üniversitesi 2015	16	13	12	Orta	Yüksek	Düşük
Mustafa KOÇOĞLU	Dr.Öğr. Üyesi	TZ	Dr.	Erciyes Üniversitesi, 2020	3	3	3	Yok	Yüksek	Yok

Nilay AKGÜN AKAN	Arş. Gör. Dr.	TZ	Dr.	Erciyes Üniversitesi, 2019	14	8	9	Yok	Orta	Yok
Ömer Faruk KOÇAK	Arş. Gör. Dr.	TZ	Dr.	Erciyes Üniversitesi, 2020	9	8	9	Yok	Orta	Yok
Nedim KARADUMAN	Arş. Gör. Dr.	TZ	Dr.	Erciyes Üniversitesi, 2022	6	6	6	Yok	Düşük	Yok
Tarık KODAL	Arş. Gör	TZ		Erciyes Üniversitesi, 2016	9	9	9	Yok	Düşük	Yok

¹Tabloyu programdaki her öğretim üyesi için doldurunuz. Gerekiyorsa ek sayfa kullanabilirsiniz. Kurum ziyareti sırasında güncelleştirilmiş tabloların sağlanması gerekmektedir.

²TZ: Tam zamanlı, YZ: Yarı zamanlı, DSÜ: Ders saati ücretli öğretim elemanı.

6.3 Atama ve Yükseltme

Erciyes Üniversitesi (ERÜ) Akademik Yükseltme ve Atama Ölçütleri'nin amacı; 22 Şubat 2018 tarih ve 7100 Sayılı "Yükseköğretim Kanunu İle Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun" ile değiştirilen 2547 Sayılı Yükseköğretim Kanunu ve Öğretim Üyeliğine Yükseltme ve Atama Yönetmeliğindeki ilkeleri⁹⁹ esas alarak Erciyes Üniversitesi'nin fakülte, enstitü, yüksekokul, konservatuar, meslek yüksekokulları ve Rektörlüğe bağlı bölümlerinde görev yapacak olan öğretim üyelerinin akademik kadrolara yükseltme ve atanmalarında aranacak asgari ilke ve ölçütleri belirlemektir.

Öğretim Üyesi dışındaki öğretim elemanı kadrolarına yapılacak atamalar ise,4/11/1981 tarihli ve 2547 sayılı Yükseköğretim Kanununun 6'ncı, 7'nci ve 65 inci maddelerine dayanılarak hazırlanan, "Öğretim Üyesi Dışındaki Öğretim Elemanı Kadrolarına Yapılacak Atamalarda Uygulanacak Merkezi Sınav İle Giriş Sınavlarına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik" çerçevesinde yapılmaktadır.¹⁰⁰

I.DOKTOR ÖĞRETİM ÜYESİ Kadrosuna Atanmada Aranacak Ölçütler

A)Ortak Şartlar (Tüm Birimler)

1.Doktora, tıp, eczacılık, veterinerlik ve diş hekimliklerinde uzmanlık ya da sanatta yeterlik unvanını ilgili alanda almış olmak,

2.Yükseköğretim Kurumları Yabancı Dil (YÖKDİL) veya YDS sınavından en az 65 (altmış beş) puan ya da eşdeğeri kabul edilen bir dil sınavından en az 65 (altmış beş) puanın muadili bir puan almış olmak. Çalışma alanı bir yabancı dil olan bölümlerde çalışma alanı dışındaki başka bir dilde eşdeğeri kabul edilen merkezi bir yabancı dil sınavından en az 65 (altmış beş) puan veya muadili bir puan almış olmak,

B)İktisadi ve İdari Bilimler, Edebiyat, Hukuk, İlahiyat, İletişim, Turizm, Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültelerinin, Yüksekokulların/Meslek Yüksekokullarının Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler ile ilgili bölümlerinde ve Eğitim Fakültesinin tüm bölümlerinde Doktor Öğretim Üyesi kadrosuna atanabilmek için;

Aşağıdaki (a,b,c) şartlardan en az birini sağlamış olmak;

a)En az 1 (bir) tanesi uluslararası indekslerde taranan hakemli dergilerde olmak üzere toplamda en az 2 (iki) makale türünde yayın yapmış olmak,

b)Doktora derecesini aldıktan sonra veya doktora sırasında yurtdışında ilgili veya görevlendirildiği bilim alanında en az 3 (üç) ay süre ile bir Yükseköğretim veya Araştırma Kurumunda çalışmış veya araştırmalarda bulunmuş olmak ve ilaveten Tablo 1a ve 2'den en az 50 puan almış olmak,

c)Alan indekslerinde taranan dergilerde en az 2 (iki) makale türünde yayın yapmış olmak ve ilaveten Tablo 1a ve 2'den en az 50 puan almış olmak.

⁹⁹Bkz.

<https://personeldb.erciyes.edu.tr/ckfinder/userfiles/files/%C3%96%C4%9ERET%C4%B0M%20%C3%9CYEL%C4%B0%C4%9E%C4%B0NE%20Y%C3%9CKSELT%C4%B0LME%20VE%20ATANMA%20Y%C3%96NETMEL%C4%B0%C4%9E%C4%B0.pdf>

¹⁰⁰Bkz.

<https://personeldb.erciyes.edu.tr/ckfinder/userfiles/files/%C3%96%C4%9ERET%C4%B0M%20%C3%9CYES%C4%B0%20DI%C5%9EINDAK%C4%B0%20%C3%96%C4%9ERET%C4%B0M%20ELEMANI%20KADROLARINA%20ATAMALA RDA%20UYGULANACAK%20Y%C3%96NETMEL%C4%B0K.pdf>

II. DOÇENT Kadrosuna Atanmada Aranacak Ölçütler

A)Ortak Şartlar (Tüm Birimler)

- 1.Yükseköğretim Kurumları Yabancı Dil (YÖKDİL)veya YDS sınavından en az 65 (altmış beş) puan ya da eş değeri kabul edilen bir dil sınavından en az 65 (altmış beş) puanın muadili bir puan almış olmak. Çalışma alanı bir yabancı dil olan bölümlerde çalışma alanı dışındaki başka bir dilde eş değeri kabul edilen merkezi bir yabancı dil sınavından en az 65 (altmış beş) puan veya muadili bir puan almış olmak,
- 2.ÜAK tarafından oluşturulacak jürilerce yapılan sözlü sınavından başarılı olmak,

B)İktisadi ve İdari Bilimler, Edebiyat, Hukuk, İlahiyat, İletişim, Turizm, Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültelerinin, Yüksekokulların/Meslek Yüksekokullarının Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler ile ilgili bölümlerinde ve Eğitim Fakültesinin tüm bölümlerinde Doçent kadrosuna atanabilmek için;

- 1.Doçent unvanını almış,
- 2.Aşağıdaki (a,b,c) şartlardan en az birini sağlamış olmak;
 - a)Üniversitelerde en az 2 (iki) yıl süreyle akademisyen olarak fiilen çalışmış olmak,
 - b)En az 2 (iki) yüksek lisans veya 1 (bir) doktora tez danışmanlığı yaparak ilgili tezi/çalışmayı tamamlamış olmak,
 - c)Son 5 (beş) yıl içinde en az iki yarıyıl üniversitelerde ders vermiş olmak,
- 3.Tablo 1a ve Tablo 2'den toplamda en az 150 (yüz elli) puan almış olmak,
- 4.En az 3 (üç) ay süre ile yurtdışında bir yükseköğretim veya araştırma kurumunda akademik amaçlı çalışma/araştırma yapmış olmak veya Tablo 1a ve Tablo 2 den ilaveten en az 50 puan almış olmak,
- 5.Aşağıdaki (a,b,c) şartlardan en az birini ilaveten sağlamış olmak;
 - a)TÜBİTAK, TÜBA, GEBİP, AB, SANTEZ, TAGEM veya ERÜ Senatosu tarafından kabul edilen eşdeğer kurumların onayladığı en az 1 (bir) projede yürütücü veya 2 (iki) projede araştırmacı olmak,
 - b)Atanacağı ilgili temel alanda veya yakından ilgili bir alanda tek yazarlı veya editör olarak ulusal/uluslararası nitelikte bilimsel bir kitap (ders kitabı ve tezden üretilmiş kitap hariç) yayınlamış olmak,
 - c)Madde 3'e ilaveten Tablo 1a ve Tablo 2'den toplamda en az 75 (yetmişbeş) puan almış olmak.

III. PROFESÖR Kadrosuna Atanmada Aranacak Ölçütler

A)Ortak Şartlar (Tüm Birimler)

- 1.Yükseköğretim Kurumları Yabancı Dil (YÖKDİL)veya YDS sınavından en az 65 (altmış beş) puan ya da eş değeri kabul edilen bir dil sınavından en az 65 (altmış beş) puanın muadili bir puan almış olmak. Çalışma alanı bir yabancı dil olan bölümlerde çalışma alanı dışındaki başka bir dilde eş değerliği kabul edilen merkezi bir yabancı dil sınavından en az 65 (altmış beş) puan veya muadili bir puan almış olmak,
- 2.Yabancı dilde eğitim yapan birimlerde YÖK tarafından kabul edilen eğitim dilindeki merkezi yabancı dil sınavından en az 80 (seksen) puan almak veya eşdeğerliği kabul edilen bir sınavdan muadili bir puana sahip olmak,
- 3.ÜAK tarafından oluşturulacak jürilerce yapılan sözlü sınavından başarılı olmak,

4.İlgili alanda ÜAK tarafından belirlenmiş doçentlik müracaat ölçütlerini (başvurduğu dönemdeki) tekrar sağlamış olmak,

5.2547 sayılı Yüksek Öğretim Kanununun 26. maddesi (a) fıkrası 2. bendi gereğince doçent unvanını aldıktan sonraki döneme ait yayınlarından birini başlıca araştırma eseri olarak sunmak,

6.Doçent unvanını aldıktan sonra profesörlüğe atanabilmek için gerekli olan yasal sürenin en az yarısı bir süre üniversiteler veya alanı ile ilgili bilimsel bir araştırma kuruluşunda fiilen çalışmış olmak.

B) İktisadi ve İdari Bilimler, Edebiyat, Hukuk, İlahiyat, İletişim, Turizm, Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültelerinin, Yüksekokulların/Meslek Yüksekokullarının Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler ile ilgili bölümlerinde ve Eğitim Fakültesinin tüm bölümlerinde Profesörlük kadrosuna atanabilmek için;

1.Özgün makale/kitap aranmayan alanlarda, başlıca yazar olmak üzere özgün bir araştırma makalesi veya bir kitabı başlıca eser olarak sunmak.

2.Doçent unvanını aldıktan sonra Tablo 1a ve Tablo 2'den toplamda en az 200 (ikiyüz) puan almış olmak,

3.Doçent unvanını aldıktan sonra aşağıdaki (a,b) şartlardan en az birini sağlamış olmak;

a)En az 3 (üç) yüksek lisans veya 1 (bir) doktora tez danışmanlığı yaparak ilgili tezleri tamamlamış olmak,

b)Madde 2'deki puan şartını %20 fazlasıyla sağlamış olmak,

4.Doçent unvanını aldıktan sonra aşağıdaki (a,b,c,d) şartlardan en az birini ilaveten sağlamış olmak;

a)Akademik amaçlı olarak en az 3 (üç) ay süreyle yurt dışında bulunmuş olmak,

b)TÜBİTAK, TÜBA, GEBİP, AB, SANTEZ, TAGEM veya ERÜ Senatosu tarafından kabul edilen eşdeğer kurumların onayladığı en az 1 (bir) projede yürütücü veya 2 (iki) projede araştırmacı olmak,

c)Atanacağı ilgili temel alanda veya yakından ilgili bir alanda tek yazarlı veya editör olarak ulusal/uluslararası nitelikte bilimsel bir kitap (ders kitabı ve tezden üretilmiş kitap hariç) yayımlamış olmak,

d)Madde 2 ve 3b'ye ilaveten Tablo 1a ve Tablo 2'den toplamda en az 50 (elli) puan almış olmak.

Ölçüt 7: Programın Altyapısı¹⁰¹

7.1 Öğretim için Kullanılan Alanlar ve Teçhizat¹⁰²

Kampüs alanı içinde 6400 metrekare olarak Süleyman Çetinsaya tarafından inşa edilen fakülte binası; idari, derslik ve stüdyo blokları olmak üzere toplam üç bloktan oluşmaktadır.

İdari A blokta; dekanlık, bölüm başkanlıkları, öğretim elemanlarının odaları ve lavabolar ile idari işlerin yürütüldüğü fakülte sekreterliği, bölümler sekreterliği, mutemet, yazı işleri ofisleri ile 3 adet lisansüstü eğitim salonu ve akademik toplantı salonu bulunmaktadır.

Derslerin yapıldığı B blokta ise Radyo, TV ve Sinema (zemin kat 4 derslik), Halkla İlişkiler ve Tanıtım (1. kat 5 derslik), Gazetecilik (2. kat 4 derslik) bölümlerinin derslikleri ile bodrum katta tüm fakülte öğrencilerinin kullanımına açık iki adet etüt merkezi mevcuttur. B blokta ayrıca 240 kişilik konferans salonu, film izleme odası, iki adet bilgisayar laboratuvarı, Gazete ERÜ Atölyesi, Dükkan-Hit Atölyesi, Evreka-Reklam Atölyesi, Fotoğrafçılık Atölyesi, arşiv, 3 adet depo ve 2 adet mescit, her katta 1 erkek 1 bayan olmak üzere (4 katta toplam) 8 adet öğrenci lavabosu ile zemin(giriş) katta 1 bayan 1 erkek olmak üzere 2 adet engelli öğrenci lavabosu bulunmaktadır.

Fakültenin stüdyo bloğunda ise ERÜ TV'nin profesyonel yayın stüdyoları, EFA-Erciyes Film Atölyesi, Haber Atölyesi ve Radyo Atölyesi bulunmaktadır.

7.1.1 Sınıflar

Fakülte binasının derslikler bölümünde 1. Katta Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünün kullanımında olan D5-D6-D7-D8 ve D9 sınıfları vardır. Bu sınıflar sırasıyla 110-100—84-84 ve 88 öğrenci kapasitelidir. Ayrıca diğer bölümlerin sınıflarından bağımsız olarak D14 ve D15 derslikleri –sırayla 56-63 kapasiteli- ortak kullanıma sunulmuştur.

Sınıflar ile ilgili detaylar **Ek 1.3' te** sunulmaktadır. Tüm sınıflar modern eğitim ve öğretim tekniklerine uygun olarak donatılmıştır. Sınıflarda bilgisyara, projeksiyon cihazı mevcut olup, kablosuz internet erişimi bulunmaktadır.

Etüt Merkezleri:

Fakültenin tüm öğrencilerinin kullanımına açık iki adet etüt merkezi bulunmaktadır. Bu merkezler sırayla 56-63 kişi kapasitesine sahiptir.

7.1.2 Laboratuvarlar (Atölye/stüdyo)

Fakültede iki adet bilgisayar laboratuvarı bulunmaktadır. Bu laboratuvarlar bilgisayar derslerinde ve öğrencilerin ödev ile proje yapımında kullanılmaktadır. Ayrıca 2009 yılında kurulmuş olan Halkla İlişkiler Atölyesi (Muazzam Fikirler Dükkânı) ve 2014 yılında kurulmuş olan Reklam Atölyesi (Evreka) ile teoride öğrendiklerini pratiğe dökme fırsatı yakalamaktadırlar. Öğrencilerimiz Halkla İlişkiler ve Tanıtım bünyesindeki bu atölyelerin dışında Gazetecilik ve Radyo, Televizyon ve Sinema bölümlerine ait, Film Atölyesi, Fotoğrafçılık Atölyesi, Haber Atölyesi, Gazete ERÜ, ERÜ TV stüdyolarından da faydalanabilmektedirler (**Ek 1.3' te verilmektedir**)

7.1.3 Teçhizat:

İstenildiği üzere Ek 1.3'te listelenmiştir.

¹⁰¹ Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nün program alt yapısına ilişkin detaylı bilgiler Ek 1.3'de verilmiştir.

¹⁰² Öğretim için kullanılan alanlar ve teçhizat ile ilişkili kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 2, Ek 39.

7.2 Diğer Alanlar ve Altyapı¹⁰³

7.2.1 Öğrencilerin ders dışı etkinliklerine olanak veren ortam ve altyapılar

Sosyal İmkânlar

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğrencileri üniversite bünyesindeki sosyal imkânlardan faydalanarak ders dışı zamanlarını değerlendirmektedir. Öğrenciler için güzel sanatlara özgü etkinlikler, Türk Sanat Müziği, Türk Halk Müziği, Pop ve Rock Konserleri, Halk Oyunları, Tiyatro ve benzeri alanlarda yeteneklerine göre etkinlikler düzenlenmektedir. Bu etkinlikler genelde öğrenci kulüpleri aracılığı ile yapılmaktadır. Ayrıca kulüplerin düzenlediği diğer aktiviteler arasında, Satranç Turnuvası, Perşembe Sineması, Kuş Gözlem Gezileri, Bilişim Haftası etkinlikleri de bulunmaktadır. Üniversitemizce belirli gün ve haftalarda sempozyum, panel, konferans, sergi gerçekleştirilmekte, piknik turizm ve eğitim amaçlı gezilerin yanı sıra her yıl Nevruz Bayramı Şenlikleri, Tiyatro Festivali, Kayseri Kültür ve Sanat Haftası, Spor ve Bahar Şenliği ve Yaz Kampları düzenlenmektedir.

Ayrıca, üniversiteler arası tiyatro festivali düzenlenmekte, çeşitli üniversitelerin tiyatro grupları ile ünlü tiyatro sanatçılarının oyun ve söyleşilerinin yer aldığı zengin bir program sergilenmektedir. Avrupa Topluluğu Kulübü öğrencileri uluslararası kış festivalini düzenli olarak organize etmektedir. Senfoni ve Oda Orkestraları, çeşitli üniversitelerin ve kuruluşların müzik ve tiyatro gruplarının yanı sıra öğrenci topluluklarının dinletileri, ünlü sanatçıların özel gösterileri yapılan etkinliklerden bazılarıdır. Üniversitemizin çeşitli fakülte, yükseköğretim ve enstitülerinde kültürel ve bilimsel amaçlı dergiler yayınlanmaktadır. Düzenlenen konferanslar, sempozyumlar, paneller ve seminerler bir kitap halinde okuyucuların hizmetine sunulmaktadır.

Sadece Türk siyasî ve askerî tarihinde değil, dünya tarihi üzerinde de büyük önem taşıyan ve izdüşümleri bulunan Balkan Savaşları ile Çanakkale Savaşlarının üniversitemiz gençliğince daha iyi anlaşılması ve Milli Mücadele Ruhu'nu gençlerimize verilebilmesi için, 1999 yılından itibaren her yıl düzenli olarak Bursa, Çanakkale, Edirne ve Ankara illerine turlar düzenlenmektedir.

Kültür ve Sanat Etkinlikleri

Üniversitemizde Ulusal ve Uluslararası Konferans, Sempozyum, Seminer, Sergi, Toplantı, Konser, Çalıştay, Kongre, Tiyatro Gösterimi ve daha çeşitli kategorilerde etkinlikler düzenlenmektedir.

Her yıl Mayıs ayında Üniversitemizin Marianne Molu Anfi Tiyatrosu'nda gerçekleştirilen Öğrenci Bahar Şenliği büyük bir coşku ve heyecanla kutlanmaktadır. Şenlikte Türkiye'nin ünlü sanatçılarıyla beraber sosyal, kültürel ve birçok faaliyetlerle öğrenciler bir yılın yorgunluğunu atarak final sınavlarına yüksek moralle hazırlanmaları sağlanmaktadır. Türkiye'nin dört bir yanından gelen öğrenciler ve Kayseri halkının da katılımıyla şenlik bir festival havasında kutlanmaktadır.

Öğrenci Kulüpleri:

Öğrenci kulüpleri, Rektörlük bünyesindeki Öğrenci Faaliyetleri Komisyon Başkanlığı'na bağlı olarak faaliyet göstermektedir. Öğrenci Faaliyetleri Komisyon Başkanlığı; kulüp veya topluluk oluşumu, ihtiyaç duyulan mekân, malzeme, araç ve gereç taleplerinin temin

¹⁰³ Diğer alanlar ve altyapı ile ilgili kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 2, Ek 21, Ek 60, Ek 40, Ek 44, Ek 57, Ek 58, Ek 59, Ek 61, Ek 64, Ek 77.

edilmesi, bilimsel ve sosyal teknik gezi faaliyetlerine katılımlar için maddi desteğin sağlanması, öğrencilerin üniversitelerarası etkinliklere katılabilmeleri için gerekli yolluk-yevmiye ve maddi desteğin sağlanması, alanında ünlü bilim insanı, yazar, sanatçı ve eğitim uzmanlarının davet edilmesi esnasında ihtiyaç duyulan desteğin kurum imkânlarıyla sağlanması, öğrencilerimizin bilimsel, sosyal, teknik gezi faaliyetleri, kültürel, sanatsal ve sportif etkinliklerde bulunmalarını sağlamak amacıyla Sağlık Kültür ve Spor Daire Başkanlığına bağlı olarak çalışan bir birimdir.

Öğrenci Faaliyetleri Komisyonu ile faaliyetleri sürdüren öğrencilerimiz tarafından oluşturulmuş 10 platform ile toplam 149 kulüp ve topluluk bulunmaktadır.

Erciyes Üniversitesi'nde yer alan öğrenci toplulukları şunlardır:

Kulüpler ve Topluluklar	
Sağlık Platformu	<ul style="list-style-type: none"> •Sağlıklı Yaşam Kulübü •Türk Tıp Öğrenci Topluluğu •Sağlık ve İyilik Hareketi Topluluğu •Gastronomi Kulübü •Yeşil Nefes Ağaç Kulübü •Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kulübü •Leyladan Sonra Erciyes Topluluğu •Hemşirelik Kulübü •Helal Gıda ve Beslenme Kulübü •Lösev Fayda Topluluğu •Veteriner Hekimliği Tarihi ve Bilimi Topluluğu •Ekoloji Kulübü •Doğal Yaşam Kulübü •Koruyucu Hekimlik ve Bilinçli Hayvancılık Kulübü •Nörobilim Kulübü
İktisat ve İşletme Platformu	<ul style="list-style-type: none"> •Turan Bilim Sanat ve Kültür Kulübü •İşletme Ekonomi Kulübü •Uluslararası İlişkiler Kulübü •Maliye Kulübü •Turizm İşletmeciliği Kulübü •Hava İşletmecileri Kulübü •Harita Topluluğu •Genç Ortam Kulübü •İktisat Kulübü •Siyasal Bilimler Kulübü •Sosyal Girişimcilik Kulübü •Üniversiteli Girişimciler Kulübü •Kitap Kulübü •Erciyes Women in Business •Genç Girişim ve Gelişim Kulübü
Bilim Ve Kültür Platformu	<ul style="list-style-type: none"> •Nizam ve Adalet Kulübü •Bilimsel Araştırma Topluluğu •Milli Türk Talebe Birliği Kulübü •Bilimkurgu Sanat ve Fantastik Evrenler Topluluğu •Türk Yurdu Kulübü •Çağrı Kulübü •İlim Sanat ve Teknik Kulübü •Tut Elimden Kulübü •Girişimci Hukukçular Kulübü •Tarih Araştırmaları Kulübü

	<ul style="list-style-type: none"> •Bilgi ve Değerler Kulübü
Kültür Sanat Platformu	<ul style="list-style-type: none"> •Kore Kültür Topluluğu •Sanat Tarihi Kulübü •Stratejik Etüt ve Tarih Kulübü •Medya İletişim ve Fikir Kulübü •İletişim Kulübü •Radyo Sinema ve TV Kulübü •Fotoğrafçılık Kulübü •Müzik Kulübü •Halk Oyunları Kulübü •Dans Kulübü •Genç Adam Kulübü •İnovatif Gençler Kulübü •Felsefe Kulübü •Türk Dünyası Kulübü •Veteriner Fakültesi Öğr.Bil. Kül. ve Sant Kulübü •Türk Rus Sosyo Kültürel Etkileşim Kulübü •Genç Kadın ve Demokrasi Kulübü •Kafkas Kültür ve Sanat Topluluğu •Türk İslam Medeniyeti Topluluğu
Fen Platformu	<ul style="list-style-type: none"> •Eczacılık Kulübü •Tarım ve Hayvancılık Kulübü •Kök Hücre ve Bilimsel Araştırma Kulübü (ERKÖK) •Astronomi Kulübü •Endüstri ve Bilim Kulübü •Gıda Mühendisliği Topluluğu •Matematik Topluluğu •Mimarlık Topluluğu •Mühendislik Topluluğu •Çevre Mühendisliği Kulübü •Kimya Topluluğu •Erü. Eczacılık Fak.Öğrenci Topl.
Teknoloji Platformu	<ul style="list-style-type: none"> •Toplumsal Teknoloji Kulübü •Yapay Zeka Bilgi Teknolojisi ve Güvenliği Klb. •Bilişim Kulübü •Havacılık Kulübü •İnşaat Kulübü •Kentsel Tasarım Kulübü •Mekatronik Topluluğu •Makine Kulübü •Endüstriyel Tasarım Kulübü •İEEE Eletronik Kulübü •Enerji Sistemleri Kulübü •Temiz ve Yenilenebilir Enerji Kaynakları Kulübü •İskele Kulübü •İnovatif Düşünce Kulübü •Elektrik-Medikal Öğrencileri Gençlik Kulübü •Biyomedikal Teknolojiler Kulübü •Mühendisler Birliği Kulübü •Nanoteknoloji ve İnovasyon •Amatör Telsizcilik Kulübü •Tekstil Mühendisliği Kulübü
Sosyal Faaliyetler Platformu	<ul style="list-style-type: none"> •ERÜ Genç Birlik Kulübü

	<ul style="list-style-type: none"> •Kızılay Gençlik Kulübü •Farkındalık İçin Paylaşım ve Atılım Kulübü •Yeniler Kulübü •Kardeşlik ve Dostluk Kulübü •Sosyoloji Topluluğu •Köprü Kulübü •Hukuk Kulübü •Bilinçli Gençler Kulübü •Genç Tema Kulübü •Sosyal ve Kültürel Paylaşım Kulübü •Kalem Düşünce Kulübü •Etik Kulübü •Damla Kulübü •Ulak Öğrenci Kulübü •Kayseri Toplum Gönüllüleri Kulübü •Yerli Düşünce Kulübü •Rehber Gençlik Kulübü •Renkli Düşünceler Kulübü •Disiplinler Arası Araştırma ve Geliştirme Kulübü •Minager Gençlik Kulübü •ERÜ Sosyal Sorumluluk Kulübü •Genç Yeşilay •Üniversiteli Aktif Gençlik Kulübü •Sosyal Erciyes Kulübü •Türk Gençlik Kulübü •Çocuk Hakları Kulübü •Senin Dolabın Kulübü
Spor Faaliyetleri Platformu	<ul style="list-style-type: none"> •Pozitif Gençlik ve Spor Kulübü •Dağcılık Kulübü •Atçılık Kulübü •Binicilik Kulübü •Geleneksel Türk Okçuluğu Kulübü •Etik Taraftar Kulübü •Sosyal Aktiviteler ve İzcilik Kulübü •Doğa ve Kamp Kulübü •Buz Aktiviteleri Kulübü •Üniversite Kapalı Kale Kulübü •Rekreasyon Kulübü
Eğitim ve Edebiyat Platformu	<ul style="list-style-type: none"> •Adalet Kulübü •Ebedi Gençlik Kulübü •Çin Dili Araştırma Topluluğu •Japonoloji Kültür Topluluğu •Klasik Türk Edebiyatı Kulübü •Osmanlı Kültür ve Medeniyet Kulübü •Akademik Düşünce Eğitim Medeniyet Topluluğu •Türk Eğitim Kulübü •Yedi Hilal Kulübü •Kültür Sanat Eğitim Topluluğu •Türk Halk Bilimi Kulübü •İngilizce Konuşma Dili (English Speaking Club)
Tiyatro Platformu	<ul style="list-style-type: none"> •Görsel Sanatlar Kulübü •Tiyatro Kulübü-Etak Deneme Sahnesi •Düşler Sahnesi Sanat Tiyatro Topluluğu

	<ul style="list-style-type: none">•Güzel Sanatlar Tiyatro Ekibi•Kampüs Tiyatro Topluluğu•Yaratıcı Drama Eğitsel Oyun Topluluğu•Diş Hekimliği Tiyatro Topluluğu
--	---

Burs Hizmetleri:

Üniversitede okuyan başarılı ve ihtiyaç sahibi öğrencilere Gençlik ve Spor Bakanlığına bağlı Kredi ve Yurtlar Genel Müdürlüğü tarafından her eğitim ve öğretim yılı başında burs hizmeti verilmektedir. Ayrıca kamu, özel kurum ve kuruluşlar tarafında da burs imkânı sağlanmaktadır. Üniversitemiz tarafından da, ihtiyaç sahibi öğrencilere ücretsiz yemek bursu verilmektedir. Erciyes Üniversitesi Vakfı da, ÖSYM tarafından gerçekleştirilen sınavda ilk 1000'e giren ve üniversitemizi tercih eden öğrencilere burs imkânı sunmaktadır.

Öğrenci Sosyal Yardımlaşma Merkezi:

Öğrenci Sosyal Yardımlaşma Merkezi, Sosyal Hizmetler Şube Müdürlüğü bünyesinde, ihtiyaç sahibi öğrencilerimizin giyim ve benzeri malzemelerini karşılamak amacıyla kurulmuştur. Merkez, hayırsever vatandaşlarımız, firmalar ve Erciyes Üniversitesi'nin akademik ve idari personelinin aynı yardımlarıyla faaliyetini sürdürmektedir.

Altyapı Hizmetleri:

Spor Tesisleri

Öğrencilerimizin sportif etkinliklere iştiraklerini sağlamak amacıyla üniversitemiz bünyesinde, "Erciyes Üniversitesi Spor Kulübü" kurulmuştur. Bu çerçevede çeşitli dallarda fakülte ve yüksekokullar arası müsabakalar düzenlenmekte ve her yıl "Rektörlük Kupası" ve "Bahar Şenliği" adı altında spor şölenleri tertiplenmektedir. Öğrenciler her alanda, düzenlenen müsabakalara da katılmaktadırlar.

Üniversitemiz öğrencilerinin günün her saatinde spor yapabilme imkânına sahip olduğu çok sayıda kapalı ve açık spor tesisleri bulunmaktadır. Kampüs alanı içerisinde 2500 seyirci kapasiteli Süleyman Demirel Spor Salonu Uluslararası standartlarda olup; basketbol, voleybol, badminton, hentbol gibi sporların yapıldığı, jimnastik, kondisyon ve masa tenisi salonlarından oluşan modern bir spor salonudur.

Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Kapalı Spor Salonu ise 1500 kişi kapasitelidir. Sümer Kampüsünde 500 seyirci kapasiteli spor salonu bulunmaktadır. Yine Kayseri'de kampüs içerisinde öğrencilerimizin yararlandığı 250 seyirci kapasiteli 80. Yıl Atatürk Kapalı Halı Sahası, ikisi uluslararası standartlarda olmak üzere 4 adet açık tenis kortu,4 adet açık basketbol sahası, 2 adet açık voleybol sahası, yarı olimpik kapalı yüzme havuzu ve 3 adet açık mini futbol sahası bulunmaktadır. Kapalı yüzme havuzu, step-aerobik salonu, kondisyon salonu, güneşlenme terası, soyunma ve duş kabinleri ile öğrencilerimizin hizmetine sunulmuştur. Kış sezonu boyunca Erciyes Kayak Merkezi'ne hafta sonlarında, otobüs seferleri düzenlenerek öğrencilerimizin bu merkezden yararlanmaları da sağlanmaktadır. Ayrıca, Erciyes Dağı Tekir Yaylası'nda yaptırılan Yüksek İrtifa ve Spor Bilimleri Araştırma ve Uygulama Merkezi, İlk Yardım İstasyonu, Yükseklik Fizyolojisi Araştırma Enstitüsü ve 100 yataklı kayak tesisleri öğrencilerimize hizmet vermektedir.

Sabancı Kültür Sitesi

Sabancı Vakfı tarafında yaptırılarak Üniversitemize bağışlanan Sabancı Kültür Merkezi, 1986 yılından bu yana hizmet vermektedir. Üniversitemizde düzenlenen sosyal ve kültürel

faaliyetlerin merkezi konumundaki binada 424 kişilik kongre salonu, 50 m2 alana sahip 70 pano kapasiteli sergi salonu ve kafeterya salonu bulunmaktadır.

Üniversitemizde yer alan diğer konferans salonları şunlardır:

- Tıp Fakültesi Konferans Salonu
- İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Konferans Salonu
- Nuri-Zekiye Has Enstitüler Binası Konferans Salonu
- Mühendislik Fak. Konferans Salonu
- Turizm İşl. Otel. Y.O Konferans Salonu
- Güzel Sanatlar Fak. Konferans Salonu
- İlahiyat Fakültesi Konferans Salonu
- İletişim Fakültesi Nurcan Çetinsaya Konferans Salonu
- Makbule Küçükçalık Yabancı Diller Yüksek Okulu Konferans Salonu
- Gevher Nesibe Hastanesi Başhekimlik Konferans Salonu
- Fen-Edebiyat Fakültesi Konferans Salonu

Marianne Molu Amfisi

Kampüs içinde bulunan, hayırsever işadamı Dr. Sait Molu tarafından yaptırılarak üniversitemize bağışlanan amfide üniversitemizin öğrenci bahar şenlikleri, yaz konserleri ve açık hava etkinlikleri düzenlenmektedir.

Yurtlar:

- Kredi ve Yurtlar Kurumu Yurtları
- Demir Karamancı Bilim Sitesi

Yemekhaneler:

- Personel Yemekhanesi
- Öğrenci Yemekhanesi
- Gevher Nesibe Hastanesi Yemekhanesi
- Kampüs genelinde çeşitli restoran ve kafeler
- Sağlık Hizmetleri:
- Erciyes Üniversitesi Hastanesi
- Erciyes Üniversitesi Dış Hekimliği Fakültesi

7.2.2 Öğretim elemanları, idari personel ve destek personeline sağlanan ofis olanaklarını anlatınız.

Fakültemizde öğretim üye ve yardımcılarının kullanımında olan Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünde 14, Gazetecilik bölümünde 10, Radyo, Televizyon ve Sinema bölümünde 16, İdari personelin kullanımında 11, destek personeli için 2 ofis bulunmaktadır. Tüm odalarda bilgisayar ve internet bağlantısı mevcuttur. Konferans salonu, akademik toplantı odası ve lisansüstü eğitim salonları ihtiyaç duyan bölümler tarafından ortaklaşa kullanılmaktadır

7.3 Çağdaş Öğrenim Araçları ve Bilişim Altyapısı¹⁰⁴

7.3.1 Öğrencilere çağdaş öğrenim araçlarını kullanmayı öğrenmeleri için sağlanan olanaklar

Tüm sınıflarımızda bilgisayar ve projeksiyon cihazı mevcut olup internete bağlanabilmektedir. Öğrencilerimiz derslerle ilgili hazırladıkları ödevleri bu cihazlarla sunabilmektedir. Ayrıca fakültemizde mevcut olan iki adet bilgisayar laboratuvarı bulunmaktadır. Bu laboratuvarlar bilgisayar derslerinde ve öğrencilerin ödev ile proje yapımında kullanılmaktadır. Özellikle Mesleki Tasım Çalışmaları, Web Tasarımı derslerinde bu laboratuvarlarda ilgili öğretim elemanınca ders içeriklerine uygun programlarda çalışabilmektedirler. 2009 yılında kurulmuş olan Halkla İlişkiler Atölyesi (Muazzam Fikirler Dükkânı) ve 2014 yılında kurulmuş olan Reklam Atölyesinde (Evreka) ise öğrencilerimiz kampanya derslerinde istenilen içerikleri ve sunumları hazırlayabilecekleri donanımla tefriş edilmiştir.

Bölümümüzde derslerde, derslerin içeriğine göre öğrenciler alanlarıyla ilgili bilgisayar yazılımlarını, kamera, fotoğraf makinası gibi araçları kullanmayı öğrenirler. Dersler dışında da atölyelerde öğrenciler uygulama birimi sorumlusu ve alanında uzman öğretim elemanları rehberliğinde mesleki eğitim alırlar. Öğrenciler buralarda da alanlarıyla ilgili çağdaş araçları kullanmayı öğrenirler ve kullanırlar. Uygulama birimleri dışında da öğrencilerin kullanabileceği bilgisayar laboratuvarları mevcuttur.

Uygulama Birimleri: Gazetecilik Bölümü'ne ait Gazete ERÜ, Fotoğrafçılık Atölyesi ile birlikte; Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü'ne ait olan ERÜ TV, Erciyes Film Atölyesi (EFA), Haber Atölyesi, Radyo Atölyesi ve Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümlerine ait olan HİT Atölyesi (DÜKKÂN), Reklam Atölyesi (EVREKA) gibi uygulama birimleri sayesinde öğrencilerin çağdaş öğrenim araçlarını kullanmayı öğrenmeleri sağlanmaktadır.

7.3.2 Öğrencilerin ve öğretim elemanlarının kullanımına sunulan bilgisayar ve enformatik altyapılar

Her öğretim üyesinin ofisinde kendi kullanımına ait bir bilgisayar ve internet bağlantısı bulunmaktadır. Ayrıca fakültemizde öğrencilerin kullanımına sunulan laboratuvar, uygulama birimleri ve stüdyolarda bilgisayar ve internet bağlantıları mevcuttur.

Erciyes Üniversitesi Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi'nde ve yerleşkenin tamamında kablolu ve kablosuz internet bağlantısı mevcuttur. Öğretim elemanı ve öğrenciler kablolu ve kablosuz internet bağlantısından diledikleri gibi yararlanabilirler. Her öğretim elemanına bir adet bilgisayar tahsis edilmiştir. Bununla beraber, sınıfların tamamında, bilgisayar laboratuvarında, atölyelerde ve kurgu birimleri gibi alanlarda öğrencilerin kullanımına açık, internet erişimi olan bilgisayarlar mevcuttur.

Öğrenci ve öğretim elemanlarımız mobil telefonlarında "eduroam" kablosuz ağ bağlantısı üzerinden internet bağlantısı kurabilmektedirler. Ayrıca Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı'nın üyesi olduğu aşağıda listelenen online veri tabanlarına ulaşma imkânı bulunmaktadır. Öğrenci ve öğretim elemanları buradaki veritabanlarını kullanarak araştırma yapabilmektedirler.

American Chemical Society (ACS)	İdealonline Veritabanı	Proquest Dissertations and Thesis Abst&FT
---------------------------------	------------------------	---

¹⁰⁴ Çağdaş öğrenim araçları ve bilişim altyapısına ilişkin kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 32, Ek 38, Ek 60, Ek 73, Ek 81.

American Institute of Physics (AIP)	IEEE Xplore	REAXYS
American Physical Society (APS)	InCites Benchmarking & Analytics	SAGE Journals (Premier)
ASCE (The American Society of Civil Engineers)	Institute of Physics (IOP)	Science Online
ASTM	iThenticate	ScienceDirect
BioOne	Journal Citation Reports	Scopus
CAB Abstract	JSTOR (The Scholarly Journal Archive)	Sobiad
Clinical Key	Kanunum.com	SpringerLINK
Dentistry & Oral Sciences Source Veritabanı	JURIX	Taylor & Francis Online Journals
EBSCO eBook Academic Collection	Kazancı Hukuk	Turnitin
EBSCOHOST Web	Kore Nurimedia Akademik DBpia Veritabanı	TURCADEMY
Emerald	Mendeley Institutional Edition (MIE)	ULAKBİM Ulusal Veri Tabanları
HeinOnline	Nature Publishing Group Journals	UpToDate
OVID-LWW	Wiley Online Library	Web Of Science

Ayrıca, Üniversitemiz Bilgi İşlem Daire Başkanlığı Erciyes Üniversitesi'nin tüm birimlerindeki öğrencilere, öğretim üyelerine ve çalışanlarına internet, web, ağ, sistem destek, yazılım geliştirme, eğitim, AR-GE alanlarında hizmet vermektedir.

Network Gurubu Hizmetleri

- Kablosuz Ağ hizmetinin üniversite geneline kurulumu ve hizmetin sağlanması
 - a) Erciyes-Kablosuz
 - b) EDUROAM
- Üniversite genelinde data-internet bağlantı problemlerinin tespiti ve çözümü
- Üniversite güvenlik yazılımının yönetimi ve güvenlik.

Sistem Grubu Hizmetleri

- E-posta Hizmeti ve yönetimi
- DNS hizmeti ve yönetimi
- Erciyes Üniversitesi Ders Materyalleri Hizmeti
- Proxy - Veritabanı Erişim Hizmeti
- Dspace Açık Arşiv Hizmeti
- Mailman E-posta Grup Yönetim Hizmeti
- Sanallaştırma Kullanılarak Sunucu Tahsisi Hizmeti
- Autocad, Matlab vb. Yazılımların Lisans Sunucu Yönetim Hizmeti
- Windows, Linux ve Unix üzerindeki diğer uygulamalar konularında hizmet verilmektedir.

Web Hizmetleri

- Web Sitesi Barındırma Hizmeti (Hosting)
- ERU Portal Eğitim Birimleri
- ERU Portal Araştırma Merkezi
- ERU Portal İdari Birimler
- FTP Servis Hizmeti
- Veri Tabanı Hizmeti
- Video Barındırma Hizmeti
- Online Anket Hazırlama Portalı
- ERÜ Telefon Rehberi
- ERÜ İhaleleri
- ERÜ Mobil Uygulaması

Proje Destek Grubu Hizmetleri

- Üniversitemizde kullanılan EBYS (Elektronik Belge Yönetim Sistemi) yazılımına teknik destek vermektedir.

Bilgi yönetim sistemleri olarak ise;

- Öğrenci Bilgi Sistemi
- Webmail Posta Servisi
- ERÜ Ders Materyalleri Portalı
- Erciyes Mobil gibi sistemler kullanılmaktadır.

7.4 Kütüphane

Erciyes Üniversitesi Kütüphanesi; bilimsel çalışma, öğretim, öğrenim ve araştırmalarda yararlanılmak üzere kurulan bir örgüttür. Kütüphanenin amacı; üniversite bünyesinde faaliyet gösteren, akademik ve idari personele, öğrencilere gerekli bilgi kaynaklarını sağlamak ve belirli bir sisteme göre düzenleyerek hizmete sunmaktır.

Kadir Has Merkez Kütüphanesi'nde, tıp dışı kitaplar Library Congress (LC), Tıp Koleksiyonu National Library Of Medicine (NLM), tasnif sistemlerine göre sınıflandırılmakta ve açık raf sistemine göre hizmete sunulmaktadır.

Kütüphanede mevcut bütün materyal Yordam 2001 Kütüphane Bilgi-Belge Otomasyonu adlı program kullanılarak elektronik ortama aktarılmış ve internet üzerinden kullanıcıların hizmetine açılmıştır.

Elektronik kaynak kullanımı 2001 yılında veri tabanı aboneliğiyle başlamış olup, bunu sırasıyla 2005 yılında elektronik kitap, 2006 yılında da elektronik tezler izlemiştir. İnternet üzerinden erişilen elektronik kaynaklar ile geniş bir kesime hızlı ve doğrudan hizmet verilmektedir. Ayrıca kütüphanenin her katında kablosuz internet erişimi mevcuttur.

Merkez Kütüphanede;

Kitap Salonu:96957 adet tıp dışı kitap yer almaktadır.

Tıp Kitap Salonu:14716 adet kitap mevcuttur.

Sürelî Yayın Salonu:3115 dergi başlığı mevcuttur.

Konferans salonu:128 kişilik kapasiteye sahiptir.

Gör-İşit Salonu: Eğitim amaçlı bilimsel, kültürel ve sanat içerikli filmlerin izlenebildiği, müzik dinlenilebilen, 1 grup, 2 tek kişilik izleme odası, 96 bilgisayarın yer aldığı bir salondan oluşur. Kütüphanemizde kablosuz internet mevcuttur.

Görme Engelliler Birimi: Gör-İşit Salonunda hizmet veren birim; engelli kullanıcılara yönelik yazılım ve donanıma sahiptir.

Okuma Salonu,

Prof. Dr. M. Altay Köymen Kitaplığı,

Prof. Dr. Mehmet Kaplan Kitaplığı,

Hakkı Atamulu Sanatçı Evi: Heykeltıraş Hakkı Atamulu'nun derlediği ve kendi eserlerinden oluşan bir koleksiyon sergilenmektedir.

Kitap Satış Bürosu: Üniversitemiz tarafından basılan yayınların satışı yapılmaktadır.

Kütüphane koleksiyonumuzda:

-9173 adet uzmanlık, yüksek lisans ve doktora tezi

-1533 adet DVD, VCD, CD

-Abone olunan 57 adet veri tabanları aracılığıyla 253.206 e-kitaba, 50.374 e-dergiye ve 5.402.547 e-teze İnternet üzerinden erişmek mümkündür.

Kampüs içerisinde; İlahiyat Fakültesi Kütüphanesinde 50731 adet kitap, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Kütüphanesinde 13418 adet kitap, Edebiyat Fakültesi Kütüphanesinde 35762 adet kitap, Hukuk Fakültesi Kütüphanesinde 14058 adet kitap, Develi Sami Tutum Kütüphanesinde 35793 kitap ve 15 Temmuz Kütüphanesinde de 35505 adet kitap bulunmaktadır.

Ayrıca üniversitemiz Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı, Web Of Science, ScienceDirect, Scopus, EBSCO eBook Academic Collection, EBSCOHOST Web ve ULAKBİM Ulusal Veri Tabanlarına ulaşma imkânı sunmaktadır.

7.5 Özel Önlemler¹⁰⁵

7.5.1 Öğretim ortamında ve öğrenci laboratuvarlarında alınmış olan güvenlik önlemleri

Fakültemiz İş sağlığı ve Güvenliği Kurulu üçer aylık aralıklarla toplantılar yapmaktadır. Bu toplantılarda alınan kararlar uygulanmaya çalışılmaktadır. Fakültemizde güvenlik önlemleri kapsamında aşağıdaki işler yapılmıştır.

- Fakültenin tüm elektrik tesisatının ölçümleri yaptırılmıştır. Verilen rapora göre Üniversitemiz Yapı İşleri Teknik Daire Başkanlığı tarafından tüm tesisat elden geçirilerek gerekli tesisat, elektrik panosu, kaçak akım rolesi, üçlü priz v.s. değişikliği ve takviyesi yaptırılmıştır.
- Yangın tüpleri yenilenerek uygun yerlere asılmıştır.
- Yangın söndürme hortumlarının çalışır durumda olup olmadığı kontrol edilmiştir.
- Sesli uyarı cihazları kontrol edilmiştir.
- Işıklı uyarı cihazlarının yapım süreci değerlendirme aşamasındadır.

¹⁰⁵ Özel önlemler ile ilişkili kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 62, Ek 64.

- Elektrik kesintisinde yanacak Ledli lambaların yapım süreci değerlendirme aşamasındadır.
- ERÜ TV stüdyolarındaki elektrik problemi çözülmüştür.
- Elektrik panolarına “çok tehlikeli” yazıları asılmıştır.
- Elektrik Pano önlerine lastik paspas yapılmıştır.
- Pandemi sürecinde tüm personel ve öğrenci lavabo ve tuvaletlerine sıvı deterjan kutusu, kâğıt havlu ve tuvalet kâğıdı aparatları takılmış eksikler giderilmiştir.
- Bina girişine dezenfektan aparatı takılmıştır. Uyarı ve yönlendirme yazıları asılmıştır.
- Tüm katlara tıbbi atık kutuları yerleştirilmiştir.
- Tüm katlara geri dönüşüm kutuları yerleştirilmiştir.
- Fakültenin çevre aydınlatması bulunmaktadır.
- Fakültenin çevresi ve içerisindeki ortak kullanım alanları kamera sistemi ile takip edilmektedir.
- Derslikler girişinde eğitim öğretim döneminde iki güvenlik görevlisi bulunmaktadır.

7.5.2 Engelliler için alınmış olan altyapı önlemleri

Fakültemizde;

- Arş. Gör. Dr. Burak ÜNLÜ Engelsiz Kampüs Birim Koordinatörü olarak görevlendirilmiştir.
- Engelli öğrencilerimiz için derslikler binası zemin kata bir bayan bir erkek tuvaleti yapılarak öğrencilerin kullanımına sunulmuştur.
- Engelli öğrenciler için derslikler binasına bir adet engelli asansörü yapılmıştır.
- Derslikler binası girişine engelli rampası yapılmıştır.
- Görme engelli öğrencilere sınavlarda ayrı bir salonda gözetmen nezaretinde sınav yapılmaktadır. Bu durum hazırlanan sınav programında işaretlerle gösterilmektedir. Ayrıca Arş. Gör. Dr. Burak ÜNLÜ sınav takvimi ile birlikte özel sınav kağıdı hazırlaması gereken öğretim elemanlarının listesini bölüm başkan yardımcıları aracılığıyla ilgili bölüme ulaştırmaktadır.
- Görme engelli öğrencilere ders notları pdf olarak ders hocaları tarafından gönderilmektedir.

Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı 20 Haziran 2006 tarih ve 26204 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren “Yükseköğretim Kurumları Özürlüler Danışma ve Koordinasyon Yönetmeliği”ni çıkarmıştır. Yönetmeliğin 8. maddesinde “Yükseköğretim kurumları özürlü öğrenci birimleri” tanımlanmakta ve her bir üniversitede kurulması öngörülmektedir. Yönetmelik gereği 2008 yılında Erciyes Üniversitesi Özürlü Öğrenci Birimi kurulmuştur.

Haziran 2013 tarihinde ise, isim değişikliği ile birlikte Erciyes Üniversitesi Engelsiz Kampüs Birimi, faaliyetlerini sürdürmektedir. Erciyes Üniversitesinde öğrenim gören engelli öğrencilerin, üniversite çalışanlarının ve kampüsle bağlantılı olan diğer tüm engelli bireylerin

akademik, idari, fiziksel, psikolojik, barınma ve sosyal alanlarla ilgili ihtiyaçlarını tespit etmek, bu alanda yapılması gereken çalışmaları planlamak, uygulamak, geliştirmek ve çalışmaların sonuçlarını değerlendirmek üzere Rektörlüğe bağlı olarak faaliyet göstermektedir¹⁰⁶

¹⁰⁶ Bkz. <https://engelsiz.erciyes.edu.tr/>

Ölçüt 8: Kurum Desteği ve Parasal Kaynaklar¹⁰⁷

8.1 Bütçe Süreci ve Kurumsal Destek

Erciyes Üniversitesi bir devlet üniversitesi olması nedeniyle başlıca kaynakları devlet tarafından karşılanmakta olup Fakültenin ana mali kaynağı da Erciyes Üniversitesi bünyesinde İletişim Fakültesi'ne tahsis edilen bütçeden karşılanmaktadır. Bu çerçevede öğretim üye ve elemanları ile diğer çalışanların maaşları devlet tarafından ödenmektedir. Bölüm Başkanlıkları tarafından sunulan harcama talepleri, İletişim Fakültesi Dekanı tarafından tahsis edilen bütçe çerçevesinde karşılanmaktadır. Elektrik, su giderleri ve Fakülteye ilişkin onarım giderleri ise Rektörlük ve İletişim Fakültesi bütçesinden karşılanmaktadır.

Bütçenin devlet tarafından karşılanan kısmı dışındaki başlıca kaynaklar aşağıda listelenmiştir:

- Öğrenci katkı payları: Devlet tarafından belirlenen ve öğrenciler tarafından ödenen harçlardan bir miktar ödenek gelmektedir.
- Döner sermaye gelirleri: Fakültede döner sermaye gelirleri düzenli olmamakla birlikte, bundan sonraki süreçte artması yönünde çalışmalar yapılması düşünülmektedir.
- Araştırma projeleri: Fakültede yürütülen projelere BAP, AB vb. fonlardan sağlanan desteklerin de, altyapı ve teçhizat açısından fakülteye destek sağladığı düşünülebilir

Tablo 8.1 Parasal Kaynaklar ve Harcamalar
[Erciyes Üniversitesi- Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi]

Harcama kalemi	Mali Yıl		
	Önceki yıl (Gerçekleşen) (TL)	Başvurunun yapıldığı yıl (Bütçelenen) (TL)	Sonraki yıl ⁵ (Bütçelenen) (TL)
Ücretler ¹	5.605.012,61	6.381,000,00	
Yolluklar	6.000,00	19.000,00	
Hizmet alımları	106.000,00	154,000,00	
Tüketim malları ve malzemeleri alımları	5.483,00	7.000,00	
Bakım ve onarım giderleri	7.171,00	8.000,00	
Yatırım harcamaları	0	0	
Döner Sermaye gelirleri ²	367,000,00	0	
Öğrenci harçlarından düşen pay ³	76.871,00	42.937,00	
Diğer ⁴			

¹Öğretim elemanlarının ek ders, döner sermaye vs. dâhil tüm gelirlerini belirtiniz.

²Döner sermaye gelirlerinden program kullanımı için ayrılan miktarı belirtiniz.

³Öğrenci harçlar fonundan program kullanımı için ayrılan miktarı yazınız.

⁴Miktar ve kaynak belirtiniz.

⁵Kurum ziyareti sırasında güncelleştirilmiş tabloların sağlanması gerekmektedir.

¹⁰⁷ Fakültemizdeki bölümlerin bağımsız bütçesi bulunmamaktadır.

8.2 Bütçenin Öğretim Kadrosu Açısından Yeterliliği

Erciyes Üniversitesi bir devlet üniversitesi olması nedeniyle öğretim üye ve yardımcılarının maaşları devlet tarafından ödenmektedir. Bu maaşların da yeterli seviyede olduğu söylenemez. Bununla birlikte, yurt içi bilimsel etkinliklere katılım desteği, fakülte bütçesi ile orantılı şekilde öğretim üyelerine sağlanabilmektedir. Üniversitemiz Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından desteklenen Bilimsel Araştırma Projeleri öğretim üyelerinin bilimsel çalışmalarına önemli bir kaynak oluşturmaktadır.

8.3 Altyapı ve Teçhizat Desteği

Altyapı ve teçhizatı temin etmek, bakımını yapmak ve işletmek için sağlanan parasal desteği anlatınız. Fakültenin altyapı ve teçhizat giderleri önemli ölçüde devlet tarafından karşılanmaktadır. ÖYP kapsamında gelen ödenek ile altyapı ve teçhizat giderleri karşılanabilmektedir. Ayrıca, rektörlüğümüz de gerektiği hallerde ve bütçelerinin elverdiği ölçüde Fakültemize ödenek sunabilmektedir. BAP projeleri ile yine makina ve teçhizat giderleri karşılanabilmektedir. Her yıl Rektörlük tarafından acil ihtiyaçlarda kullanılmak üzere ortalama 40.000 TL bütçe verilmektedir.

8.4 Teknik, İdari ve Hizmet Kadrosu Desteği

Fakültemizin teknik ve idari personel ihtiyaçları Erciyes Üniversitesi Rektörlüğü tarafından tahsis edilen kadrolarla karşılanmaktadır. Programımızın iş ve işlemlerinin sürdürülmesine destek veren fakültemiz teknik ve idari personellerimize ait sayı ve sorumluluk alanlarına dair bilgi aşağıdaki tabloda verilmektedir. Diğer yandan üniversitemizde öğrenci işleri ile alakalı tüm iş ve işlemler, yerleşke merkezinde bulunan öğrenci işleri merkez ofisinde çalışan personeller tarafından yürütülmektedir.

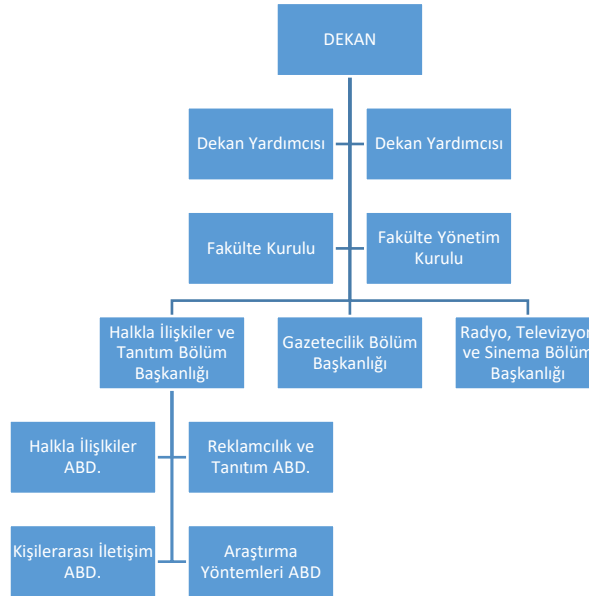
Görevi	Adedi	Teknik/İdari/Hizmet Kadrosu
Fakülte Sekreteri	1	İdari
Dekanlık Özel Kalem	1	İdari
Yazı İşleri	1	İdari
Bölümler Sekreteri	1	İdari
Muhasebe	1	İdari
ERÜ Tv Büro	1	İdari
Video Görsel Tasarım	1	Teknik
Bilgi İşlem	1	Teknik
Taşınır kayıt yetkilisi	1	Teknisyen
Destek Personeli	3	Hizmet kadrosu
Toplam	14	

Ölçüt 9: Organizasyon ve Karar Alma Süreçleri¹⁰⁸

9.1 Kuruluş ve yönetim yapısının, bu yapının ana kuruluş içindeki yeri, öğretim faaliyetleri ve destek hizmetleri arasındaki ilişkiler

Fakültemiz 2809 Sayılı Yükseköğretim Kurumları Teşkilatı Kanunu çerçevesinde 10 Ocak 2001 tarihli Resmî Gazetede yayımlanan 4617 sayılı kanunla kurulmuştur. Fakültenin bünyesinde Gazetecilik, Radyo Televizyon ve Sinema ile Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümleri mevcuttur. Fakültemiz akademik ve idari personel Dekanlığa bağlıdır. İki Dekan Yardımcısı ve Fakülte Sekreteri Dekana doğrudan bağlı olup yapılacak tüm idari ve akademik işlemlerde Dekana yardım ederler. Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi, Fakülte Sekreteri ise tüm idari personelin birinci disiplin amiridir. Harcamaları gerçekleştirme görevlisi, Yönetim Kurulu, Fakülte Kurulu ve Disiplin Kurulunda raportördür. Diğer tüm idari işlerde de eşgüdümü sağlamakla yükümlüdür.

Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Radyo Televizyon ve Sinema, Gazetecilik bölümlerinin başkanları doğrudan Dekana bağlıdır. Bölüm başkanlarına bağlı olarak çalışan bölüm başkan yardımcıları ve anabilim dalı başkanları bulunur. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nde dört ana bilim dalı bulunmaktadır. Bunlar; Halkla İlişkiler, Reklamcılık ve Tanıtım, Kişilerarası İletişim ve Araştırma Yöntemleri ana bilim dalıdır. Bölümdeki öğretim elemanlarının kadroları bu ana bilim dallarında yer alır. Bölüm kurulu bölüm başkanı başkanlığında mezkûr ana bilim dalı başkanları ile bölüm başkan yardımcısı/yardımcılarından oluşur. Fakülte Kurulu ve Fakülte Yönetim Kurulları yasal mevzuata göre ana bilim dalları ve akademik unvanlar gözetilerek oluşturulmakta ve kararlar bu kurullarda görüşülerek uygulanmaya geçmektedir. Bölümümüzün dekanlık içerisindeki yerini gösterir organizasyon şeması aşağıdadır.



9.2 Öğretim sonuçlarının değerlendirilebilmesi için gereken strateji, program ve yöntemler

Fakültemizde öğretim sonuçlarının değerlendirilmesi Bölüm Akademik Kurullarında, Fakülte Kurulu ve Yönetim Kurulunda yapılmaktadır. Kurullar karar alma aşamasında fakültemizde

¹⁰⁸ Organizasyon ve karar alma süreçleri ile ilişkili kanıtlar için bkz. Kanıt Klasörü Ek 11, Ek 41, Ek 45, Ek 48, Ek 63, Ek 65, Ek 66, Ek 67, Ek 70, Ek 71, Ek 77, Ek 78, Ek 83.

her bölümden bir temsilcinin olacağı şekilde teşekkül ettirilmiş kurul, komite ve komisyonların görev alanlarıyla ilgili yaptıkları faaliyetlerden, araştırmalardan, uygulamalardan elde ettikleri bilgiler, deneyimler ve gözlemlerden faydalanmaktadır. Fakültemizde otuz komisyon, kurul, komite ve koordinatörlük bulunmaktadır¹⁰⁹. Her komite, komisyon, kurul faaliyet alanına giren iş ve eylemlerin uygulanmasından, takibinden ve raporlaştırmasından sorumludur.

Bu komisyon, kurul ve komitelerden, ders programı hazırlama komisyonu, sınav programı hazırlama komisyonu, katalog sorumluları, dış staj komisyonu, stratejik plan hazırlama komisyonu, faaliyet raporu hazırlama komisyonu, akreditasyon komisyonu, kalite komisyonu, birim içi değerlendirme raporu hazırlama komisyonu, akademik değerlendirme kurulu, iç paydaş değerlendirme komitesi, dış paydaş değerlendirme komitesinin sorumluluk alanları, yaptıkları faaliyetler ve tuttıkları raporlar öğretim sonuçlarının değerlendirilmesinde kullanılabilecek veriler barındırmaktadır.

Stratejik Plan Hazırlama Komisyonu Komisyonlardan ve ilgili birimlerden elde edilen bilgiler çerçevesinde Stratejik Plan Raporu'nu hazırlar, dosyalar ve arşivler; kurumun SWOT analizini yapar¹¹⁰. Dört yıllık bir projeksiyon üzerine hazırlanan stratejik planlar fakülte ve bölümün gelecek planlamalarında yol gösterici olmaktadır.

Faaliyet Raporu Hazırlama Komisyonu her yıl komisyonlardan ve ilgili birimlerden elde edilen bilgiler çerçevesinde Fakülte Faaliyet Raporu'nu hazırlar, dosyalar ve arşivler.

Özellikle fakültenin iç ve dış paydaşları ile olan iletişim, organizasyon, işbirliği ve etkinlikleri düzenler, takip ve organize eden iç paydaş ve dış paydaş komisyonları ile fakültenin mezunları ile olan iletişim, organizasyon, işbirliği ve etkinlikleri düzenleyip, takip ve organize eden mezunlar komitesinin saha çalışması ile elde ettiği veriler öğretim sonuçlarının değerlendirilmesinde, geleceğe ait kararlarda yol gösterici olmaktadır.

9.3 Arşivleme yöntemi

Gizli evrak dışındaki tüm yazışmalar EBYS (Elektronik Belge Yönetim Sistemi) üzerinden yapılmaktadır. Kurum içi ve kurum dışı gelen giden tüm evrakların kaydı yapılarak Fakülte Dekanlığına arz edilir. Dekan, evrakı ilgili yerlere sevk eder ve gerekli işlem yapılır. Evrak çıktıları standart dosya arşivleme planı kapsamında ilgili klasöre takılır. Yılbaşında klasörler yenilenir ve önceki yıla ait klasörler arşivlenir. EBYS'ye kayıtlı tüm evraklara istenildiği zaman ulaşılabilmektedir. Öğretim elemanlarımız girdikleri derslerle ilgili tuttıkları ders sınav dosyasında ders planını, yoklama tutanaklarını, Sınav soru kâğıtlarını, sınavların cevap anahtarını, sınavlarda en yüksek, en düşük ve orta notu almış öğrencilerin sınav kâğıt fotokopilerini ve öğrencilerin dersteki başarı durumlarını gösterir belgeyi muhafaza etmektedirler. Komisyon, kurul ve komitelerde yaptıkları faaliyetleri kendi bünyelerinde muhafaza etmektedirler.

9.4 Yönetimin, iç işleyişi denetleyecek, sorgulayacak ve düzeltebilecek yöntemler

Fakültemiz her türlü karar, iş ve eylemlerinden iç ve dış denetime tabidir. Şeffaflık ve hesap verebilirliği sağlamak adına iç denetim İç Denetim Birim Başkanlığı'nca; dış denetim ise Sayıştay tarafından yapılmaktadır.

Bunun dışında üniversitemiz stratejik planı ile belirlenen misyon ve vizyonunu gerçekleştirmek üzere iç ve dış kalite güvence politikaları oluşturmak amacıyla Kalite

¹⁰⁹ <http://iletisim.erciyes.edu.tr/yonetim/komisyonlar/>

¹¹⁰ Bkz. http://iletisim.erciyes.edu.tr/files/petitions/stratejik_plan_2017-2018.pdf

Komisyonu oluştumuştur. Birimler Komisyonca oluşturulan birim dış değerlendirme sũrecine tabi tutulmaktadır. ˆlçek 4 Sũrekli iyileştirmede de ifade edildiği ũzere fakũltemiz Mart 2022’de Erciyes Ŭniversitesi Kalite Komisyonu tarafından gerçekteştirilen kurum içi birim dış değerlendirme sũrecinden başarıyla geçmiştir.

Bunun dışında her birim yıllık olarak birim içi değerlendirme Raporu’nu hazırlayarak yayınlamalıdır. Fakũltemizde, komisyonlardan ve ilgili birimlerden elde edilen bilgiler çerçevesinde Birim İçi Değerlendirme Raporunu hazırlamak, dosyalamak ve arşivlemek ũzere kurulan Birim İçi Değerlendirme Raporu Hazırlama Komisyonu teřekkũl ettirilmiştir. Komisyon yıllık Birim İçi Değerlendirme Raporunu hazırlayarak aıık erişime sunmaktadır ¹¹¹.

Fakũlte Kurulu ve Fakũlte Yˆnetim Kurulu kararlarını komisyon, komite ve kurullardan gelen bilgiler ışığında yukarıda belirtilen içi ve dış denetim mekanizması içerisinde almaktadır.

¹¹¹ Bkz. <http://iletisim.erciyes.edu.tr/yonetim/birim-ic-degerlendirme-raporu/>

Ölçüt 10: Programa Özgü Ölçütler

Öğretim programı ilk kuruluş aşamasında oluşturulurken; Erciyes Üniversitesi'nin ve İletişim Fakültesi'nin vizyon ve misyonuna bağlı şekilde, o dönem içerisinde Türkiye'de eğitim veren iletişim fakültelerinin öğretim programları incelenerek ve mevcut kadro yeterliliği de hesap edilerek hazırlanmıştır. İlerleyen yıllarda ekonomik, sosyal ve teknolojik çevrelerde yaşanan gelişmelere paralel yenilenen, gelişen kadrosunun da etkisiyle öğretim programı ve derslerde değişikliklere gidilmiştir. Değişiklikler yapılırken bölüm akademik kurulları işletilmiş ve izlenecek eylemlerin kurullarda görüşülerek karara bağlanması gerçekleştirilmiştir. Bölümümüz son dönemlerde program iç ve dış paydaşlarında kurullara katılımı sağlanmış, onlarında öğretim programına ve derslere ilişkin görüşleri alınarak kararlar verilir olmuştur.

Ders programları hazırlanırken dersin program yeterliliklerine ve öğrenme çıktılarına katkılarına dikkat edilmiştir. Bu kapsamda, ders programı, programdan mezun olacak bir öğrencinin kendisinden beklenen çıktıları elde etmesine katkı sunacak derslerden teşekkül ettirilmiştir. Gerek zorunlu gerekse seçmeli dersler öğrencilere istenilen kazanımları sağlamada farklı boyut ve ağırlıkta katkı sağlayabilmektedir. Hangi derslerin programın hangi çıktısı ile ilişkili olduğu Ölçüt 3.5'te Program Çıktılarını ölçme ve Değerlendirme Süreci'nde sunulan tabloda açık görülmektedir. Bu derslerin sınavları, ilgili çıktının elde edilip edilmediğinde bir ölçme ve değerlendirme materyalidir. Ayrıca üniversitemizin Ders Bilgi Paketi erişim portalında tüm derslerin, amacı, işleniş biçimi, çıktıları, program yeterliliklerine katkısı, haftalık konu dağılımları ve kullanılan ve tavsiye edilen kaynaklara ilişkin bilgiler ilgililere sunulmaktadır.

Bölümümüzde öğretim programı ve dersler yapılandırılırken 1. ve 2. Sınıfa Halkla İlişkiler ve Tanıtımda temel kavramların, sürecin kavranmasını sağlayacak giriş düzeyinde formasyon dersleri konulmuş ve bu dersler zorunlu tutulmuştur. 3. ve 4. Sınıfta ise halkla ilişkiler ve tanıtım programının uygulama alanlarındaki çeşitliliği yansıtacak ve öğrencilerin ilgi duyacakları sahalara yönelmelerini sağlayacak seçmeli dersler konulmuştur. Son iki sınıfta zorunlu tutulan dersler, halkla ilişkiler ve tanıtım alanında yapılacak kampanya ve yapım süreçlerini uygulamaya yönelik, onları ekip halinde çalışmaya sevk eden ve girişimciliklerini artıracak özelliklere sahip derslerdir. 3. Sınıfa dış staj uygulaması konularak öğrencilerimizin mezun olmadan önce, görece daha erken bir sürede sektör içerisinde faaliyet yürütmelerinin imkânı sunulmuştur. Ölçüt 5'te program uygulama yönetim sisteminde de anlaşılacağı gibi öğrencilerimizin istenilen program amaçları doğrultusunda mezun olarak ayrılabilmeleri için 240 AKTS'yi toplamaları gerekmektedir. Bu hususlarla ilgili bilgiler öğrenci transkriptlerinde ve diploma eklerinde görülmektedir.

Diğer yandan bölümümüz, öğrencilerimizin programın amaçları ve çıktıları doğrultusunda mezun olabilmeleri adına bölüme öğretim elemanı istihdamı yaparken halkla ilişkiler ve tanıtım uygulama alanlarının farklı boyutlarına ait yetkinlikler taşımasına özen göstermektedir. Halkla İlişkiler ve Tanıtım programının interdisipliner yönü dikkate alındığında çeşitliliğin programa sağlayacağı katkı net bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Bundan dolayı bölümümüzdeki akademik personelin uzmanlık alanlarının program amaç ve çıktıları karşılayacak çeşitliliği barındırmasına dikkat edilmektedir. YÖKSİS sistemi içerisinde YÖK'ün her öğretim elemanından belirtmesini istediği temel alanlar ve doçentlik başvurusunda adaylardan istenilen anahtar kelimelere bakıldığında bölümümüz öğretim elemanlarının temel alan çeşitliliğinde zengin bir konumda durdukları belirgindir.

Bölümümüz program öğretim ölçütleri ve program çıktılarının gerçekleştirilebilmesinde öğrencilerin ekip halinde, proje temelli çalışmalarda tecrübe sahibi olmaları gerektiğini düşünerek derslerin dışında onların birlikte çalışmalarına imkân sağlayacak iki atölyeyi

faaliyete geçirmiştir. Ayrıca fakültemizin EK 1.3'te de belirtilen Gazetecilik ile Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümünün atölye ve stüdyoları da yine bölümümüz öğrencilerinin özellikle proje tabanlı uygulamaları kapsamında kullandıkları mekânlardır ki bölümümüz öğrencilerin katıldıkları yarışmalarda aldıkları ödüllere bakıldığında bu mekânların katkısı açık olarak görülmektedir.

EKLER

Ek 1- Programa İlişkin Ek Bilgiler

Ek 1.1 Ders Nitelikleri

1.Yarıyıl

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT101 İletişim Bilimine Giriş
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	3.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Mahmut AKGÜL 25.05.2022
Dersin Amacı	İletişim biliminin temelini oluşturan kavramlar, iletişim araştırmalarının tarihsel gelişim süreci ve bu süreçte ortaya çıkan modeller işlenerek öğrencinin okuduğu bilim dalının temelini öğrenip anlamasının sağlanması amaçlanmaktadır.
Dersin İçeriği	İletişim biliminin temel kavramlarını, iletişim süreçlerini ve iletişim biçimlerini konu eden bir derstir.
İşlenen Konular	1- İletişim sürecinin temelini oluşturan; Kaynak, Mesaj, Kodlayıcı, Kanal, Aktarma, Gürültü, Kod çözme, Alıcı-Hedef, Geribesleme gibi kavramlar işlenmektedir. 2- İletişim fonksiyonları, iletişim fonksiyonu, sosyalleşme fonksiyonu, çevresel uyum fonksiyonu ve serbest zaman fonksiyonu incelenmiştir. 3- Sözlü, sözsüz iletişim, görsel iletişim, görsel-ışitsel iletişim konuları ele alınmakta ve öğrencilere alanla ilgili genel bilgiler verilmektedir. 4- İçer dönük iletişim, işlevleri, işleyişi, içer dönük iletişimi etkileyen formlar ve faktörler tartışılacaktır. 5- Kişilerarası iletişim, etkileyen faktörler, hedefler ve kişilerarası iletişim özellikleri tartışılmaktadır. 6- Grup iletişimi, grup olgusu, grup dinamiği ve grup türlerinin iletişim üzerindeki etkileri tartışılmaktadır. 7- Örgütsel iletişim, örgütsel modeller, örgütsel iletişim ve örgütsel iletişimin karakteri ele alınacaktır. 8- Kamusal iletişim, kamusal iletişimde izlenecek adımlar, konuşma türleri, etkili konuşma ve yazışmalar ele alınacaktır. 9- Kitle iletişimi, kitle iletişiminin tarihi ve sosyal sistemle bağlantılı işlevleri tartışılacaktır. 10- Uluslararası iletişim, uluslararası iletişimi oluşturan faktörler ve uluslararası iletişimin özellikleri tartışılacaktır. 11- Kültürlerarası iletişim, kültürlerarası iletişimin özellikleri ve kültürlerarası iletişim teorileri tartışılacaktır. 12- İletişim alanında güçlü etkiler dönemi genel hatlarıyla ele alınacaktır. 13- İletişim alanında sınırlı etkiler dönemi genel hatlarıyla ele alınacaktır.

	14- Watzlawick: "iletişimsizlik mümkün değildir" (1972) konusu işlenecektir.					
Dersin Öğretim Çıktıları	<p>1-İletişim Bilimi"nin amaç ve kapsamını öğrenir, İletişim Bilimi"ne yönelik farklı yaklaşımları öğrenir.</p> <p>2-İletişim bilimine zemin oluşturan kuram, yaklaşım ve modelleri tanır.</p> <p>3-İletişim alanında neyin yeri nedir, kim kimdir, bunları öğrenmek suretiyle öğrencilerin zihinlerinde alanın genel bir portresini oluşturabilmelerini sağlar.</p> <p>4-İletişim sürecinin temelini oluşturan; Kaynak, Mesaj, Kodlayıcı, Kanal, Aktarma, Gürültü, Kod çözme, Alıcı-Hedef, Geribesleme gibi kavramları öğrenir.</p> <p>5-Kişilerarası İletişim, Kitle İletişimi ve Kültürlerarası iletişim gibi konuları genel hatlarıyla öğrenir.</p> <p>6-Başlıca iletişim modellerini öğrenir.</p>					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı						
	Katkı Seviyesi					
	1 2 3 4 5					
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x	
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x				
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x				
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.		x			
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.			x		
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.				x	
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	x				
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağıntısını kurar.					
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.						
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	İletişim Bilimine Giriş - Prof. Dr. Nazife GÜNGÖR İletişim Modelleri - Denis McQuail & Sven Windahl					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım					
Dersin Kodu ve Adı	HİT 103 Halkla İlişkiler ve Tanıtıma Giriş					
Dersin Tipi	Zorunlu					
Dersin AKTS Kredisi	4					
Önkoşul/Eşkoşul	Yok					
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ 25.05.2022					
Dersin Amacı	Dersin amacı, halkla ilişkiler uygulamaları hakkında betimleyici düzeyde bilgi birikimi sağlamaktır. Halkla İlişkiler birimlerinin basınla olan ilişkileri ve hedef kitleleriyle olan iletişim biçimlerinin ayrıntılı olarak ele alındığı derste, hem öğrencilerin ilgili uygulama biçimleri hakkında teorik bilgi birikimine sahip olmaları hem de uygulamadan örneklerle bu yol ve yöntemlerin öğrencilere kavratılması amaçlanmaktadır.					
Dersin İçeriği	Halkla ilişkiler ve tanıtımın ilişkili olduğu alanlarla benzerlik, farklılıklarını ortaya koyar ve kurum içerisindeki sorumluluklarını anlatır ve örgütlenmesini açıklar.					
İşlenen Konular	1-Halkla İlişkiler Kavramı 2-Halkla İlişkiler Gelişim süreci 3-H.İlişkilerin İlişkili Olduğu Alanlar Reklam-pazarlama 4-H.İlişkilerin İlişkili Olduğu Alanlar Propaganda-İnsan İlişkileri 5-H.İlişkilerin İlişkili Olduğu Alanlar İletişim 6-Halkla İlişkiler İşlevleri Programlama-ilişki yönetimi-yazım yayım 7-Halkla İlişkiler İşlevleri Haber verme-iletişim ürünleri oluşturma-etkinlikleri organize etme 8-Halkla ilişkilerde örgütlenme 9-Halkla İlişkilerin Amaçları 10-Halkla İlişkilerin Özellikleri 11-Halkla İlişkilerin Sorumlulukları 12-Halkla İlişkilerin İlkeleri İki yönlü İletişim-sabırla çalışmak-açıklık 13-Halkla İlişkilerin İlkeleri Dürüstlük ve İnanırcılık-Devamlılık ve Yineleme- Örgüt İmajı Oluşturma 14-Örgütsel Yapı Açısından Halkla İlişkiler					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1. Öğrenci stratejik düşünme kavramını edinir 2-Öğrenci halkla ilişkiler kampanya süreçlerini stratejik olarak görüp yorumlayabilir 3-Stratejik yönetim kavramı çerçevesinde yapılaması planlanan bir etkinliği düzenleyebilir					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı					Katkı Seviyesi	
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.					X
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.				x	
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x			

	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözüme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x				
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.			x		
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	KonferansTekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Balta Peltekoğlu, F. (2012). Halkla İlişkiler Nedir. İstanbul: Beta Yayınevi. Canöz, K., & Canöz, N. (2020). Halkla İlişkiler. Konya: Palet Kitabevi. Kalender, A., & Fidan, M. (2008). Halkla İlişkiler. Tablet Yayınları, Konya.					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT119/Kurumsal İletişim Yönetimi
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	2,00
Önkoşul/Ekkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. Özlem IŞIK 24.05.2022
Dersin Amacı	Kurumlardaki iletişimin işleyişini anlamak
Dersin İçeriği	Kurumsal iletişim kurumların iletişim düzeyini, nasıl olması gerektiği anlatılan bir derstir.
İşlenen Konular	1- Kurumsal İletişimin Tanımı ve Tarihi 2- Kurumsal Davranış 3- Kurumsal İmaj 4- Kurumsal Kimlik 5- Kurumsal Kültür 6- Kurumsal Reklam 7- Kurumsal Felsefe 8- Kurumsal İletişimde Stratejik Planlama 9- Kurumsal İletişimde Stratejik Planlama

	10-Kurumsal İletişimde Stratejik Planlama 11-Kurumsal İletişim Uygulamalarının Değerlendirilmesi 12-Kurumsal İletişim Uygulamalarının Değerlendirilmesi 13-Kurumsal İletişim Uygulamalarının Değerlendirilmesi 14-Kurumsal İletişim Uygulamalarının Değerlendirilmesi					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1- Görev ve sorumlulukla ilgili üst yönetime ulaşma hakkında izlenim 2- Sorun ve önerilerin ilgili kişilere iletilmesi hakkında izlenim 3- Görev dağılımında eşitlik hakkında izlenim 4- Personelle ilgili bilgi ve kayıtların tutulması hakkında izlenim 5- Yöneticilerin astlarına karşı sorumlulukları hakkında izlenim 6- Çalışanların görüşüne başvurmaları hakkında izlenim					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	Katkı Seviyesi					
	1 2 3 4 5					
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x	
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x		
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x		
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			x		
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.			x		
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.			x		
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.			x		
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.				x	
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağıni kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Kurumsal İletişim Yönetimi Başak Solmaz Tablet Yayınları Teoriden Pratiğe Kurumsal İletişim Z. Beril Akıncı Vural, Mikail Batu İletişim Yayıncılık					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü					
Dersin Kodu ve Adı	Hhit 121 Siyaset Bilimine Giriş					
Dersin Tipi	Zorunlu					
Dersin AKTS Kredisi	2					
Önkoşul/Eşkoşul	Yok					
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç. Dr. Murat BAŞARIR 05.05.2020					
Dersin Amacı	Siyaset Birimi'nin temel kavramlarının siyasal sistem içerisindeki işleyişini anlamak, ürettikleri sonuçları analiz etmek.					
Dersin İçeriği	Siyaset Biliminin kapsamı ve boyutları içerisinde temel kavramlarını ele alır.					
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1. Derste işlenecek temel kavramlar ve dersin içeriğiyle ilgili ön bilgi. 2. Siyaset nedir? Etimolojik olarak siyaset ve politika kavramlarının yaptığı çağrışımlar. Çatışma ve uzlaşma perspektifinden siyasetin farklı anlamları 3. Siyaset biliminin kapsamı, kullandığı teknikler ve diğer bilim dallarıyla ilişkisi. 4. Antik dönem ve orta çağda siyaset anlayışı. Aristo, Platon, Cicero, St Augustinus, Thomas Agunias. 5. Modern dönem ve 19. Yüzyılda siyaset. Machiavelli, Montesquieu, A.comte, K.marx. 6. Devlet nedir, devletin öğeleri, devletin kaynağı, devletin kişiliği. 7. Siyasal iktidar, otorite, egemenlik kavramları ve ilişkileri.. 8. Sosyal Tabakalaşma ve Siyasal İktidar. 9. Elit teorileri. 10. Siyasal katılma nedir, boyutları nelerdir? 11. Kamuoyu nedir, oluşması, siyasal iktidarı etkileme gücü. 12. Siyasal partiler. Genel bilgi, fonksiyonları, tipolojisi. 13. Baskı grupları. 14. 14- Siyaset ve etik. 					
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1- Siyaset biliminin temel kavramlarını tanımlar. 2- Siyasal sistemin işleyişini kavrar. 3- Siyaset ile toplum arasındaki ilişkileri çözümler. 4- Siyaset biliminin kapsam ve boyutlarını listeler. 5- Antik dönem, orta çağ ve modern dönemin siyaset yorumlayışlarını açıklar. 					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.			x		
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.					
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.					

	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözüme becerisine sahiptir.		x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.						
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.						
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.						
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.						X
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.						
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.	x					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.						
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği						
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Kapani, M., (2005). Politika Bilimine Giriş. Ankara: Bilgi Yayınevi. Çam, E., (2005). Siyaset Bilimine Giriş. İstanbul: Der yay. Daver, B., (1993). Siyaset Bilimine Giriş. Ankara: Siyasal Kitabevi. Kışlalı, A.T., (2005). Siyaset Bilimi. Ankara: İmge yay.						

Bölüm Adı	Hakla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Dersin Kodu ve Adı	HİT 123 Sosyoloji
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	2
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	
Dersin Amacı	Sosyoloji dersi, iletişim alanındaki öğrencilere sosyolojik bir perspektif kazandırmak için bir bilim olarak sosyolojinin ne olduğunu, temel kavramlarını ve günümüzde sosyologların ilgilendikleri temel sosyolojik meseleleri aktarma amacıyla tasarlanmıştır.
Dersin İçeriği	İletişim alanındaki öğrencilere sosyolojik bir perspektif kazandırmak için bir bilim olarak sosyolojinin ne olduğunu, temel kavramlarını ve günümüzde sosyologların ilgilendikleri temel sosyolojik meseleleri aktarma amacı taşıyan ders.
İşlenen Konular	1. Giriş: Dersin kapsamı ve beklentilerin sunumu. Sosyolojik Düşünme ve sosyolojinin Temel Kavramları, Bilim Olarak Sosyolojinin Doğuşu

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Sosyolojinin Gelişimi: S. Simon, A. Comte ve H. Spencer Pozitivizm, Evrim ve İlerleme Kavramları 3. Klasik Sosyoloji 1: İsimler, Teorik Çerçevesel ve Kavramlar - K Marks, E. Durkheim 4. Klasik Sosyoloji 2: İsimler, Teorik Çerçevesel ve Kavramlar - M. Weber 5. Modern Sosyolojinin Gelişimi: İsimler, Yaklaşımlar 6. Toplumsal Değişme ve Küreselleşme 1 7. Toplumsal Değişme ve Küreselleşme 2: Modernizm, Postmodernizm, Küreselleşme 8. Siyaset ve Toplum 9. Kültür ve Toplum 1: Kültür Kavramı 10. Kültür ve Toplum 2: Sosyolojide Kültür 11. Aile, Kadın ve Toplum 12. Din ve Toplum 13. Hukuk, Suç, Eğitim ve Toplum 14. Ekonomik Yaşam 																																																											
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sosyolojinin temel kavramlarını bilir ve sosyoloji düşünmenin niteliklerini kavrar 2. Bir bilim olarak sosyolojiyi doğuran şartları kavrar ve sosyoloji disiplinini diğer bilim dallarından ayıran özellikleri bilir 3. Sosyolojinin gelişimini ve klasik sosyoloji yaklaşımlarını kavrar, temel isimler, teoriler ve kavramsal yaklaşımları bilir. 4. Modern sosyolojik yaklaşımları kavrar, temel isimler, teoriler ve kavramsal yaklaşımları bilir. 5. Toplumsal değişme ve küreselleşmeye ilişkin sosyolojik bir anlayış kazanır. 6. Toplumsal kurumları yapı ve işleyişine yönelik sosyolojik bir anlayış kazanır. 																																																											
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözüme becerisine sahiptir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.					x	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x					Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x					Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözüme becerisine sahiptir.			x			İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x					Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x					Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.			x			Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.				x	
	Katkı Seviyesi																																																											
	1	2	3	4	5																																																							
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.					x																																																							
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x																																																											
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x																																																											
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözüme becerisine sahiptir.			x																																																									
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x																																																											
Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x																																																											
Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.			x																																																									
Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.				x																																																								

	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	x				
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.				x	
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	x				
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x				
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme						

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Dersin Kodu ve Adı	HİT 125- Reklama Giriş
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	2
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Kürşad GÖLGELİ-2022
Dersin Amacı	Bu dersin amacı öğrencilerin reklam iletişimini öğrenmesidir. Reklamcılık ile ilgili temel konularla ilgili genel bilgilerin öğretilmesi amaçlanmaktadır.
Dersin İçeriği	Reklamcılığın geçmişi ve gelişimi konuları ile başlayacak ders, reklamın bütünleşik pazarlama iletişimi içerisindeki yeri, tanıtım uygulamaları, strateji ve planlama konuları ile devam edecek, reklamcılıkta etik ve yasal düzenlemeler anlatılarak tamamlanacaktır.
İşlenen Konular	1-Tanışma, ders akışı ve beklentiler konusunda öğrencileri bilgilendirmek 2-Reklamcılığın gelişimi 3-Reklamın bütünleşik pazarlama iletişimi ile ilişkisi 4-Pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi, ürün farklılaştırma, ürün konumlandırma 5-Reklamın tanımı, temel reklam kavramları 6-Hedef kitle analizi 7-Mesaj Belirleme 8-Reklam stratejileri 9-Kitle iletişim araçlarının reklamcılık açısından özellikleri 10-Medya planlama 11-Reklam ajansları 12-Reklamda etik ve yasal düzenlemeler 13-İnternet reklamcılığı 14-Reklam anlayışındaki gelişmeler

Dersin Çıktıları	Öğrenim	1-Temel reklamcılık kavramlarını tanımlar. 2-Reklamcılığın işletme, pazarlama ve pazarlama iletişimi ile ilişkisini kurar 3-Reklam sürecinin aşamalarını sıralar. 4-Uygun mecra seçimini gerçekleştirir. 5-Reklam anlayışındaki gelişmeleri açıklar. 6-Reklam stratejileri hakkında bilgi sahibi olur 7-Reklamda etik ve yasal düzenlemeler hakkında bilgi sahibi olur				
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.			x		
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		x			
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		x			
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	X				
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	X				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	X				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	X				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	X				
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.	X				
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	X					
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	X					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Müge Elden, Reklam ve Reklamcılık, Say Yayınları, 2013					

2.Yarıyıl

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT102 İletişim Kuramları
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	3.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok

Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Mahmut AKGÜL 20.05.2020					
Dersin Amacı	Kitle iletişim kuramlarına dair genel bilgiye sahip olunması					
Dersin İçeriği	İletişim biliminin temel kavramlarını, iletişim süreçlerini ve iletişim biçimlerini konu eden bir derstir.					
İşlenen Konular	1-Anaakım yaklaşımlar, Lasswel"ın İletişim Modeli, Braddock"tan Katkı 2-Shannon ve Weaver Modeli, Westley ve MacLean Modeli 3-Osgood ve Schramm"ın Dairesel modeli, Dance"ın Sarmal Modeli, Gerbner"ın İletişim Modeli 4-Osgood ve Schramm"ın Dairesel modeli, Dance"ın Sarmal Modeli, Gerbner"ın Genel İletişim Modeli 5-Riley&Riley Modeli, İletişime Teknolojik Yaklaşımlar Harold Innis Yaklaşımı, McLuhan Yaklaşımı 6-Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı, Kültürel Göstergeler ve Ekme Kuramı 7-Gündem Belirleme Kuramı, Suskunluk Sarmalı Kuramı 8-Eşik Bekçiliği Modeli, Bilgi Eksikliği Hipotezi 9-Bağımlılık Kuramı, Yeniliklerin Yayılması Kuramı 10-Eleştirel Yaklaşımlar, Frankfurt Okulu 11-Andonio Gramsci ve Hegemonya, Althusser ve Devletin İdeolojik Aygıtları 12-Yapısalcı Dilbilim ve Göstergibilim, İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu 13-İletişim ve Kültürün Ekonomi Politikliği, Dallas Smythe: Reklamlar ve İzleyice Emtiyasının Üretimi 14-Herman ve Chomsky: Haber Medyasının Ekonomi Politikliği, Avrupa Ekonomi Politik Geleneği					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1-İletişim kuramlarını hazırlayan sosyal, ekonomik ve politik süreçler hakkında kavrayış kazanmak 2-İletişim Kuramları hakkında detaylı bir kavrayış kazanmak 3-İletişim Kutamlarına Yönelik gerçekleştirilen araştırma faaliyetleri hakkında bilgi edinmek 4-Kullanımlar doyumlar yaklaşımı, kültürel göstergeler ve ekme kuramı konuları hakkında bilgi sahibi olmak. 5-Gündem belirleme ve suskunluk sarmalı kuramı konularında bilgi sahibi olmak 6-Anaakım - eleştirel akım ve farkları konularında bilgi sahibi olmak					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı					Katkı Seviyesi	
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				X	
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	X				
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			X		
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.		x			
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.			X			

	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.				X	
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	X				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Levent Yaylagül, Kitle İletişim Kuramları Nazife Güngör, İletişim Kuramları, Burak Özçetin, Kitle İletişim Kuramları					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 104 Halkla İlişkiler Tarihi
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Murat BAŞARIR 20.05.2020
Dersin Amacı	Dersin amacı halkla ilişkilerin tarihsel gelişim süreci hakkında bilgi vermek ve gelişimin kilometre taşlarını oluşturan kişi ve kurumların alana yönelik katkılarını inceleyerek küresel çerçevede Halkla İlişkiler bağlamında oluşan perspektifi öğrencilerin kavramasını sağlamaktır.
Dersin İçeriği	Halkla ilişkiler tarihi, sosyo-ekonomik gelişmeler ve öncüleri üzerinden örnekler verilerek anlatılır.
İşlenen Konular	1-Halkla İlişkiler tanımındaki unsurlardan yola çıkarak Antik Yunan, Mısır, Roma ve Türk medeniyetlerinde Halkla İlişkiler uygulaması olarak nitelendirilebilecek bazı örnekler ve bunların anlamlandırılması. 2-ABD ve Avrupa'da modern Halkla İlişkiler kavramının ortaya çıkması ve bu ortaya çıkışı hazırlayan sosyo-ekonomik gelişmeler. 3-Tarihi dönemlere göre halkla ilişkilerin gelişimi ve Grunig ve Hunt'un Halkla İlişkiler Modeli. 4-Basın Ajansı/Tanıtım modeli: Modelin temsilcisi P.T. Barnum ve onun yaptığı etkinlikler. 5-Kamuyu Bilgilendirme Modeli: Modelin temsilcisi I.Lee ve onun yaptığı etkinlikler.

	<p>6-İki Yönlü Asimetrik Model: E. Bernays ve onun yaptığı etkinlikler.</p> <p>7-İki Yönlü Simetrik Model: Örnekler.</p> <p>8-Türkiye’de Halkla İlişkilerin Gelişimi ve ilk uygulayıcıları.</p> <p>9-Milli Mücadele Dönemi: İradeyi Milliye ve Hakimiyeti Milliye gazeteleri ile Anadolu Ajansı'nın kurulması.</p> <p>10-Planlı dönem: Mehtap, Kaya Projeleri ve DPT"de yapılan çalışmalar.</p> <p>11-Serbest Piyasa Ekonomisine geçiş ve bu dönemdeki uygulamalar.</p> <p>12-Özel Sektörde Halkla İlişkilerin gelişmesi: Koç, Eczacıbaşı ve Demirören gruplarında yapılan ilk dönem uygulamalar.</p> <p>13-Türkiye’de Halkla İlişkilerin değişimini sağlayan sosyo-ekonomik gelişmeler.</p> <p>14-Türkiye’de halkla ilişkiler sahasında meslek örgütlerinin kurulması ve bunların icraatları.</p>																																																																													
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1-Modern Halkla İlişkilerin ortaya çıkmasındaki sosyo-ekonomik gelişmeleri anlar.</p> <p>2-Halkla İlişkiler alanında gözlenen paradigma değişimlerini kavrar.</p> <p>3-Türkiye’de ve Dünya’da Halkla İlişkiler alanında öncü olan kişileri ve bunların öncü olarak değerlendirilmesine sebep olan faaliyetleri bilir.</p> <p>4-Halkla ilişkiler meslek örgütlerini bilir ve amaçlarını kavrar.</p>																																																																													
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağıntı kurar.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x		Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.						Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.						Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			x			İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.					x	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.						Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.			x			Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.						İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.		x				Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağıntı kurar.						İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	Katkı Seviyesi																																																																													
	1	2	3	4	5																																																																									
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x																																																																										
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.																																																																														
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.																																																																														
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			x																																																																											
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.					x																																																																									
Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.																																																																														
Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.			x																																																																											
Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.																																																																														
İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.		x																																																																												
Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağıntı kurar.																																																																														
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.																																																																														

	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.				
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans ve Tartışma Tekniği				
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	<p>Peltekoğlu, F. B. (1998). Halkla ilişkiler nedir. Beta Basım Yayım Dağıtım. Akdağ, M., & Erdem, A. (2009). Halkla İlişkiler Tarihi Üzerine.... Dünden Bugüne Halkla İlişkiler, 3-48.Eğitim Yayınevi, Konya.</p> <p>Budak, G., & Budak, G. (2004). Halkla ilişkiler. Baskı, İzmir: Barış Yayınları, (s 233),</p> <p>Kazancı, M. (1997). Kamuda ve özel sektörde halkla ilişkiler. Turhan Kitabevi Yayınları.</p> <p>Canpolat, N. (2012). Geçmişten Günümüze Örneklerle Türkiye’de Halkla İlişkilerin Gelişimi. Ankara: Seçkin Yayınları.</p>				

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Dersin Kodu ve Adı	HİT 116 Temel Bilgisayar Kullanımı
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	2.0
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Arş. Gör. Dr. Burak ÜNLÜ 31.05.2022
Dersin Amacı	Dersin temel amacı, öğrencilerin temel bilgisayar kullanım becerilerini geliştirmek ve mesleki kariyerlerinde ihtiyaç duyabilecekleri ofis yazılımlarına ilişkin giriş düzeyinde beceriyi kazanmalarını sağlamaktır.
Dersin İçeriği	Bilgisayarı oluşturan donanım ve yazılımların ve üç temel ofis yazılımının arayüzü ve temel kullanım alanlarının öğretildiği bir derstir.
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1- Bilgisayarların Yapısı ve Bileşenleri 2- İnternetin Kısa Tarihi ve Web Tarayıcılar 3- Office Yazılımları ve Kullanım Alanları 4- Microsoft Word’e Giriş 5- Microsoft Word ve Temel Bilgisayar Kısayolları 6- Microsoft Word’de Stilller 7- Microsoft Word’de Stil Kullanımı ve İçindekiler Oluşturma 8- Microsoft Excel Arayüzüne Giriş 9- Microsoft Excel’de Temel İşlemler ve Otomatik Doldurma 10-Microsoft Excel’de Tablo Stilleri, Sıralama ve Filtreleme 11-Microsoft Excel’de Formül Kullanımları 12-Microsoft PowerPoint Arayüzüne Giriş ve Temel Sunum Bilgileri 13-Microsoft PowerPoint ile Slayt Oluşturma, Geçişler ve Animasyonlar

	14-Microsoft PowerPoint'i Örnek Sunumları İnceleme ve E-Posta Yazımı																																																																																			
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1- Fakültede göreceği diğer bilgisayar programı dersleri için gerekli temel bilgisayar kullanımı becerisini edinir.</p> <p>2- Mesleki ve akademik hayatında ihtiyaç duyabileceği bilgisayar kullanma yetkinliklerini kazanır.</p> <p>3- Bilgisayarı oluşturan donanımlar ve yazılımları öğrenir ve temel düzeyde nasıl çalıştığını kavrar.</p>																																																																																			
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	X					Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		X				Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.					X	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			X			İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	X					Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.			X			Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.		X				Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	X					İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.			X			Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.		X				İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	X					En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	X				
	Katkı Seviyesi																																																																																			
	1	2	3	4	5																																																																															
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	X																																																																																			
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		X																																																																																		
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.					X																																																																															
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			X																																																																																	
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	X																																																																																			
Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.			X																																																																																	
Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.		X																																																																																		
Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	X																																																																																			
İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.			X																																																																																	
Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.		X																																																																																		
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	X																																																																																			
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	X																																																																																			
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans																																																																																			
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Bilgisayar Laboratuvarı																																																																																			

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 122- Kariyer Planlama
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	2.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok

Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Kürşad GÖLGELİ-2022
Dersin Amacı	Öğrencilerin; ilgi alanları, kişisel özellikleri ve değerleri hakkında farkındalık kazanmalarını sağlayarak gelecek hedefleri ile uyumlu bir kariyer planlaması yapabilmelerine yardımcı olmaktır.
Dersin İçeriği	Kariyer Planlama dersinin amacı, öğrencilerin kariyerlerini kendi zekâ, kişilik, bilgi, beceri, yetenek ve yetkinliklerine uygun olarak belirleyebilmeleri için yol göstermektir. Ders kapsamında; bu kavramlar hakkında farkındalık yaratılacak, öğrencilerin üniversite hayatları boyunca kariyerleri hakkında destek alabilecekleri Kariyer Merkezleri ve faaliyetleri tanıtılacak, Yetenek Kapısı kullanımı ve nasıl yararlanacağı gösterilecek ve farklı sektörlerde çalışma hayatı ile tanışma fırsatı sunulacaktır.
İşlenen Konular	<p>1- Kariyer planlama dersi nedir? *Kariyer merkezi nedir? *Kariyer merkezinin yarar sağlayacağı konular nelerdir? *Kariyer Merkezlerinden nasıl faydalanılır?</p> <p>2- Zekâ ve kişilik nedir? *Zekâ ve kişiliğin kariyer ile bağlantısı nedir?</p> <p>3- İnce beceriler ve teknik beceriler nedir? *Öğrencilerin neden bu becerilere ihtiyacı var?</p> <p>4- İnce beceriler ve teknik beceriler nedir? *Öğrencilerin neden bu becerilere ihtiyacı var?</p> <p>5- *Kariyer ve kariyer ile ilişkili kavramların açıklanması.</p> <p>6- Üniversite hayatı boyunca öğrencilerin kariyerlerine katkı sağlamak için yapabilecekleri faaliyetlerin açıklanması. (Akademik, sosyal, sanatsal ve sportif etkinlikler)</p> <p>7- Ulusal sivil toplum kuruluşları faaliyetleri ve gönüllü çalışma olanakları. Sivil toplum kuruluşu çalışanlarından öğrencilere üniversite hayatlarını nasıl geçirmeleri gerektiği konusunda tavsiyeler</p> <p>8- Uluslararası sivil toplum kuruluşları faaliyetleri ve gönüllü çalışma olanakları. Sivil toplum kuruluşu çalışanlarından öğrencilere üniversite hayatlarını nasıl geçirmeleri gerektiği konusunda tavsiyeler</p> <p>9- Kamu sektörü çalışanlarından kariyer hikâyeleri hakkında bilgilendirme ve öğrencilere üniversite hayatlarını nasıl geçirmeleri gerektiği konusunda tavsiyeler</p> <p>10- Özel sektör çalışanlarından kariyer hikâyeleri hakkında bilgilendirme ve öğrencilere üniversite hayatlarını nasıl geçirmeleri gerektiği konusunda tavsiyeler</p> <p>11- Akademisyenlerin kariyer hikâyeleri hakkında bilgilendirme ve öğrencilere *Akademide farklı kademelerde üniversite hayatlarını nasıl geçirmeleri gerektiği konusunda tavsiyeler</p> <p>12- Girişimcilerin kariyer hikâyeleri hakkında bilgilendirme ve öğrencilere üniversite hayatlarını nasıl geçirmeleri gerektiği konusunda tavsiyeler</p>

	<p>13- Yetenek Kapısı nedir? *Öğrenciler için faydası nedir? *Yetenek kapısının kullanımı nasıldır? *Özgeçmiş nasıl olmalıdır?</p> <p>14- Bu derste öğrenciler Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi tarafından hazırlanmış olan değerlendirme formu ile dersi değerlendirecektir.</p>																																																					
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1- Öğrencilerin; ilgi alanları, kişisel özellikleri ve değerleri hakkında farkındalık kazanmalarını sağlar</p> <p>2- Öğrencilerin, kişisel özellikleri ve değerleri hakkında farkındalık kazanmalarını sağlayarak gelecek hedefleri ile uyumlu bir kariyer planlaması yapabilmelerine yardımcı olur.</p> <p>3- Öğrencinin Kariyer Merkezi tarafından sunulan hizmetlerden haberdar olmasının sağlanması ve Kariyer Merkezi ile öğrenci arasında bağ kurulmasını sağlar</p> <p>4- Öğrencinin; zekâ, kişilik, bilgi, beceri, yetenek ve yetkinlik gibi kavramları öğrenmesi ve bu kavramların kariyer ile olan bağlantısını kurmasını sağlar</p> <p>5- Öğrencilerin, kamu sektörü, özel sektör, akademi, sivil toplum kuruluşları gibi sektörleri tanıması, sektörler arası farklılıkları kavraması ve bu sektörlerdeki çalışma hayatını görmesini sağlar</p> <p>6- Kariyer sürecinde ince becerilerin geliştirilmesinin önemi hakkındaki farkındalığın artırılmasını sağlar</p> <p>7- Öğrencilerin üniversite hayatları boyunca dersleri dışında kariyerlerine katkı sağlayabilecek faaliyetler konusunda bilgilendirilmesini sağlar</p> <p>8- Öğrencilerin, uluslararası değişim programlarının kişisel gelişime ve akademik hayata sağladığı katkıları ve kariyer planlarına olumlu yansımaları hakkında farkındalık kazanmasını sağlar</p> <p>9- Öğrencinin Yetenek Kapısı yoluyla Kariyer Merkezlerinden danışmanlık alınabileceğini, fuar, seminer, çalıştay gibi faaliyetlere ve staj ilanlarına başvuru yapılabileceğini öğrenmesini sağlar</p>																																																					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		x				Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		x				Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x			Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.					x	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.						Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.					x	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.					
	Katkı Seviyesi																																																					
	1	2	3	4	5																																																	
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		x																																																				
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		x																																																				
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x																																																			
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.					x																																																	
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.																																																						
Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.					x																																																	
Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.																																																						

	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.					
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					x
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağı kurar.			x		
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Görgü Nezaket Ve Protokol "Kurallar Ve Uygulamalar", İrfan Mısırlı, Detay Yayıncılık					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Dersin Kodu ve Adı	HİT 124 Yönetim ve Organizasyon
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	2
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Prof. Dr. Mustafa KOÇER 2022
Dersin Amacı	Yönetim ve organizasyon disiplini kapsamında son yüzyılda meydana gelen işletme yöneticiliği ve organizasyonel yapılara ilişkin düşünceler, teori tartışmaları, güncel eleştiriler dersin içeriğini oluşturmaktadır. Amaç yönetici adaylarının yöneticilik disiplininin düşünsel evrimine ilişkin birikim edinmelerini ve öngörülerini geliştirmelerini sağlamaktır.
Dersin İçeriği	Bu ders, yönetim ve organizasyon ile ilgili temel kavram ve tanımlar, klasik, neo klasik ve modern yönetim teorileri ile yönetimin fonksiyonları ve yönetim süreçlerini kapsamaktadır.
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1. Yönetim Kavramı, Yönetim Biliminin Doğuşu. 2. Çağdaş Yönetim Öncesi ve Çağdaş Yönetim Dönemi. 3. Klasik Yönetim Teorisi 4. Beşeri İlişkiler Dönemi ve Modern Yönetim Teorisi 5. Yönetim Faaliyetlerinin Özellikleri. Yönetim Fonksiyonları-Planlama 6. Yönetim Fonksiyonları-Örgütlenme (Organizasyon)-1 7. Yönetim Fonksiyonları-Örgütlenme (Organizasyon)-2 8. Yönetim Fonksiyonları- Yürütme-1 9. Yönetim Fonksiyonları- Yürütme-2 10. Yönetim Fonksiyonları- Koordinasyon 11. Yönetim Fonksiyonları- Denetim 12. Yönetim Fonksiyonları- Karar verme 13. Örgütlerde Çatışma ve nedenleri

	14. Organizasyonlarda Çatışma Yönetimi																																																																																			
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1. Yönetim Kavramını ve fonksiyonlarını bilir. 2. Yönetim teorilerini değerlendirebilir ve sorgulayabilir. 3. Çalışma hayatında günümüzde ortaya çıkan yönetime ilişkin değişimlerin tarihsel arka planının bilincindedir. 4. Yönetimin ve yöneticiliğin değişken ve parametrelerini analiz edebilir. 5. Planlama süreci ve aşamalarına hakimdir. 6. Örgütlenme kavramını, fonksiyonunu, organizasyon ilkelerini ve örgüt teorilerini bilir. 7. Koordinasyon ve denetim teknikleri konusunda bilgi sahibidir. 8. Örgütlerde çatışma yönetiminde başvurulabilecek stratejileri öğrenir. 																																																																																			
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.</td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		X				Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		X				Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	X					Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			X			İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.			X			Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x				Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x					Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x					İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.			x			Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.		x				İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	x					En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x				
	Katkı Seviyesi																																																																																			
	1	2	3	4	5																																																																															
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		X																																																																																		
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		X																																																																																		
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	X																																																																																			
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			X																																																																																	
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.			X																																																																																	
Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x																																																																																		
Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x																																																																																			
Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x																																																																																			
İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.			x																																																																																	
Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.		x																																																																																		
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	x																																																																																			
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x																																																																																			
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans																																																																																			
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	<p>Mümin Ertürk, İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon, Beta Yayınevi, İstanbul, 2012.</p> <p>Yardımcı Kaynaklar</p> <p>Göksel ATAMAN, İşletme Yönetimi: Temel Kavramlar Yeni Yaklaşımlar, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2002.</p>																																																																																			

	Halil CAN, Organizasyon ve Yönetim, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2005. Erol EREN, Yönetim ve Organizasyon, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2005. Tamer KOÇEL, İşletme Yöneticiliği, Arıkan Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2005. Şerif ŞİMŞEK-Adnan ÇELİK, Yönetim ve Organizasyon, Eğitim Akademi Yayınları, Konya, 2009.
--	---

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT126 Temel Ekonomi
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	2.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KOÇOĞLU 20.09.2021
Dersin Amacı	Bu dersin temel amacı öğrencilerin ekonominin temel kavramlarını giriş düzeyinde öğrenmeleridir. Böylece temel düzeyde ekonomik kavram ve teorilerin bilimsel olarak işleyişini değerlendirebileceklerdir.
Dersin İçeriği	Ders iktisat biliminin konusunu ve iktisadın temel kavramlarını öğretmek, bireysel iktisadi kararları anlama ve yorumlama becerisi kazandıracaktır.
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1. İktisat Biliminin Konusu, Yöntemi, Yasaları ve Diğer Bilim Dallarına İle İlişkisi 2. İktisadi Sorun, İhtiyaçlar, Kaynaklar ve Tercih Sorunu 3. Talep, Talep Fonksiyonu ve Talep Esnekliği 4. Arz ve Talep: Bireysel talep fonksiyonu, talep eğrisi, piyasa talebi, talep ve talep miktarının değişmesi 5. Tüketici Davranışları: Fayda ve Tüketici Tercihi 6. Üretim Teorisi 7. Maliyet Teorisi 8. Milli gelir, milli gelir hesaplama yöntemleri ve milli gelirle ilgili kavramlar 9. Milli geliri belirleyen faktörler: Tüketim, Tasarruf ve Yatırım fonksiyonları 10. Toplam Harcama Modeli: Toplam talebin bileşenleri, tüketim fonksiyonu 11. Maliye politikası 12. Para Politikası 13. IS-LM Modeli: IS-LM modelinde denge ve IS-LM eğrilerinde kaymalar
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1. İktisat biliminin konusunu ve makro ve mikro iktisadın temel kavramlarını tanımlar. 2. İktisadi olayları tanımlar ve diğer olaylardan ayırt ederek tartışır. 3. Fırsat maliyetlerini keşfetmeyi ve ekonomik denge kavramını açıklar.

	<p>4. Tüketicilerin ekonomik karar verme sürecini sınıflandırır.</p> <p>5. Mal ve hizmetlerin hangi piyasa yapısına girdiğini tespit eder</p>					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	x				
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x				
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x				
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x			
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.		x			
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	x				
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.	x				
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.		x			
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Ünsal, E. (2016). İktisada Giriş. Ankara, Besanko, D., & Braeutigam, R. (2020). Microeconomics. John Wiley & Sons.					

3.Yarıyıl

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT215 / Halkla İlişkiler Kampanyaları
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Mustafa CINGİ 13.05.2022

Dersin Amacı	Öğrencilerin bir halkla ilişkiler kampanyasının nasıl yapılacağı hakkında malûmat sahibi olması bu dersin temel amacını oluşturmaktadır.					
Dersin İçeriği	Bir halkla ilişkiler kampanyasının hazırlanmasında hangi aşamalardan geçilir? Araştırma ve planlama nasıl yapılır? Kampanya bir proje haline nasıl getirilir ve sunulur? Bu dersin mahiyetini bunlar oluşturmaktadır.					
İşlenen Konular	1. Dersin niteliğinin açıklanması, kitap, kaynak önerileri, kampanya konusuna giriş ve kampanya sürecinin aşamaları 2. Araştırma aşaması (veri toplama yöntemleri ve analiz) 3. Araştırma aşaması (PRESTCOM ve Porter"ın 5 Gücü Analizi) 4. Araştırma aşaması (S.W.O.T. analizi) 5. Planlama aşaması (hedef ve amaç, hedef kitle) 6. Planlama aşaması (strateji ve taktikler) 7. Planlama aşaması (İletişim stratejisi ve Mesaj stratejisi) 8. Planlama aşaması (Kreatif strateji) 9. Planlama aşaması (Stratejik detaylar ve taktikler) 10. Planlama aşaması (Medya planlaması) 11. Planlama aşaması (Kampanya bütçesi hazırlama) 12. Uygulama aşaması (Etkinlik tasarımı ve faaliyet takvimi) 13. Uygulama aşaması [Ölçme ve değerlendirme modelleri (Cutlip, Center & Broom, IPRA, Macnamara modelleri)] 14. Ölçme ve değerlendirme aşaması [PR faaliyetlerinin ölçümünde kullanılacak alan ölçümleri (çıktı ve sonuç ölçümleri)]alan ölçümünde kullanılacak yöntemler)					
Dersin Öğrenim Çıktıları	Bu dersi başarıyla bitiren öğrenciler; 1. Öğrenciler halkla ilişkiler kampanyası yapabileceklerdir. 2. Öğrenciler halkla ilişkiler kampanyası ile reklam kampanyasının farkını anlayacaklardır. 3. Öğrenciler PR Ajanslarının Pratikte nasıl çalıştıklarını göreceklerdir. 4. Öğrenciler sektörel analizler yapabileceklerdir. 5. SWOT Analizi hakkında bilgi sahibi olabileceklerdir. 6. PEST, rekabet, risk analizlerini yapabileceklerdir.					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		X			
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.				X	
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		X			
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözüme becerisine sahiptir.	X				
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	X					

	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	X				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	X				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.					
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.			X		
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.		X			
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Halkla İlişkiler Kampanyaları (Mustafa CINGI; Ders Notu; 2022) Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Kampanyaları; Ceyda AYDEDE; MediaCat Kitapları; 2002 Değerli Dostum, Betül Mardin, Kendi Yayını Algılama Yönetimi, Ali Saydam, Rota Yayınları İtibar Yönetimi, Salim Kadıbeşegil, MediaCat Yayınları https://www.slideshare.net/mstfcng üzerinde paylaşılmış olan ders sunumları					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 219 Grafik Tasarım Çalışmaları
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	4.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Arş. Gör. Burak Ünlü 1 Haziran 2022
Dersin Amacı	Değişik resim dosyası formatları ve özelliklerini kavrayabilme, mevcut resim dosyalarını açma ve resim dosyaları üzerinde gerekli düzenlemeler yapabilme ve temel grafik tasarım prensiplerini özümseme.
Dersin İçeriği	Temel grafik tasarım prensipleri, Adobe Illustrator ve Adobe Photoshop programları ve çevrim içi grafik tasarım araçları
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grafik Tasarım Prensipleri 2. Çözünürlük ve renk görüntüleri tanıma 3. Grafik formatları ve grafik optimizasyonu 4. Araç çubuğu nesnelere kullanımını 5. Seçimlerle çalışma, çalışma alanlarını yönetmek 6. Renk ve dolgu uygulamaları 7. Katmanlarla çalışma, maske katmanı

	<p>8. Katman işlemler dilimler ve etkin bölgeler</p> <p>9. Web grafikleri oluşturma, fırça ile çalışmak</p> <p>10.Fill, edit, image menüleri, text aracı</p> <p>11.Çizgi üzerine yazı yazmak, yazıları bükme</p> <p>12.Adobe photoshop çalışma prensibi ve çizim araçları kullanımı</p> <p>13.Animasyon oluşturma</p> <p>14.Gif oluşturma</p>					
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1. Çözünürlük, piksel ve dosya formatları ile alakalı temel bilgileri kavrar</p> <p>2. Temel grafik tasarım prensiplerini öğrenir ve çalışmalarını bu prensipler uyarınca yapar</p> <p>3. Illustrator programını ve kullanım alanlarını öğrenir</p> <p>4. Boyutlandırma türleri ve aralarındaki farkları öğrenir</p> <p>5. Baskı formatları ve özelliklerini öğrenir</p> <p>6. Illustrator arayüzünü hakim olur</p> <p>7. Dosya formatlarını dönüştürmeyi öğrenir</p>					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	x				
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x		
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x		
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x			
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x			
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.		x			
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.			x		
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans					

Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Bilgisayar Laboratuvarı
--	-------------------------

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Dersin Kodu ve Adı	HİT 221 Araştırma Yöntemleri -I
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	3
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	PROF. DR. MUSTAFA KOÇER 2022
Dersin Amacı	Bilimsel araştırma türlerinin neler olduğu, yöntem süreci, dipnot, kaynakça, tablo ve grafiklerin gösterimi konusunda öğrencileri bilgilendirmek.
Dersin İçeriği	Araştırma tasarımı yapmak için gerekli temel kavramlar, araştırma süreci, dipnotlar ve kaynakça yazımı gibi temel araştırma yöntemleri ile ilgili tekniklerin incelendiği bir derstir.
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1- Bilim kavramı, Bilimsel araştırma ve teknolojik gelişmenin önemi 2- Bilimsel araştırmalarda amaç ve araştırma türleri 3- Nitel araştırma desenleri 4- Nitel ve nicel araştırma teknikleri arasındaki benzerlik ve farklılıklar 5- Araştırma konusunun seçimi ve geçici plan hazırlanması 6- Kaynakların araştırılmasında kütüphanelerden yararlanma 7- Kaynakların bilimsel düzeylerinin belirlenmesi ve okunup değerlendirilmesi 8- Araştırmanın yazılması 1: Uslup ve metnin yazılması 9- Araştırmanın yazılması 2: Biçimsel koşullar 10- Araştırmanın yazılması 3: Metin aktarmaları ve bilimsel etik 11- Araştırmanın yazılması 4: Dip notların ve kaynakçanın yazılması 12- Araştırma metninin bilgisayarda yazılmasında biçimsel kurallar 13- E-kaynaklar 14- Çizelgeler, şekiller ve bunların metin içinde kullanılması
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1- Bilgi kaynakları, bilimsel araştırma, bilimsel düşünme kavramlarını bilir. 2- Bilimsel araştırmalarda amaç ve bilimsel araştırma türlerini öğrenir. 3- Nitel ve nicel araştırma yöntemleri arasındaki farklılıkları bilir. 4- Araştırma konusunu belirlerken dikkat edilecek hususları bilir.

	<p>5- Araştırma konusunu nasıl sınırlandırması gerektiğini öğrenir.</p> <p>6- Kaynakların araştırılmasında kütüphanelerden nasıl yararlanacağını öğrenir.</p> <p>7- Kaynakların bilimsel niteliklerinin belirlenmesi ve değerlendirilme kriterlerini bilir.</p> <p>8- Araştırma sürecini ve yazımında dikkat edilmesi gereken hususları öğrenir.</p> <p>9- Önrapor hazırlamayı ve rapor hazırlamayı öğrenir.</p> <p>10- Doğrudan ve dolaylı aktarma, kaynak gösterme konularını öğrenir. Bilimsel araştırmalarda intihal hakkında bilgi sahibidir.</p>					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		X			
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		x			
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		X			
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.		X			
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		X			
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		X			
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.			x		
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.		X			
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	X				
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.		x			
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	x				
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x				
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	<p>Dinler, Zeynel. (2006). Bilimsel Araştırma ve E-kaynaklar. Bursa: Ezgi Yayınları.</p> <p>Yardımcı Kaynaklar Haluk Geray, Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş: İletişim Alanından Örneklerle, 3. b., Ankara: Genesis, 2011. Niyazi Karasar, Bilimsel Araştırma Yöntemi, 11. b., Ankara: Nobel, 2002. Rauf Arıkan, Araştırma Teknikleri ve Rapor Hazırlama, Ankara: Asil, 2007.</p>					

	Jacques Barzun ve Henry F. Graff, Modern Araştırmacı, çev. Fatoş Dilber, 7. b., İstanbul: TÜBİTAK, 1999. Cavit Orhan Tütengil, Sosyal Bilimlerde Araştırma ve Metod, 3. b., İstanbul: İÜ İktisat Fakültesi, 1975.
--	---

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 227 Halkla İlişkiler Yazarlığı
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. Mehmet Sena KÖSEDAĞ 20.05.2022
Dersin Amacı	Bu dersi alan öğrencilerin halkla ilişkiler uygulamaları (siyasal kampanyalar, kriz yönetimi, lobicilik vb. tüm tanıma ve tanıtma çalışmaları) kapsamında basın bülteni, bildiri, açıklama, toplantı metni, haber yazmayı öğrenmesi; broşür, kitapçık, yıllık, davetiye hazırlayabilmesi beklenmektedir.
Dersin İçeriği	Halkla İlişkiler Yazarlığı, stratejik olarak planlanmış hedeflere ulaşmak için, kurum içi ve kurum dışı hedef kitleyi ikna etme sürecinde kullanılacak açık ve öz bilgilerin, mesaj haline getirilmesi işidir. “Halkla İlişkiler Yazarlığı” dersi kapsamında, öğrencilerin kurum içi ve kurum dışı hedef kitle için, etkili mesaj oluşturma yöntemlerini kullanarak, haber, bildiri, açıklama, mesaj, deklarasyon yazmak; el ilanı, broşür, basın kiti, el kitabı, davetiye, yıllık, kurumsal gazete, dergi hazırlamak öğretilenlerdir. Ayrıca, gelişen iletişim teknolojileri ile birlikte internetin, sosyal medyanın kurum yararına nasıl kullanılabileceği aktarılacaktır.
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1. Halkla İlişkiler Yazarlığına Giriş (halkla ilişkiler) 2. Halkla ilişkiler yazarının görev sorumlulukları, halkla ilişkiler yazarlığı ve gazetecilik 3. Halkla ilişkiler yazarlığı ve ikna için etkili mesaj oluşturma 4. Halkla ilişkiler mesajlarında yazma süreci (problem saptama, konu-hedef kitle saptama, amaç ve hedef oluşturma, uygun medya seçimi, yazım aşaması) 5. Halkla ilişkilerde yazma süreci (mesaj stratejisini belirleme, mesajın yazımı); basın bildirisi, açıklaması hazırlama 6. Haber Yazma 7. El ilanı, broşür, afiş hazırlama 8. Açık hava mecralarına mesaj hazırlama 9. Basın kiti, el kitabı, davetiye, yıllık, kurumsal gazete hazırlama
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1. Halkla İlişkiler Yazarlığına Giriş (halkla ilişkiler) hakkında bilgi sahibi olma 2. Halkla ilişkiler yazarının görev sorumlulukları, halkla ilişkiler yazarlığı ve gazetecilik hakkında bilgi sahibi olma

	<p>3. Halkla ilişkiler yazarlığı ve ikna İkna için etkili mesaj oluşturma hakkında bilgi sahibi olma</p> <p>4. Halkla ilişkiler mesajlarında yazma süreci (problem saptama,konu-hedef kitle saptama, amaç ve hedef oluşturma, uygun medya seçimi, yazım aşaması) hakkında bilgi sahibi olma</p> <p>5. Halkla ilişkilerde yazma süreci (mesaj stratejisini belirleme, mesajın yazımı); basın bildirisi, açıklaması hazırlama hakkında bilgi sahibi olma</p> <p>6. Haber Yazma hakkında bilgi sahibi olma</p> <p>7. El ilanı, broşür, afiş hazırlama hakkında bilgi sahibi olma</p> <p>8. Açık hava mecralarına mesaj hazırlama hakkında bilgi sahibi olma</p> <p>9. Basın kiti, el kitabı, davetiye, yıllık, kurumsal gazete hazırlama hakkında bilgi sahibi olma</p>					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.			x		
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.					x
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x		
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			x		
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x			
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.				x	
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.			X		
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.				x	
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.			x		
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği, Proje Hazırlama Ve Sunum					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Halkla İlişkiler Yazarlığı, Sevil Uzoğlu Bayçu, Anadolu Üniversitesi Yayınları "Halkla İlişkiler Yazarlığının Tanım ve Nitelikleri" Y.Ece Çöklü, İÜ İletişim Fakültesi Dergisi Halkla İlişkiler Nedir?, Filiz Balta Peltekoğlu, Beta Basım Yayım "Halkla İlişkilerin Medyası mı? Medyanın Halkla İlişkileri					

	mi?”, Ebru Akbaba Davulcu, Düünden Bugüne Halkla İlişkiler (Ed. Metin Işık, Mustafa Akdağ), Eğitim Akademi Yayınları “Halkla İlişkiler ve Medya”, Ebru Akbaba Davulcu, Halkla İlişkilere Giriş (Ed. Metin Işık), Eğitim Yayınevi.
--	---

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım				
Dersin Kodu ve Adı	HİT 229 Bütünleşik Pazarlama İletişimi				
Dersin Tipi	Zorunlu				
Dersin AKTS Kredisi	3				
Önkoşul/Eşkoşul	Yok				
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. Emel Tanyeri Mazıcı (20.05.2022)				
Dersin Amacı	Hedef kitle ve kurum arasında önemli işleve sahip pazarlama kavramının ilkeleri ve karması üzerinden tanınması, yorumlanması ve uygulanmasına ilişkin temel düzeyde bilgi ve yeteneklerin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.				
Dersin İçeriği	Bütünleşik pazarlama iletişimini ve ilgili kavramları konu edinen lisans düzeyinde işlenen derstir.				
İşlenen Konular	1-Pazarlama kavramı, önemi, amacı ve kapsamı 2- Pazarlamanın tarihsel süreci ve bütünleşik pazarlama dönemi 3- Bütünleşik pazarlama kavramı ve araçları 4- Bütünleşik pazarlama sürecinde çevre ve elemanları 5- Bütünleşik pazarlamada araştırma süreci 6- Bütünleşik pazarlamada stratejik planlama 7- Bütünleşik pazarlamada tüketici ve davranışları 8- Pazarlama iletişimi ve pazarlama karması 9- Pazarlama iletişimi ve pazarlama karması 10- Bütünleşik pazarlama ve tutundurma karması 11- Bütünleşik pazarlama ve tutundurma karması 12- Bütünleşik pazarlama ve müşteri odaklı yöntemler 13- Bütünleşik pazarlama ve alternatif yöntemler 14- Bütünleşik pazarlama ve alternatif yöntemler				
Dersin Öğrenim Çıktıları	1-Bütünleşik pazarlama kavram ve uygulamaları ile ilgili temel kavrayış edinir. 2- Stratejik yönetim sürecinde bütünleşik pazarlama uygulamalarının önem ve uygulanışı hakkında fikir edinir. 3- Pazarlama Karması hakkında bilgi sahibi olur. 4- Tutundurma faaliyetlerini ve özellikle halkla ilişkileri pazarlama perspektifinden yorumlayabilir. 5- Bütünleşik pazarlama iletişimde tüketici ve tüketici odaklı yönelimleri kavrar.				
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı					Katkı Seviyesi
	1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				

	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x		
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x		
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			x		
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.			x		
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x			
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	x				
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Alanla ilgili çeşitli kitap ve makalelerden hazırlanan güncel içerik Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Pazarlama İletişimi, İzzet Bozkurt Güncel Pazarlama Yönetimi, Mahir Nakip-İnci Varinli					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 231 Kişilerarası İletişim
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	3
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Arş. Gör. Dr. Ömer Faruk Koçak 27.05.2020
Dersin Amacı	Kişiler arası iletişim kurulabilmesi için etkin, sağlıklı, grup ve örgüt iletişimi ile ilgili bilgilerin verildiği derstir. Disiplinlerarası bir bakış açısıyla kişilerarası iletişimin çeşitli bileşenlerini tanımlamak ve bunlar arasındaki ilişkiyi eleştirel bir yaklaşımla ortaya koymak ve öğrenciye, kişiler arası etkin ve sağlıklı iletişim kurma ile sağlıklı grup ve örgüt iletişimi kurma yeterliklerini kazandırmak amaçlanmaktadır.
Dersin İçeriği	Bu ders öğrencilerin gündelik yaşamda kurdukları etkileşimlerin psikolojik altyapısı odaklanmakta ve iletişim becerilerini ele almaktadır.

İşlenen Konular	1 Kişilerarası İletişimin Unsurları 2 Kişilerarası İletişim Modeller 3 Kişilerarası İletişim Sürecinde Dinleme 4 Kişilerarası İletişim Sürecinde Benlik 5 Kişilerarası İletişim Sürecinde İkna 6 Sözel İletişim 7 Sözel Olmayan İletişim 8 Algı ve Kişiler Arası İletişim 9 Cinsiyet Farklılıkları Açısından Kişilerarası İletişim 10 Kişilerarası İlişkiler 11 Kişilerarası İlişkiler Güç 12 Kişilerarası İletişim Sürecinde Algılama 13 Kişilerarası İlişkilerde Çatışma 14 Kişilerarası İlişkilerde Çatışma Yönetimi					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1. İletişim kavramına dair genel bilgiler edinilir. 2. Kişilerarası iletişim sürecine ait temel bilgi ve donanımların kazanılır. 3. Kişilerarası İletişimde yaşanan çatışmalara ve bu çatışmaların yönetilmesine dair temel bilgilerin elde edinilir. 4. Kişiler Arası İletişim Modeller hakkında bilgi sahibi olunur. 5. Sözel İletişim hakkında bilgi sahibi olunur. 6. Kişiler Arası İlişkilerde Çatışma Yönetimi hakkında bilgi sahibi olunur.					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x	
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		x			
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x				
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x				
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.					
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.						
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						

Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Kişilerarası İletişim Serdar Kaypakoğlu, Üstün Dökmen, İletişim Çatışmaları ve Empati, Remzi Kitapevi - Şerif, M. ve Şerif, Sosyal Psikolojiye Giriş, Sosyal Yayınlar, Kişilerarası İletişim, Demet Gürbüz, Ayşen Temel Eğinli, Nobel Yayıncılık

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT233 İletişim Tarihi
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	2
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. Mahmut AKGÜL 20.05.2022
Dersin Amacı	İletişim Tarihi dersinin amacı öğrencilere kitle iletişim araçlarının tarihsel gelişimi hakkında bilgi vermek ve sosyokültürel koşullar ile iletişim yöntem ve teknikleri arasında ilişki kurma becerisi geliştirmelerini sağlamaktır.
Dersin İçeriği	İletişim biçimlerinin ve iletişim araçlarının tarihsel gelişiminin siyasal, ekonomik, toplumsal ve kültürel boyutlarıyla ele alındığı bir derstir.
İşlenen Konular	<p>1- İletişime ilişkin tanımlar, iletişimi sınıflandırma biçimleri, kitle iletişimi, iletişim ve kitle iletişimi arasındaki yapısal ve genel farklar.</p> <p>2- İletişim ve tarih ilişkisi, uygarlık tarihinde iletişimin önemi, iletişim alanındaki yenilik ve gelişmelerin siyasi, ekonomik, kültürel ve toplumsal önemi.</p> <p>3- Sözlü kültür dönemi: Mağara resimleri, heykelcikler, hesap taşları, konuşma, ses ve ritim, sözlü kültür döneminin özellikleri.</p> <p>4- Elyazmalı (chirografik) kültür dönemi: Çivi yazısı ve tabletler, hiyeroglifler ve papirüs, alfabetik yazı ve kâğıt, ilk kitaplar ve ilk kütüphaneler, yazının işlevleri, elyazmalı kültürün özellikleri.</p> <p>5- Basılı (tipografik) kültür dönemi: Matbaanın icadından önceki baskı yöntemleri, Gutenberg matbaasının icadı, matbaanın siyasi, toplumsal, kültürel, dini ve ekonomik sonuçları, yazılı basının doğuşu.</p> <p>6- Elektrikten önceki haberleşme ve iletişim sistemleri: Pers, Antik Yunan, Roma, Çin, Bizans imparatorluklarında haberleşme ve iletişim sistemleri.</p> <p>7- Elektrikten önceki haberleşme ve iletişim sistemleri: İslam devletlerinde, Türk devletlerinde, Orta Çağ Avrupa'sında haberleşme ve iletişim sistemleri.</p>

	<p>8- Osmanlı İmparatorluğu'nda haberleşme ve iletişim sistemleri: Derbend sistemi, menzil sistemi, posta teşkilatı, Osmanlı'da matbaanın kuruluşu, yazılı basının doğuşu.</p> <p>9- Elektrik ve elektronik kültür dönemi: Optik telgraf, elektrikli telgraf, telefon.</p> <p>10- Elektrik ve elektronik kültür dönemi: Fotoğraf, hareketli görüntü ve sinema.</p> <p>11- Elektrik ve elektronik kültür dönemi: Radyo, televizyon.</p> <p>12- Elektrik ve elektronik kültür dönemi: İnternet.</p> <p>13- Osmanlı ve Türkiye'de elektrik-elektronik iletişim: Telgraf, telefon, sinema.</p> <p>14- Osmanlı ve Türkiye'de elektrik-elektronik iletişim: Radyo, televizyon, internet.</p>																																																																	
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1-İletişim yöntem ve teknolojilerinin tarihindeki başlıca gelişme ve dönemlerin anlaşılmasını sağlar.</p> <p>2-Antik dönemden başlayarak sosyo-ekonomik koşullar ve medyanın gelişimi arasında ilişki kurabilmeyi sağlar.</p> <p>3-Baskı makinesi gibi iletişimde 'devrim' yaratan buluşların bilgi aktarımı ve içeriğinde nasıl dönüşümler yarattığını açıklar.</p> <p>4-Gazetenin ortaya çıkması ve yaygınlaşmasıyla yeni bir okur-yazar kitlesinin oluşması arasındaki karşılıklı ilişkiyi açıklar</p> <p>5-Baskı makinesi, telgraf, telefon ve fotoğrafın icadı gibi teknolojik gelişmelerin kitle iletişimin tarihsel gelişimindeki rolünü belirler.</p> <p>6-Sinema, radyo ve televizyonun yaygınlaşmasıyla kitle iletişiminin gelişimi arasında ilişki kurar.</p>																																																																	
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x		Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x					Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x			Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x					İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x					Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x					Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x					Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x					İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Katkı Seviyesi																																																																	
	1	2	3	4	5																																																													
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x																																																														
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x																																																																	
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x																																																															
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x																																																																	
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x																																																																	
Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x																																																																	
Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x																																																																	
Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x																																																																	
İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.																																																																		

	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağı kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	David Crowley, Paul Heyer, İletişim Tarihi, Phoenix Yayınları, Ankara, 2010.					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 235 Halkla İlişkiler Stratejileri
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. Murat BAŞARIR 26.05.2022
Dersin Amacı	Stratejik yönetim anlayışı içerisinde halkla ilişkiler biriminin işlev, rol ve ortamlarını öğretir.
Dersin İçeriği	Halkla ilişkileri sosyal strateji, işlevsel strateji ve operasyonel strateji düzeylerinde anlatır.
İşlenen Konular	<p>1-İşletmelerin genel amaçları, üretim faktörleri ve yönetimin fonksiyonları</p> <p>2-Stratejik yönetim kavramı: Strateji, hedef, politika vb kavramlar.</p> <p>3-Halkla ilişkilerin örgüt içindeki yeri ve rolleri</p> <p>4-Sosyal strateji düzeyinde halkla ilişkiler: Ortam taraması, kamu paydaş segmentasyonu</p> <p>5-Sosyal strateji düzeyinde halkla ilişkiler: Konu yönetimi, senaryoların üretimi</p> <p>6-İşlevsel strateji düzeyinde halkla ilişkiler: kavramsal çerçeve</p> <p>7-İşlevsel strateji düzeyinde halkla ilişkiler: stratejik iletişim planı oluşturma</p> <p>8-Stratejik iletişim planı oluşturma: konu ve kamunun belirlenmesi, stratejik iletişim amaçlarının belirlenmesi</p> <p>9-Stratejik iletişim planı oluşturma: Stratejik iletişimin yönü (asimetrik, simetrik), kontrol</p> <p>10-Operasyonel strateji düzeyinde halkla ilişkiler: kavramsal çerçeve</p> <p>11-Kampanya süreci: konunun/sorunun tanımı, paydaş/kamu</p> <p>12-Kampanya süreci: kampanya araştırması</p> <p>13-Kampanya süreci: durum analizi</p> <p>14-Kampanya süreci: kampanya stratejisi</p>

	15-Kampanya süreci: değerlendirme, bütçe.					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1. Öğrenci stratejik düşünme kavramını edinir 2-Öğrenci halkla ilişkiler kampanya süreçlerini stratejik olarak görüp yorumlayabilir 3-Stratejik yönetim kavramı çerçevesinde yapılaması planlanan bir etkinliği düzenleyebilir					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı					Katkı Seviyesi	
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.					x
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x				
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.					
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.				x	
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x				
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x			
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.			x		
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.	x				
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans ve Tartışma Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Şatır Karakaya, Ç., Erendağ Sümer, F., & Gök Demir, Z. (2015). Stratejik Halkla İlişkiler ve Uygulamaları. Nobel Yayıncılık. Ankara. Tuncer, A. İ. (2011). Stratejik Halkla İlişkiler: Paydaşlar, Kamular ve Konuların Yönetimi. Halkla İlişkiler'den Stratejik Halkla İlişkiler'e içinde,(Editör: Çiğdem Karakaya Şatır), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 175-202.					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Dersin Kodu ve Adı	HİT 237 Girişimcilik
Dersin Tipi	Zorunlu

Dersin AKTS Kredisi	3					
Önkoşul/Eşkoşul	-					
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Ücr. Öğretim Görevlisi Hasan Köse 2022					
Dersin Amacı	Öğrencilerin, iş kurma konusunda temel bilgi gereksinimini sağlamak.					
Dersin İçeriği	Başarılı işletme kurabilmek için gerekli olan iş planı kavramı hakkında bilgilendiren bir derstir.					
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1. Girişimciliğin Tanımı, Türkiye’de ve Dünyada Girişimcilik TarihiGirişim Kurma Süreci 2. Ülkemizde Girişimcilik, KOSGEB Danışmanlığı, Tecrübe Paylaşımı ve Örnek Girişimciler 3. Girişimin Markalaşma Yolculuğu, Lora Medya Örneği Tecrübe Paylaşımı ve Kadın Girişimcilik 4. Halkla İlişkilerde Girişimcilik 5. Dijital Girişimcilik 6. İşletmelerde Yönetim Fonksiyonu, Yönetim Anlayışı 7. İşletmelerde Pazarlama Fonksiyonu 8. İşletmelerde İnsan Kaynakları Fonksiyonu 9. İşletmelerde Üretim Fonksiyonu 10. Tecrübe Paylaşımı ve Örnek Girişimciler 11. Tecrübe Paylaşımı ve Örnek Girişimciler 12. Tecrübe Paylaşımı ve Örnek Girişimciler 13. Tecrübe Paylaşımı ve Örnek Girişimciler 14. Final Sınavı 					
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1. Öğrenciler girişimcilik kavramını ve özelliklerini öğrenir. 2. Öğrenciler iş fikri geliştirme ve iş modellemesi yapar. 3. Öğrenciler iş planı kavramı ve öğelerini (pazar araştırma, pazarlama planı, üretim planı, yönetim planı, finansal plan) öğrenir ve uygulama çalışmalarını yapar. 4. İş planının yazılması ve sunumunda dikkat edilecek hususları öğrenir ve kendi planlarını hazırlarlar; Örnek girişimciler ile tecrübe paylaşımına katılır. 					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı					Katkı Seviyesi	
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		x			
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		x			
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		x			
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x					

	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.		x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x					
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.		x				
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.		x				
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.		x				
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans, film izleme, tartışma, iş planı hazırlama ve sunma						
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme							

4.Yarıyıl

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 210 Reklam ve Tanıtım Kampanyaları
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	-
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Nilay Akgün Akan- 26/05/2020
Dersin Amacı	Öğrencilerin reklam ve tanıtım kampanyasının aşamalarını öğrenmelerini hedeflemektedir.
Dersin İçeriği	Ders kampanya üretim sürecine uygun olarak araştırma ve analiz yapma konularına değinmektedir. Ayrıca yüz yüze ve Türkçe işlenmektedir.
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1- Tanışma, ders akışı e beklentiler konusunda öğrencileri bilgilendirmek 2- Reklam hakkında genel bilgiler 3- Yeni reklam yönelimleri hakkında bilgiler 4- Tüketicinin karar alma sürecinde etkili olan faktörler ve karar alma sürecinin işleyişi ve bu süreçte reklam kampanyasının yeri 5- Reklam ajansı işleyişi 6- Kampanya süreci ve brief 7- Kampanya araştırması 8- Kampanya araştırması

	<p>9- Stratejik planlama 10-Bütçeleme 11-Reklam kampanyasında hedef kitle 12-Reklam kampanyasında yaratıcı strateji 13-Medya planlama 14-Genel değerlendirme</p>					
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1- Reklam kampanyasında olması gereken aşamaları öğrenir. 2- Kampanyanın seslendiği hedef kitleyi analiz edebilmek için gerekli bilgiye sahip olur. 3- Kampanyanın medya planlamasını hazırlamak için gerekli bilgiye sahibi olur. 4- Kampanyanın mali boyutunu, bütçe kalemlerini hazırlamak için gerekli bilgiye sahibi olur.</p>					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		x			
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x				
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x				
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x			
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Filiz Balta Peltekoğlu, Kavram ve Kuramlarıyla Reklam, 2010, Beta Yayınları. İzzet Bozkurt, İletişim Odaklı Pazarlama, 2004, Mediacat Yayınları.					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım					
Dersin Kodu ve Adı	HİT 222 Marka İletişimi ve Yönetimi					
Dersin Tipi	Zorunlu					
Dersin AKTS Kredisi	3					
Önkoşul/Eşkoşul	Yok					
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr.Emel Tanyeri Mazıcı (20.05.2020)					
Dersin Amacı	Bu derste; marka kavram ve değerinin halkla ilişkiler yönetimi içindeki yerinin belirlenmesi ve marka yönetim sürecinin analiz edilerek modern yönetim anlayışı ile uyumlaştırılmasını amaçlanmaktadır.					
Dersin İçeriği	Marka konusuna ilişkin başlıkların halkla ilişkiler bakış açısından ele alındığı lisans dersidir.					
İşlenen Konular	1-Halkla ilişkiler ve pazarlama anlayışında dönemsel değişimler ve Marka kavramı 2-Marka Bileşenleri (Fiziksel Bileşenler) 3-Marka Bileşenleri (Fiziksel Bileşenler) 4-Marka Bileşenleri (Sosyal Bileşenler) 5-Marka Bileşenleri (Sosyal Bileşenler) 6-Marka Kişiliği ve Sadakati 7-Marka Konumlandırma 8-Marka Değeri 9-Marka Yapısı ve Türleri 10-Marka Ölçme ve Değerlendirme 11-Markalaşmada Hukuki İşlemler 12-Küresel Markaların Yönetimi 13-Güncel Marka Örnek Çözümler 14-Güncel Marka Örnek Çözümler					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1-Marka kavramı ve uygulamaları hakkında temel kavrayış elde eder 2-Markalaşma, farklılaşma ve çok boyutluluk üzerinde zihinsel temsilleri yaratır 3-Marka ve markalaşma uygulamalarını güncel yaklaşım ve dönemsel perspektiflerle analiz edebilme becerisini geliştirir 4-Halkla ilişkiler ve pazarlama anlayışında dönemsel değişimler ve Marka kavramı hakkında bilgi sahibi olur 5-Marka Değeri ve Bileşenleri hakkında bilgi sahibi olur 6-Marka Yaratma Stratejileri hakkında bilgi sahibi olur					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		x			
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x				
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x				
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x					

	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x				
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x					
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x					
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x					
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.						
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.						
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.						
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği						
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Alanla ilgili çeşitli kitap ve makale içerikleri İletişim Temelli Marka Yönetimi, Nurhan Babür Tosun Küresel Pazarda Marka Yönetimi ve Halkla İlişkiler, Aylin Pira-Fusun Kocabaş, Mine Yeniçeri Postmodern Pazarlama, Edin Güçlü Sözer, Beta Yayıncılık						

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 224 Mesleki Tasarım Çalışmaları
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	3
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Öğr. Gör. İshak AYVAZ 25.05.2022
Dersin Amacı	Görüntü ve ses formatlarına hakim olup, bu verilerin amaca göre düzenlenmesini sağlamak.
Dersin İçeriği	Mevcut senaryoya göre elde edilen doneleri kurgu vasıtasıyla sıralayıp anlamlı bütün haline getirmek.
İşlenen Konular	1-Dünyada kullanılan yayın sistemleri. 2-Video formatları. 3-Ses formatları. 4-Kurgu programından proje oluşturma. 5-Kurgu programının arayüzünü tanıma. 6-Görüntü ve ses kesme yöntemleri. 7-Görüntü geçişleri 8-Ses geçişleri Title. 9-Görüntüde hızlandırma, yavaşlatma, ters çevirme yöntemleri. 10-Seste hızlandırma, yavaşlatma, ters çevirme yöntemleri.

	11-Video motion: Görüntüyü büyültme, küçültme, sağa ve sola hareket etme. 12-Video efektleri ve etkileri. 13-Ses efektleri ve etkileri. 14-Export.					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1-Yayın sistemleri arasındaki farkları görür. 2-Video formatlarının özelliklerini ve aralarındaki farkları görür. 3-Video kullanımı ve etkilerini öğrenir. 4-Ses kullanımı ve etkileri görür. 5-Müzik kullanımı ve etkileri görür. 6-Kurgunun psikolojik etkileri öğrenir. 7-Kurgunun propaganda etkileri öğrenir. 8-Kurgunun evrensel bir dil olma özelliğini kavrama. 9-Farklı kurgu yöntemlerini kullanmayı öğrenir. 10-Video hareketlerini öğrenir.					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		x			
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.					x
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		x			
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.		x			
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.				x	
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığında üretim yapmaya yetkindir.			x		
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.		x			
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.				x	
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.				x	
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.			x		
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.		x			
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.		x				
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Bilgisayar laboratuvarında uygulamalı anlatım					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme						

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım				
Dersin Kodu ve Adı	HİT 232- Medya Planlaması				
Dersin Tipi	Zorunlu				
Dersin AKTS Kredisi	3.00				
Önkoşul/Eşkoşul	Yok				
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç. Dr. Meltem ŞAHİN HASSAN 2022				
Dersin Amacı	Bir ürün veya servise ait reklam mesajını, doğru hedef kitleye iletmenin en iyi yolunu belirleme ve bütçeleme konusunda öğrencinin bilgisini arttırmaktır.				
Dersin İçeriği	Medya Planlaması dersi, mesajların hedef kitleye doğru zaman ve yerde, uygun bütçeyle nasıl ulaştırılacağını anlatır.				
İşlenen Konular	1- Medya Planlaması Nedir? Tanımlar, Kavramlar. 2- Medya Planlamasının Aşamaları 1 3- Medya Planlamasının Aşamaları 2 4- Kreatif Düşünce 5- Pazarlama 6- Reklam İşleyiş Modelleri 7- Reklam Ortamları 1 8- Reklam Ortamları 2 9- Bütçe, Ölçme ve Değerlendirme 10- Satın Alma Roller ve Faktörler 11- Medya Planlama Uygulamaları 12- Medya Planlama Uygulamaları 13- Medya Planlama Uygulamaları 14- Medya Planlama Uygulamaları				
Dersin Öğrenim Çıktıları	- Medya Planlamada kullanılan kavramlar hakkında bilgi sahibi olmayı sağlar 2- Medya Planlama aşamaları hakkında bilgi sahibi olmayı sağlar 3- Medya ölçümleri hakkında bilgi sahibi olmayı sağlar 4- Medya amaçları ve stratejileri hakkında bilgi sahibi olmayı sağlar 5- Reklam hakkında bilgi sahibi olmayı sağlar 6- Planlama yapabilme becerisi kazanmayı sağlar.				
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	Katkı Seviyesi				
	1	2	3	4	5
			x		
			x		
		x			
			x		
		x			

	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği, Formal Öğretmen Anlatımı, Seminer Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Abdurrahman Şahin, Eleştirel Medya Okuryazarlığı, Anı Yayınları, Ankara.Eleştirel Medya Okuryazarlığı(Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar), Mutlu Binark, Mine Gencil Bek, Kalkedon yayıncılık, 2. Basım, 2010, İstanbul.					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Dersin Kodu ve Adı	HİT 234 Temel Fotoğrafçılık
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Öğretim Görevlisi Uğur AYDIN
Dersin Amacı	Öğrencilerin sunum teknikleri ve görsel tasarımın günümüzdeki yeri ve önemi hakkında içgörü kazanarak bilgi ve fikir edinmelerini sağlamak,görsel sunum ve tasarım dersi ile sanatlar arasındaki ilişkiyi nasıl yorumlamaları gerektiğini göstermek, kültür endüstrisi bağlamında çağdaş sunum tekniği ve görsel tasarımın geldiği aşamada yaratım süreçlerini eleştirel bir perspektiften irdeleme yetisi ve yaratıcı katkılar sunma yeteneğini kazandırmaktır.
Dersin İçeriği	Sunum ve tasarımın görsel dilini ve farklılıklarını ve estetik duyarlılığı kavrama ve tasarımlarına yansıtma becerisi.
İşlenen Konular	1-Tanışma, dersin içeriği hakkında bilgi verilmesi 2-Görselliğin önemi ve etkileme süreci 3-Sanatın ve tasarımın görsel dilini ve farklılıklarını ve estetik duyarlılığı kavrama 4-Sunum ve Sunu türleri 5-Sunum ve Sunu türleri 6-Görsel tasarım öğeleri 7-Görsel tasarım öğeleri

	<p>8-Görsel tasarım ilkeleri 9-Görsel tasarım ilkeleri 10-Belgesel (tasarımcılar) 11-Powerpoint - Prezi program kullanımı (dikkat edilmesi gereken noktalar) 12-Powerpoint - Prezi program kullanımı (dikkat edilmesi gereken noktalar) 13-Öğrencilerin hazırladıkları sunumların izlenilmesi ve değerlendirilmesi 14-Öğrencilerin hazırladıkları sunumların izlenilmesi ve değerlendirilmesi</p>					
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1-Öğrencilerin sunum teknikleri ve görsel tasarımın günümüzdeki yeri ve önemi hakkında içgörü kazanarak bilgi ve fikir edinmelerini sağlamak 2-Görsel sunum ve tasarım dersi ile sanatlar arasındaki ilişkiyi nasıl yorumlamaları gerektiğini göstermek 3-Kültür endüstrisi bağlamında çağdaş sunum tekniği ve görsel tasarımın geldiği aşamada yaratım süreçlerini eleştirel bir perspektiften irdeleme yetisi ve yaratıcı katkılar sunma yeteneğini kazandırmaktır.</p>					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	x				
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x		
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		x			
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.		x			
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.			x		
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x			
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.		x			
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağı kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						

Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Dersin Kodu ve Adı	HİT 236 Araştırma Yöntemleri II
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	PROF. DR. MUSTAFA KOÇER 2022
Dersin Amacı	Öğrencilere bilimsel kamuoyu araştırmalarının hangi aşamalardan oluştuğunu ve konu seçiminden verilerin analizine kadar bir araştırmacının nasıl hazırlanması gerektiğini öğretmektir.
Dersin İçeriği	Kamuoyu araştırmaları ve SPSS uygulamaları dersi kamuoyu araştırmalarında araştırma konusunun seçimi, amaçların belirlenmesi, yöntem seçimi, veri toplama gerekli evren ve örneklemin seçimi, verilerin SPSS programına girilerek analiz edilmesi ve bulguların yorumlanması konularının işlendiği bir derstir
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1- Tanımlar, bilimsel araştırma süreci 2- Kamuoyu araştırmalarında konu ve yöntem seçimi 3- Kamuoyu araştırmalarında Evren ve Örneklem seçimi 4- Veri kavramı ve veri toplama teknikleri Veri analizinde kullanılacak istatistiksel tekniğin seçimi 5- SPSS programının kurulumu ve genel olarak incelenmesi 6- Anket çalışmalarında kodlama ve SPSS programına veri girişi ve veri tanımlamaları 7- Frekans analizi 8- Frekans tablolarının yorumlanması 9- Çapraz tablo analizi 10- Tabloların yorumlanması 11- Grafiklerin çizilmesi 12- Ki kare analizi ve yorumlanması 13- t analizi ve yorumlanması 14- Basit Korelasyon analizi ve yorumlanması
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1- Araştırma sürecini öğrenir 2- Araştırma nüfusu, örnekleme, gibi kavramları bilir 3- SPSS programını kurabilir 4- SPSS programına veri girebilir 5- Frekans analizini yapabilir 6- Frekans analizi tablolarını yorumlayabilir 7- T testini yapabilir 8- T testi tablolarını yorumlayabilir

	9- Ki kare analizini yapabilir ve yorumlar 10- Başlangıç düzeyinde rapor hazırlar					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	Katkı Seviyesi					
	1 2 3 4 5					
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	x				
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x		
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			X		
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	X				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		X			
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		X			
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.		X			
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	X				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.		X			
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağına kurar.	X				
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	X				
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x				
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Ural, Ayhan ve Kılıç, İbrahim (2006). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi. Ankara: Detay. Yardımcı Kaynaklar Büyüköztürk, Şener (2004). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi. Ankara: Pegema.					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 238 Sosyal Psikoloji
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	3
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Arş. Gör. Dr. Ömer Faruk Koçak – 27.5.2022
Dersin Amacı	Bu dersin temel amacı, sosyal bir varlık olan insanın, gündelik yaşam içerisinde diğer insanlarla kurduğu etkileşim süreçlerini sosyal etki bağlamında anlamlandırmaktır.

Dersin İçeriği	Psikolojik süreçleri sosyal etkileşim bağlamında ele almaktadır.					
İşlenen Konular	1 Sosyal psikolojiye giriş 2 Sosyal etki ve uyma 3 Sosyal etki ve uyma 4 Tutum ve tutum değişimi 5 Sosyal biliş 6 Benlik 7 Benlik 8 Eylemleri mazur gösterme 9 Grup süreçleri 10 Toplum yanlısı davranışlar 11 Saldırganlık 12 Saldırganlık 13 Ön yargı 14 Ön yargı					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1. Öğrenci; sosyal psikolojinin bir bilim dalı olarak ortaya çıkma koşullarını, diğer sosyal bilimler arasındaki yerini, tarihsel gelişimini ve bir çalışma alanı olarak belirmesini kavrar. 2. Sosyal psikolojinin bir gazeteciye sağlayabileceği somut ve pratik faydaları göz önünde bulundurur. 3. Sosyal psikoloji araştırmalarında kullanılan yöntem ve teknikleri anlar ve bu teknikleri nasıl kullanabileceği hakkında farkındalık kazanır. 4. Bireyin grup içerisindeki davranışlarının altında yatan dinamikler hakkında bilinç ve farkındalık kazanır. 5. Bireyin grup içerisindeki davranışlarının altında yatan dinamikler hakkında bilinç ve farkındalık kazanır ve kendisine yönelik bir iç-görü geliştirir.					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı					Katkı Seviyesi	
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x	
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x		
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x		
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			x		
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x			
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x			
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x					

	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme						

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Dersin Kodu ve Adı	HİT 240 Felsefe
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	2
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	
Dersin Amacı	Felsefe disiplinini tanıtmak ve temel kavramlarına ilişkin bilgi kazandırmak.
Dersin İçeriği	Felsefenin temel kavramları;felsefe,bilgi,değer,varlık,vb. Felsefenin temel sorunları ve felsefi yaklaşımlar. Felsefe-varlık ilişkisi, bilgi kuramı, değer kuramı. Yaşam- felsefe ilişkisi, yaşamın anlamı sorunu.
İşlenen Konular	Felsefe Kavramı: Felsefenin Dalları Niçin Felsefe? Felsefi Sorunların Doğası Felsefi Tutum/Felsefe Yapmak Felsefi Düşünce/Bilimsel Düşünce Bilgi Felsefesi (Epistemoloji): Bilgi Sorunu Bilginin Kaynağı, Koşulları Bilgi, İnanç ve Temellendirme Doğru/Yanlış Varlık Felsefesi (Ontoloji). Gerçek Olan Nedir? Varoluş Üzerine Bulmacalar Özgür İrade Sorunu Varoluş ve Kimlik Yaşamın Anlamı Sorunu Değer Felsefesi (Axiology). Değer ve Kaynağı Değerin Neliği Ahlaksal Değerler/Estetik Değerler

Dersin Öğrenim Çıktıları	Felsefe Tarihindeki Kimi Problemleri Tanır ve Tartışır. Felsefe Tarihindeki Kimi Problemleri Tanır ve Tartışır. Temel Felsefe Kavramlarını Felsefe Tarihi İçindeki Yeri ile Bilir. Felsefenin Nesnesini ve İş Görme Tarzını Bilir. Metin Okuma ve Çözümleme Becerisi Kazanır.					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	Katkı Seviyesi					
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.					x
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x				
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.					
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.					x
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.					
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.					
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.				x	
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.					x
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.				x	
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.						
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme						

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	Hit 242/ Meslek Etiği
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	4,00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. İsmailcan DOĞAN 31.05.2022

Dersin Amacı	Halkla İlişkiler mesleğinin standartlarını göstermek amaçlanmaktadır.					
Dersin İçeriği	Meslek olarak halkla ilişkilerin etik kuralları analiz edilir.					
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kavramsal Çerçeve 2. Ahlak Kavramı ve Ahlaki Eylemin Amacı 3. Ahlakın Referans Noktaları 4. Ahlaki Gelişim Teorileri I 5. Ahlaki Gelişim Teorileri II 6. Etik Kavramı ve Kökeni 7. Etik Türleri I 8. Etik Türleri II 9. Halkla İlişkiler ve Etik 10. Halkla İlişkilerde Etik Sorunlar 11. Etik Sorunlar ile İlgili Örnekler 12. Halkla İlişkilerde Meslek Etik Kodları 13. Tartışma 14. Tartışma 					
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1- Etik kavramı kavranır 2- Etik kavramını uyarlanır 3- Uygulanan etik normlarını tartışılır 4- Yeni kavramlaştırma yapılır 5- Yanlış giden normlar hakkında fikir yürütülür 6- Çıkarımlar yaparak etik kodları ele alınır 					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.					
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.					
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.					
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.					
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.					
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.					
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.					
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.					
İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.						
Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağıntı kurar.						

	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme						

5.Yarıyıl

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 301 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri I
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	6
Önkoşul/Eşkoşul	HİT 215 Halkla İlişkiler Kampanyaları
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Prof.Dr. Mustafa AKDAĞ, Doç.Dr. Murat BAŞARIR, Dr. Öğr. Üyesi Mustafa CINGI 20.05.2020
Dersin Amacı	Öğrencilerin pratikte yer alan halkla ilişkiler ve tanıtım uygulamalarına hazırlanmaları ve bir kampanya projesi çerçevesinde tecrübe edinmeleri temel amaçtır.
Dersin İçeriği	Belirlenen bir konu kapsamında veya hazırlanan bir brief kapsamında halkla ilişkiler ve tanıtım kampanyası projesi hazırlamak bu dersin tanımını oluşturmaktadır.
İşlenen Konular	Hafta 1 Proje Kategorisi ve konusu; belirlenen konu doğrultusunda sorun / fırsat analizi Hafta 2 Araştırma (Kurum analizi; SWOT, PEST, rekâbet, risk analizleri; medyadaki durum; daha önce yapılmış olan iletişim çalışmaları; rakiplerin yapmış olduğu iletişim çalışmaları; konu ile alakalı ikincil veri araştırması) Hafta 3 Araştırma (Konu ile alakalı birincil veri araştırması; araştırma tekniği; araştırmanın analizi; mevcut durum tespiti) Hafta 4 Planlama (Hedeflerin ve amaçların belirlenmesi; kurum/organizasyon konumlandırması; hedef kitlenin analizi) Hafta 5 Planlama (Mesaj stratejisi, iletişim stratejisi, kreatif strateji; proje takvimi; bütçe) Hafta 6 Uygulama (İletişim stratejisine uygun kreatif uygulamaların ve eventlerin yer aldığı plan; detaylandırılmış faaliyet takvimi) Hafta 7 Uygulama (İletişim stratejisine uygun kreatif uygulamaların ve eventlerin yer aldığı plan; detaylandırılmış faaliyet takvimi) Hafta 8 Ölçme ve değerlendirme (Hedef kitledeki algıyı ve medyadaki yansımaları hangi araç ve tekniklerin kullanılarak

	ölçüleceğinin muhteviyatını barındıran bir ölçme ve değerlendirme planı) Hafta 9 Danışmana projeye ait Powerpoint ya da Word dokümanı formatında hazırlanmış dosyanın teslimatı Hafta 10 Metin Hazırlama (Proje özeti, basın bültenleri, davetiye ve projede yer alan yazılı diğer belgeler) Hafta 11 Tasarım (Uygulama aşamasında belirtilen unsurlara ait görseller) Hafta 12 Tasarım (Proje Kitapçığı) Hafta 13 Tasarım (135x190x14mm ebadındaki standart DVD kutusu cover) Hafta 14 Danışmana teslimat (Proje kitapçığı + Proje DVD'si)																																																																							
Dersin Öğrenim Çıktıları	1. Bir halkla ilişkiler kampanyasının nasıl yapılacağı hakkında pratiğe yönelik fikir edinir 2. Grup çalışmalarından ötürü ekip çalışması bilinci kazanır 3. Sorumluluk bilinci kazanır 4. Kampanya hazırlanmasında pratiğe yönelik tasarım kabiliyeti kazanır 5. Kurum analizi; SWOT, PEST, rekâbet, risk analizlerini yapabilme kabiliyeti kazanır 6. Mesaj stratejisi, iletişim stratejisi ve kreatif strateji ortaya koyabilir																																																																							
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	x					Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x			Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x					Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.					x	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.					x	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.					x	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x					Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.			x			İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.		x				Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.			x		
	Katkı Seviyesi																																																																							
	1	2	3	4	5																																																																			
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	x																																																																							
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x																																																																					
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x																																																																							
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.					x																																																																			
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.					x																																																																			
Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.					x																																																																			
Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x																																																																							
Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.			x																																																																					
İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.		x																																																																						
Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.			x																																																																					

	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	x				
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x				
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Modüler Öğretim					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Stratejik İletişim Yönetimi; Yrd. Doç. Dr. İnci ÇINARLI; Beta Yayınları; 2009, Halkla İlişkiler Kampanyaları; Ceyda Aydede, MediaCat Yayınları.2001. Kurumsal Sosyal Sorumluluk; Philip KOTLER, Nancy LEE, MediaCat Kitapları;2013 Bütünleşik Kurumsal İletişim; Bayram KAYA; Siyasal Kitabevi; 2003 Marketing P.R.; Füsun KOCABAŞ, Müge ELDEN, Serra İnci ÇELEBİ; MediaCat Kitapları; 1999					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Dersin Kodu ve Adı	HİT 355 İş Sağlığı ve Güvenliği
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Mühendis Ömer TORUN
Dersin Amacı	Öğrencilerin iş hayatına atıldığında iş güvenliği uzmanı olarak yetki ve sorumluluklarının ne olduğunu öğrenmesi, iş kazalarına karşı alınacak güvenlik önlemlerini planlayabilmesi, iş kaza raporlamalarını yapabilmesi dersin ana amacıdır.
Dersin İçeriği	Temel kavramların tanımları, iş kazalarının sosyal ve ekonomik açıdan önemi, karşılaştırma ve değerlendirmeler, konuyla ilgili yasa tüzük ve yönetmelikler/Türki'de iş güvenliği denetimi/işverenlerin ve teknik elemanların sorumlulukları/iş kazası analizleri/iş kazası nedenleri/kazalara yol açan güvensiz durum ve davranışlar/ iş kazası sonrası düzenlenecek belge ve raporları kapsar.
İşlenen Konular	1-İş güvenliği ve iş sağlığı tarihi gelişimi 2-İş güvenliğinin önemi ve amacı 3-İş kazaları tanımı 4-Kaza çeşitleri 5-Meslek hastalıkları 6-İş kazalarının oluşum teorileri 7-iş kazalarının maliyeti 8-İş kazalarının ölçülmesi 9-Mühendislik önlemleri 10-Makine Koruyucuları 11-Eğitim, ikna ve teşvik çalışmaları 12-Risk analizi 13-iş kazası soruşturması

Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1-iş kazası tiplerini belirleyebilir.</p> <p>2-Kaza olmadan önce alınabilecek bilimsel ve gözlemlemeye dayalı tedbirleri tespit edebilir.</p> <p>3-İş kazasını soruşturabilir.</p> <p>4-iş kazasında tarafların kusur oranlarını belirleyebilir.</p> <p>5-İş kazasında maluliyet oranını belirleyebilir.</p> <p>6-iş yerinde iş güvenliği uzmanı olarak görev yaparken yetki ve sorumluluklarının ne olduğunu belirleyebilir.</p> <p>7-İş kazalarından korunma yöntemlerini öğrenebilir ve iş hayatından seçilen ilginç uygulamaların yorumunu yapabilir.</p>					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı					Katkı Seviyesi	
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.					
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.					
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.					
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.					
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.					
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.					
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.					
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.					
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.			x		
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					x	
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme						

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Dersin Kodu ve Adı	HİT 305- Tüketici Davranışı ve Hakları
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4.00

Önkoşul/Eşkoşul	Yok					
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Prof. Dr. Mustafa KOÇER-2022					
Dersin Amacı	Öğrencilere medya, tüketim kültürü, medyanın tüketim alışkanlıkları ve yaşam tarzlarına etkisi hakkında bilgi vermek ve tüketici algılamalarını, tüketici davranışlarını çözümlmelerini sağlamaktır. Aynı zamanda tüketici koruma kanunu hakkında bilgi ve bilinç aşlamak ve bilinçli bir tüketici olmalarını sağlamaktır.					
Dersin İçeriği	Tüketim ve medya ilişkisinin irdelendiği, tüketici haklarının incelendiği bir derstir.					
İşlenen Konular	1-Tüketim Kavramı 2-Tüketici davranışı ile ilgili kavramlar 3-Kapitalizmin gelişim sürecinde Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları 4-Fordist ve Post-Fordist dönemlerde Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları 5-Medyanın tüketim kültürüne etkisi 6-Kültür ve medya 7-Algılama ve medya 8-Ölçme ve değerlendirme 9-Tutum ve medya 10-Değerler ve medya 11-Bilinçli tüketici kimdir? 12-Tüketicinin evrensel hakları 13-Tüketici hakları kanunu 14-Tüketici hakları kanunu ve örnek olaylar					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1-Tüketim kültürü kavramını öğrenmek, 2- Tüketici algılamalarının nasıl geliştiğini öğrenme 3-Medya-tüketim ilişkisinin farkına varmak, 4-Modern ve Post modern tüketim kültürü arasındaki farkları bilmek, 5-Bilinçli tüketici kavramını sorgulayabilmek, 6-Tüketici hakları kanunu hakkında bilgi sahibi olmak.					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		x			
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		x			
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x				
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x			
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x			
Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x					

	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.		x			
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.	x				
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	x				
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x				
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği, Formal Öğretmen Anlatımı, Seminer Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Banu Dağtaş-Erdal Dağtaş, Medya Kültürü ve Yaşam Tarzları, Ütopya, Ankara, 2009. Tüketici Hakları Kanunu.					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Dersin Kodu ve Adı	HİT 321 Radyo Televizyon Reklamcılığı
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Kürşad GÖLGELİ-2022
Dersin Amacı	Dersin temel amacı radyo ve televizyon reklamcılığı bağlamında uygulama hakkında teorik bilgi vermektir.
Dersin İçeriği	Radyo ve televizyon reklamcılığına ilişkin akademik ve pratik bilgilerin bir derlemesidir. Öğrenciler teorik bilgiler hakkında fikir sahibi olurlar. Öğrenciler radyo ve televizyon reklamcılığı olmak üzere iki temel alanda deneyim kazanırlar.
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1- Tanışma, dersin içeriği hakkında bilgi verilmesi 2- Yaratıcılık nedir? Kimler yaratıcıdır. 3- Yaratıcı strateji nedir? Zamanın ruhu 4- Yaratıcılığın temel boyutları 5- Yaratıcı sürecin aşamaları 6- İkna stratejileri 7- Marka stratejileri 8- Konumlandırma stratejisi 9- Yeni medya ve yeni Pazarlama 10- Yeni reklam yöntemleri 11- Yeni reklam yöntemleri 12- Geleneksel ve yeni mukayesesi 13- Örnek reklam incelemeleri 14- Örnek reklam incelemeleri

Dersin Öğrenim Çıktıları	1- Günümüz reklamcılığının özelliklerini sıralar. 2- Reklam stratejilerini tanımlayabilir. 3- Yaratıcı strateji kavramını tartışabilecektir. 4- Yaratıcı stratejiyi yaratıcı fikre dönüştürebilecektir 5- Yeni yöntemlerin geleneksel yöntemlere entegrasyonu hakkında bilgi sahibi olunabilir 6- Strateji ve yaratıcılık hakkında bilgi sahibi olunabilir					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı						Katkı Seviyesi
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.			x		
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		x			
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		x			
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x				
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	x				
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.	x				
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	x					
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Koray Odabaşı – A. Korhan Odabaşı, İnternette Pazarlama Stratejileri, Philip Kotler - Pazarlama 5.0, Nişantaşı Üniversitesi Yayınları					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 323- Dış Tanıtım ve Lobcilik
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. İsmailcan DOĞAN 31.05.2022

Dersin Amacı	Dersin amacı öğrencilere gelecekteki mesleki yaşamlarında faydalı olacak dış tanıtım ve lobicilik ile ilgili konularda devlet/hükümet ilişkileri perspektifinden bilgi ve becerilerin kazandırılmasıdır.					
Dersin İçeriği	Ders halkla ilişkiler yöntemi olarak dış tanıtım ve lobicilik konu ve uygulamalarını tanımlamaktadır.					
İşlenen Konular	1-Derse Giriş 2-Dış Tanıtım Kavramı ve Dünya Genelinde Önemi 3-Dış Tanıtım Yöntemleri 4-Dış Tanıtım Yöntemi Olarak Lobicilik Kavramı 5-Lobiciliğin Dünya Genelinde Gelişimi 6-Lobicilik Türleri 7-Lobicilik Yöntemleri 8-Lobicilik Yöntemleri 9-Ara Sınav 10-Amerika ve AB'de Lobiler 11-Türk Lobisi ve Faaliyetleri 12-Ermeni ve Arap Lobisi ve Faaliyetleri 13-Rum ve İsrail Lobisi ve Faaliyetleri 14-Genel Değerlendirme					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1-Dış Tanıtım ve Lobicilik konularında jargona hakim olabilmek 2-Dış Tanıtım ve Lobicilik ile ilgili güncel olaylar ve gelişmeleri yorumlama ve muhakeme edebilme becerisine sahip olabilmek 3-Dış Tanıtım ve Lobicilik ile ilgili mevzuat hakkında bilgi sahibi olmak ve ilgili yöntemleri halkla ilişkiler penceresinden yorumlayabilmek 4-Dış Tanıtım Yöntemleri hakkında bilgi sahibi olabilmek 5-Lobicilik Yöntemleri hakkında bilgi sahibi olabilmek 6-Amerika ve AB'de Lobiler ve Türk Lobisi ve Faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olabilmek					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		x			
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		x			
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x		
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.		x			
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x				
Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x				

	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Dinçer, Müjde Ker (1999). Lobcilik. Alfa:İstanbul. Arı, Tayyar (2009). Lobiler. MKM: Bursa. Canöz, Kadir (2007). Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Lobcilik. NKM:Konya.					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT325/Sponsorluk
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4,00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. İsmailcan DOĞAN 31.05.2022
Dersin Amacı	Halkla ilişkiler alanının önemli bir ayağı olan sponsorluğun çeşitleri, hazırlık aşaması, uygulama aşaması ve değerlendirme aşamasını örnekler ışığında irdelemek amaçlanmaktadır. Ders kapsamında çevre, spor, sanat ve kültür alanında hem yurtiçinde hem de yurtdışında yapılan sponsorluk faaliyetleri tartışılacaktır.
Dersin İçeriği	Halkla İlişkiler ve Tanıtımda sponsorluk uygulamaları detaylıca anlatılır.
İşlenen Konular	1- Sponsorluk kavramı ve tarihsel gelişim süreci 2- Sponsorluğun gelişimi ve yapılmasını gerekli kılan nedenler 3- Sponsorluk kategorilerinin sınıflandırılması 4- Sponsorluk alanları (Spor ve Kültür sanat) 5- Sponsorluk alanları (Sosyal Sponsorluk) 6- Sponsorluk alanları (Spor) 7- Sponsorluk alanları (Çevre) 8- Sponsorluğun amaçları 9- Sponsorluğun halkla ilişkiler amaçları 10- Sponsorluğun reklam amaçları 11- Sponsorluğun pazarlama amaçları 12- Örnek sponsor uygulamalarının incelenmesi

	13- Örnek sponsor uygulamalarının incelenmesi 14- Örnek sponsor uygulamalarının incelenmesi					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1-sponsorluğun tanıtıma katkısı ve etkisi bilinecektir 2-sponsorluk aşamaları ve sponsorluk sözleşmesi hazırlanabilecektir					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.			x		
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		x			
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x				
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x				
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığında üretim yapmaya yetkindir.	x				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.						
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Sponsorluk, Aydemir Okay, Der Yayınları					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT329 İletişim ve Toplam Kalite Yönetimi
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4.00
Önkoşul/Eş koşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. Özlem IŞIK, 24.05.2022
Dersin Amacı	Toplam kalite felsefesinin temelleri, kalite kavramı ile iletişimin ilişkisi, toplam kalitenin iletişim üzerine etkileri ve uygulama hakkında öğrencilere bilgi vermek

Dersin İçeriği	İletişim ve toplam kalite yönetimi kurumsal işleyişte sürekli iyileşme ve gelişmeyi esas alan ilke ve kuralları çoklu perspektifle ele alan bir lisans dersidir.					
İşlenen Konular	1-Toplam kalite yönetimi ve gelişimi 2-Toplam kalite yönetimi felsefesi ve kalite anlayışı 3-Kurum içi iletişim yöntem ve araçları 4-Kurum içi iletişim süreçlerinin işleyişi 5-Toplam kalite yönetimi yönünden kurum içi iletişim 6-Toplam kalite yönetiminde etkim iletişimin rolü 7-Toplam kalite yönetimine ilişkin örnek olaylar 8-Toplam kalite yönetiminde etkin iletişimi engelleyen faktörler ve kolaylaştırıcı bazı yaklaşımlar 9-Toplam kalite yönetiminde karşılaşılabilecek muhtemel sorunlar Üzerine değerlendirmeler					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1-Kalite kavramı ile iletişimin ilişkisinin kurulması 2-Kalite kavramı ile iletişimin ilişkisinin kurulması 3-Kalite kavramı ile iletişimin ilişkisinin kurulması 4-Toplam kalite yönetiminin kullanım alanları ve kavramlarının anlaşılması 5-Toplam kalite yönetiminde etkin iletişim ve iletişimi geliştirme yöntemleri hakkında bilgi sahibi olunması					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	Katkı Seviyesi					
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.					
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x		
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x		
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.			x		
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.			x		
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.				x	
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağıntı kurar.						

	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	--Toplam kalite yönetimine güncel bakış, Çetin Bektaş --Kalite yolculuğunda halkla ilişkiler; Aylin Göztaş, e. Pelin Baytekin					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü					
Dersin Kodu ve Adı	HİT 351 Sosyal ve Kültürel Antropoloji					
Dersin Tipi	Seçmeli					
Dersin AKTS Kredisi	4					
Önkoşul/Eşkoşul	Yok					
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Öğretim Görevlisi MUSTAFA ATAK					
Dersin Amacı	Toplumların özelliklerini tanıma					
Dersin İçeriği	İnsanın toplumsal ve kültürel bağlamda tanıma					
İşlenen Konular	1-Antropoloji Nedir? 2-Kültür Kavramı 3-Kültürel Yaklaşımlar 4-Kültürel Yaklaşımlar 5-Sanayi Öncesi Uyarlanma Ve Yaşam Tarzları 6-Kent Devlet ve Endüstri 7-Kent Devlet ve Endüstri 8-Akrabalık ve Toplumsal Cinsiyet 9-Akrabalık ve Toplumsal Cinsiyet 10-Din ve Kutsal 11-Din ve Kutsal 12-Dil ve İletişim 13-Dil ve İletişim 14-Kültürlenme süreçleri					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1- Antropolojyi öğrenme ve diğer bilim dallarıyla ilişkisini kavrama 2- Kültürün Tüm özelliklerini Kavrama 3- İnsanların yaşam tarzlarındaki farklılıkları kavrama 4- Kültür Kavramı hakkında bilgi edinme 5- Kültürel yaklaşımlar hakkında bilgi edinme 6- Kent Devlet ve Endüstri hakkında bilgi edinme					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı						Katkı Seviyesi
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.			x		
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x		
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		x				

	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			x		
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.			x		
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.			x		
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.			x		
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.			x		
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Antropoloji, Anadolu Üniversitesi Yayınları (Editör Doç Dr. Handan Üstündağ)					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 353 Türkiye'nin Ekonomik Yapısı
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	4.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KOÇOĞLU 20.09.2021
Dersin Amacı	Türkiye'nin Ekonomik Yapısını Tarihsel Süreç İçindeki Gelişim Seyri Çerçevesinde İncelemek
Dersin İçeriği	Ders iktisat biliminin konusunu ve iktisadın temel kavramlarını öğretmek, bireysel iktisadi kararları anlama ve yorumlama becerisi kazandıracaktır.
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1. Temel Makro Ekonomik Kavramlar, Marshall-Lerner Koşulu, Sabit Kur Sistemi, Esnek Kur Sistemi, Devalüasyon, J-Eğrisi, Altın Standardı Sistemi, Bretton Woods Sistemi 2. Kapitülasyonların Kaldırılması ve Lozan Barış Antlaşması 3. 1923-1929: Türkiye Cumhuriyeti Kuruluş Yılları 4. 1929 Dünya Buhranı Nedenleri ve Sonuçları 1930-1939: Devletçilik Dönemi

	<ol style="list-style-type: none"> 5. 1940-1949: İkinci Dünya Savaşı Yılları ve Sonrası 6. 1950-1960: Liberal Ekonomi Politikaları ve Dış Ticarete Kontrol Politikalarına Dönüş 7. 1960-1980: Planlı Kalkınma Dönemleri 8. 1980-1989:24 Ocak Kararları, İhracata Dayalı Sanayileşme Modeli ve Piyasa Ekonomisine Yönelik Yapısal Değişim Süreci 9. 1990'lı Yıllar: Sermaye Hareketlerinin Liberalleşmesi Süreci ve Konjonktürel Dalgalanmalara Yönelik Politikalar 10. 5 Nisan 1994 İktisadi ve Finansal İstikrar Kararları 11. 2000-2002 Dönemleri, Şubat 2001 Ekonomik Krizin Nedenleri ve Sonrasında Uygulanan İktisadi Ve Finansal Kararlar 12. 2002 Ve 2020 Dönemleri Makro Ekonomik Reformlar ve Performans 13. Tüik ve Dünya Bankasından Veri Elde Edilerek Türkiye'nin Sosyo-Kültürel ve Makro Ekonomik İstatistiklerinin Analizi 																																																																	
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ekonomik Yapı Kavramını Açıklayabilme 2. Kamu ve Özel Sektör Ayrımını Açıklayabilme 3. Tarım, Sanayi ve Hizmetler Sektörlerinin Gelişim Seyrini Anlatabilme 4. Türkiye Ekonomisinde Meydana Gelen Yapısal Reformların Sebepleri Kavrayabilme 5. Türkiye Ekonomisinin Temel Makro Dinamikleri Hakkında Temel Bilgi ve Analiz Becerisine Sahip Olmak 																																																																	
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x		Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		x				Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.				x		Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x					İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x				Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x				Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x					Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.			x			İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Katkı Seviyesi																																																																	
	1	2	3	4	5																																																													
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x																																																														
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		x																																																																
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.				x																																																														
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x																																																																	
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x																																																																
Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x																																																																
Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x																																																																	
Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.			x																																																															
İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.																																																																		

	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağına kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Ünsal, E. (2016). İktisada Giriş. Ankara, Besanko, D., & Braeutigam, R. (2020). Microeconomics. John Wiley & Sons.					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 361 Kültürlerarası İletişim
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Arş. Gör. Dr. Ömer Faruk Koçak – 27.5.2022
Dersin Amacı	Farklı kültürel geçmişe sahip insanların etkileşimi, günümüzün küreselleşen dünyasında sıradan bir olay haline gelmiştir. İletişim teknolojilerinin her geçen gün gelişmesi ve farklı nedenlerle uluslararası göçün artması kültürlerarası iletişimi yaygınlaştıran başlıca etkenlerdir. Bu dersin temel amacı kültürlerarası iletişim olgusunu anlamlandırmak, kültürlerarası iletişimde kültürel farklılıkları ortaya çıkarmak, kültürlerarası iletişimin sonuçlarını anlamaktır.
Dersin İçeriği	Kültürlerarası iletişimin doğasının ve mevcut yapısının ortaya konulduğu bir lisans dersidir.
İşlenen Konular	1 Kültür ve iletişim kavramlarını anlamak. 2 Küreselleşen dünyada kültürlerarası iletişimin tarihsel gelişimini günümüzle karşılaştırmak. 3 Kültür ve iletişim kavramları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak ve kültürlerarası iletişim kavramını tanımlamak. 4 Kültürlerarası iletişim sürecini hızlandıran faktörleri ele almak. 5 Kültürün boyutlarını ortaya çıkarmak (Güç uçurumu, Eril ve dişil kültürler) 6 Kültürün boyutlarının ortaya çıkarılması (Bireysel ve kolektif toplumlar ve belirsizlikten kaçınma) 7 Kültürlerarası farklılıkları anlama (algı ve düşünce farklılıkları) 8 Kültürlerarası farklılıkları anlama (kişilerarası ilişkilerdeki farklılıklar) 9 Kültürlerarası farklılıkları anlama (sözlü ve sözsüz iletişimdeki farklılıklar) 10 Kültürlerarası iletişimin sonuçlarını ortaya çıkarmak

	11 Kültürlerarası iletişimin (uyum ve kültürleşme) sonuçlarını ortaya çıkarmak 12 Kültürlerarası iletişimin sonuçlarını ortaya çıkarmak (kültürlerarası iletişim yetkinliği) 13 Kültürlerarası iletişimin sonuçlarını ortaya çıkarmak (kültürlerarası iletişim kaygısı) 14 Kültürlerarası iletişimin sonuçlarını ortaya çıkarmak (Gruplar arası tehdit)																																																																																			
Dersin Öğrenim Çıktıları	1. Kültürlerarası iletişim kavramını ve mevcut durumunu öğrenir. 2. Kültürlerarası farklılıkları daha iyi anlar. 3. Farklı kültürlerden insanlarla etkileşim kurarken nelere dikkat etmesi gerektiğini bilir.																																																																																			
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağıntı kurar.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x		Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x					Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x					Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x					İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.				x		Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x					Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x					Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x					İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	x					Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağıntı kurar.			x			İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	x					En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x				
	Katkı Seviyesi																																																																																			
	1	2	3	4	5																																																																															
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x																																																																																
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x																																																																																			
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x																																																																																			
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x																																																																																			
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.				x																																																																																
Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x																																																																																			
Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x																																																																																			
Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x																																																																																			
İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	x																																																																																			
Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağıntı kurar.			x																																																																																	
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	x																																																																																			
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x																																																																																			
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği, Örnek Olay Yöntemi																																																																																			
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Asker Kartarı: Kültür, Farklılık ve İletişim Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları																																																																																			

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 365 Kamera Kullanım Teknikleri

Dersin Tipi	Seçmeli					
Dersin AKTS Kredisi	4					
Önkoşul/Eşkoşul	Yok					
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Kadir MACİT 25.05.2022					
Dersin Amacı	Öğrencilerin, ileriki dönemlerde film çekmek için ihtiyaç duyacakları teknik araç ve gereci tanımaları amaçlanmıştır.					
Dersin İçeriği	Ses ve görüntünün kaydedilmesine ve işlenmesine dair temel bilgilerin verildiği uygulamalı bir alan dersidir.					
İşlenen Konular	1-Görüntünün Teknik Kaydına Dair Temel Bilgiler 2-Görüntü Formatları 3-Temel Kamera Bilgileri, Sayısal Kameralar. 35mm Film Kameraları ve Bu Kameraların Çalışma Prensiplerinin Özellikleri. 4-Ekipman Tercihi, Kamera – Objektif – Işık - Ses Ekipmanlarının Seçimi. 5-Kamera Destek Ekipmanları, Slider, Dolly, Jimmy Jib, Stabilizer. 6-Kamera Çekim Teknikleri. Bel Plan, Boy, Plan, Omuz plan, Genel Plan Çekim Örnekleri. 7-Alan Derinliği – Pozlama - Shutter, Diyafram, ISO, Kelvin Kavramları. 8-Ses - Temel Ses Kayıt Kuralları - Mikrofon Tipleri - Kayıt Cihazları 9-Işık Ekipmanları 10-Temel Işık Kuralları - Stüdyo ve Yapay Işık 11-Kamera Uygulamaları 12-Destek Malzemeleri Uygulamaları 13-Işık Uygulamaları 14-Ses Kayıt Uygulamaları					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1-Öğrenci, mesleki olarak gerekli olan ses ve görüntü ekipmanlarını tanır. 2-Ses ve görüntü ekipmanlarını kullanma becerisini kazanır. 3-Doğru ekipman tercihi yapabilme becerisi kazanır. 4-Ses kayıt tekniklerini kavrar. 5-Işık tasarımı konusunda değerlendirme yeteneği kazanır. 6-Amatör, DSLR ve Profesyonel kamera kullanımını kavrar. 7-Kamera destek ekipmanlarını kurma ve kullanma becerisi kazanır.					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi*				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		x			
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x		
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x			

	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			x		
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x				
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.					
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.		x			
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.					
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağına kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Dijital Video ile Sinema, İlker Canikligil, Alfa Yayınları, 2015. Film Yapımının Temelleri - Jane Barnwell Kemiksiz Kamera Dersleri - Tom Schroepel, Literatür Yayıncılık, 2013.					

6.Yarıyıl

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 302 Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Yapım Süreçleri II
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	6
Önkoşul/Eşkoşul	HİT 215 Halkla İlişkiler Kampanyaları
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. Murat BAŞARIR, Dr. Öğr. Üyesi Mustafa CINGİ, Arş. Gör. Dr. Ömer Faruk Koçak, Arş. Gör. Dr. Nilay Akgün AKAN 20.05.2022
Dersin Amacı	Öğrencilerin pratikte yer alan halkla ilişkiler ve tanıtım uygulamalarına hazırlanmaları ve bir kampanya projesi çerçevesinde tecrübe edinmeleri temel amaçtır.
Dersin İçeriği	Belirlenen bir konu kapsamında veya hazırlanan bir brief kapsamında halkla ilişkiler ve tanıtım kampanyası projesi hazırlamak bu dersin tanımını oluşturmaktadır.
İşlenen Konular	Hafta 1 Proje Kategorisi ve konusu; belirlenen konu doğrultusunda sorun / fırsat analizi Hafta 2 Araştırma (Kurum analizi; SWOT, PEST, rekâbet, risk analizleri; medyadaki durum; daha önce yapılmış olan

	<p>iletişim çalışmaları; rakiplerin yapmış olduğu iletişim çalışmaları; konu ile alakalı ikincil veri araştırması)</p> <p>Hafta 3 Araştırma (Konu ile alakalı birincil veri araştırması; araştırma tekniği; araştırmanın analizi; mevcut durum tespiti)</p> <p>Hafta 4 Planlama (Hedeflerin ve amaçların belirlenmesi; kurum/organizasyon konumlandırması; hedef kitlenin analizi)</p> <p>Hafta 5 Planlama (Mesaj stratejisi, iletişim stratejisi, kreatif strateji; proje takvimi; bütçe)</p> <p>Hafta 6 Uygulama (İletişim stratejisine uygun kreatif uygulamaların ve eventlerin yer aldığı plan; detaylandırılmış faaliyet takvimi)</p> <p>Hafta 7 Uygulama (İletişim stratejisine uygun kreatif uygulamaların ve eventlerin yer aldığı plan; detaylandırılmış faaliyet takvimi)</p> <p>Hafta 8 Ölçme ve değerlendirme (Hedef kitledeki algıyı ve medyadaki yansımaları hangi araç ve tekniklerin kullanılarak ölçüleceğinin muhteviyatını barındıran bir ölçme ve değerlendirme planı)</p> <p>Hafta 9 Danışmana projeye ait Powerpoint ya da Word dokümanı formatında hazırlanmış dosyanın teslimatı</p> <p>Hafta 10 Metin Hazırlama (Proje özeti, basın bültenleri, davetiye ve projede yer alan yazılı diğer belgeler)</p> <p>Hafta 11 Tasarım (Uygulama aşamasında belirtilen unsurlara ait görseller)</p> <p>Hafta 12 Tasarım (Proje Kitapçığı)</p> <p>Hafta 13 Tasarım (135x190x14mm ebadındaki standart DVD kutusu cover)</p> <p>Hafta 14 Danışmana teslimat (Proje kitapçığı + Proje DVD'si)</p>																													
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bir halkla ilişkiler kampanyasının nasıl yapılacağı hakkında pratiğe yönelik fikir edinir 2. Grup çalışmalarından ötürü ekip çalışması bilinci kazanır 3. Sorumluluk bilinci kazanır 4. Kampanya hazırlanmasında pratiğe yönelik tasarım kabiliyeti kazanır 5. Kurum analizi; SWOT, PEST, rekâbet, risk analizlerini yapabilme kabiliyeti kazanır 6. Mesaj stratejisi, iletişim stratejisi ve kreatif strateji ortaya koyabilir 																													
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td style="text-align: center;">x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td style="text-align: center;">x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	x					Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x			Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x				
	Katkı Seviyesi																													
	1	2	3	4	5																									
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	x																													
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x																											
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x																													

	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.										x
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.										x
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.										x
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x									
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.					x					
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.			x							
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.						x				
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	x									
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x									
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Modüler Öğretim, Gruplar halinde birebir görüşme, proje hazırlama ve sunum										
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Stratejik İletişim Yönetimi; Yrd. Doç. Dr. İnci ÇINARLI; Beta Yayınları; 2009, Halkla İlişkiler Kampanyaları; Ceyda Aydede, MediaCat Yayınları.2001. Kurumsal Sosyal Sorumluluk; Philip KOTLER, Nancy LEE, MediaCat Kitapları;2013 Bütünleşik Kurumsal İletişim; Bayram KAYA; Siyasal Kitabevi; 2003 Marketing P.R.; Füsun KOCABAŞ, Müge ELDEN, Serra İnci ÇELEBİ; MediaCat Kitapları; 1999										

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 350 Mesleki İngilizce I
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	4.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Öğretim Görevlisi Faruk Sadıç 26.05.2022
Dersin Amacı	Öğrencilerin kişisel ve mesleki olarak İngilizce iletişim kurmalarının yanında, sözlü, yazılı, öğrencilerin iletişim alanında yer alan literatür çalışmalarını takip edebilmelerinin sağlanmasına yönelik temel İngilizce bilgisini vermektir.
Dersin İçeriği	Bu ders, üniversite öğrencilerinin yürüttükleri her türlü iletişim çalışmaları alanında okuma, konuşma, dinleme ve yazma becerilerinin kullanılmasına yönelik temel mesleki İngilizce konularının anlatılmasını içermektedir.
İşlenen Konular	1- Introduction 2- What is Public Relations?

	<p>3- Public Relations Practice 4- Public Relations Research 5- Researching PR careers using Tech 6- PR for non-profit organisations 7- Crisis Communication 8- Public Relations Marketing 9- Corporate Social Responsibility 10- Investor Relations 11- Public Relations Regulation 12- Communication and Tech Changes 13- Technology and Social Media 14- Revision</p>					
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1- Kendilerini İngilizce ifade ederler. 2- Kolayca İngilizce diyalog kurarlar. 3- Dersin kaynaklarının ve materyallerinin yardımıyla temel düzeyde İngilizce dilbilgisini kavrarlar. 4- İletişim alanındaki kavramların İngilizcelerini öğrenirler. 5- İletişim alanındaki kavramları yazılı metinlerde kullanırlar</p>					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			x		
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.				x	
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x			
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.		x			
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.		x			
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	x				
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.			x			
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Cotton, David Falvey David, Kent Simon with Rogers John New Edition Market Leader, Pre-Intermediate Business English Course Book, Pearson Longman and Financial Times, 2008, Edinburg					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım					
Dersin Kodu ve Adı	HİT 304/ Propaganda Teknikleri ve Algı					
Dersin Tipi	Seçmeli					
Dersin AKTS Kredisi	4,00					
Önkoşul/Eşkoşul	Yok					
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi İsmailcan DOĞAN 15.05.2020					
Dersin Amacı	Geçmişten günümüze propaganda yöntem ve tekniklerinin anlatılması amaçlanmıştır.					
Dersin İçeriği	Halkla ilişkiler, siyasi alanlarda önemli bir rol üstlenmektedir. Propaganda yöntem ve teknikleri, siyasal kampanyalar, siyasal reklamlar ve bu bağlamda geçmişte iyi propaganda uygulayıcıları da ders kapsamında ele alınmaktadır.					
İşlenen Konular	1- Propaganda Kavramı 2- Propagandanın Tarihsel Gelişimi 3- Propagandanın Amacı ve Fonksiyonları 4- Propaganda Araçları-I 5- Propaganda Araçları-II 6- Propaganda Araçları-III 7- Propaganda Çeşitleri-I 8- Propaganda Çeşitleri II 9- Propaganda Kuralları-I 10- Propaganda Kuralları-II 11- Propaganda Teknikleri-I 12- Propaganda Teknikleri- II 13- Örnek Propaganda Uygulamaları 14- Örnek Propaganda Uygulamaları					
Dersin Öğrenim Çıktıları	Temel propaganda yöntemleri öğretilmiş olacaktır. Propagandanın tarihsel gelişimi hakkında bilgi sahibi olunacaktır. Hitler propagandası hakkında bilgi sahibi olunacaktır. Lenin tipi propaganda hakkında bilgi sahibi olunacaktır. Yeni teknolojiler ve propaganda hakkında bilgi sahibi olunacaktır. Siyasal kampanyalar hakkında bilgi sahibi olunacaktır.					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.					
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.					
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.					
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.					
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.						

	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.					
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.					
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.					
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Politika ve Propaganda, Jean Marie Domenach					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 310- İletişim Hukuku
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	4.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KOÇOĞLU 20.09.2021
Dersin Amacı	Öğrencilere basın rejimi, özel televizyon ve radyo rejimi, ticari ilan ve reklam rejimi, internet rejimi ve sinema rejimi gibi temellerde ilgili kanunları örneklerle açıklayarak öğrencilerin kitle iletişim hukuku konusunda temel düzeyde malûmat sahibi olmasını sağlamak bu dersin temel amacını oluşturmaktır.
Dersin İçeriği	Medyanın kanun önündeki durumu bu dersin konusudur. Medya hukuku ile ilgili önemli kanunlar ve örnekleri bu dersin muhteviyatındadır.
İşlenen Konular	1-Sosyal kurallar, iletişim ve hukuk 2-Kitle iletişim hukukuna giriş 3-Kitle iletişim özgürlüğü ve hukuki temelleri 4-Basin kanunu ve matbaacılık faaliyetlerinde temel kavramlar 5-Basin kanunda belirtilen suçlar, düzenlemeler ve basın özgürlüğü 6-Radyo ve TV Rejimi (6112 sayılı Kanun kapsamında) 7-RTÜK" ün yapısı 8-RTÜK" ün yapısı, yayın ilkeleri ve TRT Kanunu

	<p>9-Özel Radyo ve Televizyonlarda cezai müeyyidelere tabi olan yayınlardan örnekler</p> <p>10-Ticari ilan, reklam ve tele-alışverişte yayın ilkeleri</p> <p>11-Ticari reklam ve ilanlarda cezai müeyyidelere tabi olan yayınlardan örnekler</p> <p>12-Hak kavramı, iletişim hukukunda cezai ve hukuki sorumluluk</p> <p>13-İnternet yayıncılığı ve yasal düzenlemeler</p> <p>14-Sinema rejimi</p>					
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1-Basın hukuku ile alakalı temel kavramlar öğrenilmiş olur.</p> <p>2-Özel radyo ve televizyonlarda hangi yayın ilkelerinin gözetildiği görülür.</p> <p>3-Yayın ilkeleri öğrenilerek yapılabilecek ve yapılamayacak yayınlar hakkında malûmat sahibi olunur.</p> <p>4-Cezai ve hukuki sorumluluk kavranır.</p> <p>5-Radyo ve TV rejimi hakkında malûmat elde edilir.</p> <p>6-İnternet yayıncılığının hukuki boyutu hakkında bilgi sağlanır.</p>					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		*			
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			*		
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		*			
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	*				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		*			
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x			
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağına kurar.		*			
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği,					

Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Kitle İletişim Hukuku; Prof. Dr. Nusret İlker Çolak; Oniki Levha Yayıncılık, 2013 Kitle İletişim Hukuku; Prof. Dr. Kayıhan İçel, Prof. Dr. Yener Ünver; Beta Yayınevi, 2013 Medya Hukuku; Av. Dr. Barış Günaydın (Editör); T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları
--	--

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 314 /Popüler Kültür
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4,00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr.Özlem IŞIK, 25.05.2022
Dersin Amacı	Bu derste popüler kültür kavramının tarihsel gelişimi, çeşitli okulların popüler kültürü değerlendirme biçimleri, kitle iletişiminin gelişimi ile popüler kültür arasındaki bağlantıyı göstermek amaçlanmaktadır.
Dersin İçeriği	Popüler kültürün anlamı, popüler kültür ve kitle iletişim araçları, Amerikan kültürü ve popüler kültür, gündelik yaşam ve popüler kültür kavramlarının kuramsal alt yapılar çerçevesinde değerlendirildiği bir derstir.
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1- Kültür Kavramı 2- Folk-Popüler-Yüksek Kültür 3- Kitle Kültürü ve kitle iletişim araçları 4- Popüler kültür kavramının gelişimi 5- İdeoloji ve popüler kültür 6- Popüler kültür ile ilgili kuramsal yaklaşımlar 7- Popüler kültür ile ilgili kuramsal yaklaşımlar 8- Popüler kültür ve toplum 9- Küreselleşme ve popüler kültür 10- Popüler kültür ve müzik endüstrisi 11- Popüler kültür ve televizyon 12- Popüler kültür ve reklam 13- Popüler kültür ve halkla ilişkiler 14- Popüler kültür ve sinema
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1- Kültür kavramının incelenmesi 2- Folk, yüksek ve popüler kültür kavramlarının birbirleriyle olan ilişkileri anlamak 3- Kültür ürünlerinin hegemonik toplumsal, siyasal ve ekonomik yapıları nasıl kurduğunu kavramak 4- Kitle kültürü ve popüler kültür ilişkisini kurmak 5- Popüler kültüre eleştirel yaklaşımları öğrenmek 6- Günlük hayatta yer alan müzik, moda, spor vb. alanların popüler kültür kapsamında değerlendirilmesini sağlamak 7- Televizyon ve yazılı basının popüler kültürü nasıl yaydığını anlamak

	8- Popüler filmlerin eleştirisini yapabilmek 9- Popüler kültür ve reklam ilişkisini anlamak 10- -Popüler kültür ürünlerinin yapısal özelliklerini analiz etmek					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				X	
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			X		
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			X		
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			X		
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.			X		
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.			X		
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.			X		
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.			X		
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.			X		
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağına kurar.			X		
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.			X		
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Korkmaz, A. ve İrfan E.(2005) Popüler kültür ve iletişim, Erk yayınları, Ankara Storey, J. (2000) Popüler kültür çalışmaları, Babil yayınları, İstanbul					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 324 <u>Halkla İlişkilerde Risk ve Kriz Yönetimi</u>
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Arş. Gör. Dr. Ömer Faruk Koçak – 27.5.2022
Dersin Amacı	Halkla ilişkilerin önemli uygulama alanlarından olan kriz yönetimi kavramının teorik çerçevesini anlamlandırmak, kurumlarda krize yol açan etmenleri kavramak, kriz yönetim

	sürecini ve bu süreçte halkla ilişkilerin rolü üzerine bilgi sahibi olmak bu dersin amacıdır.					
Dersin İçeriği	Halkla İlişkiler açısından kriz yönetimi incelendiği bir derstir					
İşlenen Konular	1 Krizin kavramsal çerçevesi ve özellikleri 2 Krizi oluşturan kurum içi ve kurum dışı etkenler 3 Krizin şiddeti, evreleri ve türleri 4 Kriz yönetimi strateji ve modelleri 5 Kriz öncesi dönemde yönetim 6 Kriz öncesi dönemde yönetim 7 Kriz döneminde yönetim 8 Kriz döneminde yönetim 9 Kriz sonrası dönemde yönetim 10 Kriz sonrası dönemde yönetim 11 Kriz yönetimi ve halkla ilişkiler ilişkisi 12 Kriz yönetimi ve halkla ilişkiler ilişkisi 13 Çarpıcı örneklerin kriz yönetimi açısından incelenmesi ve değerlendirilmesi 14 Çarpıcı örneklerin kriz yönetimi açısından incelenmesi ve değerlendirilmesi					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1. Kriz kavramının teorik çerçevesinin kavranmasını sağlar. 2. Kriz yönetimi strateji ve modelleri hakkında bilgi sahibi olunmasını sağlar 3. Kriz yönetimi süreçlerinin kavranmasını sağlar 4. Kriz yönetimi ve halkla ilişkiler arasındaki ilişkinin anlaşılmasını sağlar 5. Krizi oluşturan kurum içi ve kurum dışı etkenlerin bilinmesini sağlar					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x	
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.				x	
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x		
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.			x		
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.			x		
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	X				
İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.			X			

	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağıni kurar.			X		
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	X				
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	X				
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği, Örnek Olay Yöntemi					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Aylin Pıra; Çisil Sohodol -Kriz Yönetimi Kitap: Adnan Çelik- Kriz ve Stres Yönetimi Ali Şahin Örnek, Şule Aydın- Kriz ve Stres Yönetimi Hasan Tutar – Kriz ve Stres Yönetimi Norman R. Augustine – Kriz Yönetimi Richart Luecke – Kriz Yönetimi Haluk Sümer – Kriz Yönetimi Melek Vergiliel Tüz – Kriz Yönetimi Makale: Akdağ, Mustafa. “Halkla ilişkiler ve kriz yönetimi.” Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 14 (2005): 1-21. Akdağ M., Arklan Ü., “Kamu Yönetiminde Kriz Yönetimi”, The Journal of Academic Social Science Studies, vol.6, pp.33-55, 2013 Akdağ M., Taşdemir E., “Krizden Çıkmanın Yolları: Etkin Bir Kriz İletişimi”, Selçuk İletişim Dergisi, cilt.4 (2), ss.141-157, 2006 Baran, Hitay. “İşletmelerde Kriz Yönetimi.” (2001) Demirtaş, Hasan. “Kriz yönetimi.” Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi 6.3 (2000): 353-373 Tağraf, Hasan, N. Talat Arslan, and İ. İ. B. F. Cumhuriyet Üniversitesi. “Kriz Oluşum Süreci Ve Kriz Yönetiminde Proaktif Yaklaşım.” (2003).					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 330 Siyasal İletişim
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr Murat BAŞARIR 25.05.2022
Dersin Amacı	Siyasal iletişimin tarihi arka planını anlamak ve günümüzde siyasal partilerin hedef kitlelerini ikna etmeye yönelik hazırladıkları siyasal iletişim argümanlarını anlamlandırmak
Dersin İçeriği	Siyasal iletişimi tarihsel gelişim süreci içerisinde ana akım ve eleştirel boyutlarıyla ele alarak, liberal demokrasilerde siyasal iletişimin kurumsallaşmasını ve geçirdiği dönüşümü ele alan bir derstir
İşlenen Konular	1-Siyaset, iktidar ve iletişim kavramları üzerinden siyasal iletişimin tanımlanması. 2-Siyasal iletişimin temel aktörleri ve bu aktörlerin siyasal iletişimdeki rolleri 3-Bir siyasal iletişim biçimi olarak retorik ve retorik türleri.

	<p>4-Politik retorikğin özellikleri ve ele aldığı konular, günümüzdeki örnekleri.</p> <p>5-Siyasal propaganda ve tarihi.</p> <p>6- Siyasal iletişimde seçmen faktörü ve oy verme yaklaşımları.</p> <p>7-Siyasal pazarlama, siyasal reklam.</p> <p>8-Siyasal iletişim ve canvassing.</p> <p>9-Siyasal iletişim, kamuoyu ve konu yönetimi.</p> <p>10-Siyasal iletişimde kampanya yönetimi.</p> <p>11-İkna Edici Mesaj Stratejileri.</p> <p>12-İkna Edici Mesaj Stratejileri.</p> <p>13-Siyasal iletişimde Amerikanlaşma</p> <p>14-Siyasal iletişim sürecine eleştirel yaklaşımlar.</p>																																																																																			
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1-Siyasal iletişime ilişkin kavramlar ve kuramsal yaklaşımları bilir.</p> <p>2-Siyasal iletişimin önemli aktörlerinden birinin de bireyler olduğunu ve bireyin neden siyasetin bir öznesi olması gerektiğini bilir.</p> <p>3-Propaganda yöntem ve tekniklerinin kavranması</p> <p>4-Siyasal danışmanlık konusunda gerekli olan alt yapıyı edinebilir.</p> <p>5-Siyasal iletleri daha eleştirel okuyabilir.</p>																																																																																			
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x		Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x			Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.						Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x					İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x					Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x					Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x					Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.						İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	x					Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					x	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.						En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
	Katkı Seviyesi																																																																																			
	1	2	3	4	5																																																																															
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x																																																																																
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x																																																																																	
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.																																																																																				
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x																																																																																			
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x																																																																																			
Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x																																																																																			
Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x																																																																																			
Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.																																																																																				
İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	x																																																																																			
Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					x																																																																															
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.																																																																																				
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.																																																																																				

Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans ve Tartışma Tekniği, Örnek Olay Analizi
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Aziz, A. (2007). Siyasal iletişim. Nobel Yayın Dağıtım. Kalender, A. (2000). Siyasal iletişim, seçmenler ve ikna stratejileri. Çizgi Yayınevi, Konya. Güllüpunar, H. (2010). Siyasal İletişim ve Aday İmajı, Eğitim Yayınevi, Konya. Polat, C. (2015). Siyasal pazarlama ve iletişim, Nobel Yayınevi, Ankara.

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 334- Reklam Yazarlığı
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Kürşad GÖLGELİ-2020
Dersin Amacı	Senaryonun diğer yazınsal türlerden farklı olduğunu senaryonun dilini öğretmek göstermeyi amaçlamaktadır.
Dersin İçeriği	Reklam senaryo biçimlerinin, yazım aşamalarının, kurallarının olduğu; içerik - biçim diyalektiği ile parça - bütün ilişkisi gözetilerek bir öykünün dramatize edilmesini konu almaktadır.
İşlenen Konular	1-Dersin tanımı, amacı, önemi. 2-Öykünün öğeleri, öykünün dramatize edilmesinde kullanılan belli başlı geleneksel öğeler. 3-Senaryo öncesi üzerinde çalışılması gereken aşamalar (sanatsal düşünce, tema, konu) 4-Senaryoda Yapı Türleri 5-Senaryoda Yapı Türleri 6-Senaryo Türleri (Taslak Öykü, Geliştirim Senaryosu, Çekim Senaryosu). 7-Ödev olarak verilen denemelerinin sesli okunarak düzeltilmesi, değerlendirilmesi. 8-Reklam incelemesi 9-Reklam incelemesi 10-Reklam incelemesi 11-Etkili reklam sahnesi yazımı. 12-Etkili reklam sahnesi yazımı. 13-Etkili reklam sahnesi yazımı. 14-Etkili reklam sahnesi yazımı.
Dersin Öğrenim Çıktıları	1-Senaryo yazımının temel kurallarını sıralar. 2-Senaryo yazımının hangi aşamalardan geçtiğini tanımlar. 3-Anlatı ile gündelik hayat arasındaki ilişkiyi değerlendirir. 4-Anlatı ile gündelik hayat arasındaki ilişkinin sanatsal bir biçimde nasıl ifade edilebileceğini açıklar. 5-Yeni anlatı biçimlerinin reklamda nasıl kullanılabileceğini tartışır.
	Katkı Seviyesi

Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		1	2	3	4	5
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	x					
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.				x		
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		x				
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.		x				
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x				
Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x					
Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x					
Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x					
İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.						
Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağına kurar.	*					
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.				*		
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.			*			
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği, Gösterip-Yaptırma					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	S. Aslanyürek (Senaryo Kuramı), T. Özakman (Oyun ve Senaryo Yazma Tekniği), R. McKee (Story: Senaryo Yazımının Özü, Yapısı, Tarzı ve İlkeleri)					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 336 Etkinlik Yönetimi
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. Özlem IŞIK, 22.05.2022
Dersin Amacı	Halkla ilişkiler ajansları yada departmanları, profesyonelce bağlı oldukları kurumun itibarını yönetmek için etkinliklerden faydalanırlar. Çünkü etkinlikler, hedef kitle ve kurum arasındaki bağın sağlanması, iletişim kurulması için uygun ortamlardır. Bu derste, araştırmadan, planlamaya, uygulamaya ve değerlendirmeye kadar bir etkinlik yönetiminin nasıl yapılacağı aktarılacaktır.

Dersin İçeriği	Etkinlik yönetimi dersi kapsamında etkinlik tanımlanıp, türlere ayrılacak ve stratejik bir etkinlik planlamasının nasıl yapılacağı, etkinlik teklifi hazırlama, etkinlikte görev alacak personeli belirleme, çıkabilecek krizleri kurum yararına dönüştürebilme süreçleri anlatılacak bir etkinliğin markalaştırılması için gerekli detaylar aktarılacaktır.				
İşlenen Konular	1-Etkinliğin tanımlanıp türlere ayrılması. 2-Stratejik etkinlik planlaması 3-Etkinlik teklifini hazırlama 4-Etkinlikte insan kaynakları yönetimi 5-Etkinlik yönetiminde halkla ilişkilerin rolü 6-Etkinlikte kriz Yönetimi 7-Etkinliği markalaştırma 8-Turizm etkinliği 9-Örnek olay çözümlenmeleri				
Dersin Öğrenim Çıktıları	1-Etkinliğin tanımlanıp türlere ayrılması hakkına bilgi sahibi olmak 2-Stratejik etkinlik planlaması hakkına bilgi sahibi olmak 3-Etkinlik teklifini hazırlama hakkına bilgi sahibi olmak 4-Etkinlikte insan kaynakları yönetimi hakkına bilgi sahibi olmak 5-Etkinlikte kriz yönetimi hakkına bilgi sahibi olmak 6-Etkinliği markalaştırma hakkına bilgi sahibi olmak 7-Turizm etkinliği hakkına bilgi sahibi olmak				
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	Katkı Seviyesi				
	1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.			x	
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.				x
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x	
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözüme becerisine sahiptir.	x			
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x		
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x		
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x			
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.			x	
İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					

	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağına kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	KonferansTekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Etkinlik Yönetimi, Eysin Babacan, Aylin Göztaş Etkinlik Yönetimi Aygöl Ernek					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 340 Kültürel İletişim Çalışmaları
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Öğretim Görevlisi FARUK SADIÇ 26.05.2022
Dersin Amacı	Bu derste içinde bulunduğumuz yüzyılda sosyal bilimlerin önemli uğraklarından biri olan kültür kavramının düşünsel içeriği, toplumsal, ekonomik ve siyasal doğasıyla birlikte; iletişim bilimleri bağlamında ne şekilde konumlandırıldığı, kültürel iletişim çalışmalarının tarihsel geçmişi, yöntemsel dayanakları ve alana yönelik iletişimsel ilginin tüm boyutlarıyla incelenmesi amaçlanmaktadır.
Dersin İçeriği	Kültür, kültürel çalışmalar, kültürlerarası iletişim kuramları, iletişim sürecine kültürün etkisi, iletişim yeterliliği ve benzeri konuları içeren ders.
İşlenen Konular	1- Derse Giriş; Öğrenme Çıktılarına Yönelik Beklentilerin Aktarılması 2- Kültür ve İletişim Kavramlarına Bakış 3- Klasik Sosyal Teoride Kültür ve İletişim 4- Batı Marksizminde İdeoloji Olarak Kültür ve İletişim 5- Sembolik Etkileşimcilik, Fenomenoloji ve Etnometodolojide Eylem Olarak Kültür ve İletişim 6- Yapısalcılık Semiyotik Kültür Analizi ve Postyapısalcı Dönüş ve İletişim 7- Vize Sınavı 8- İngiliz Kültürel Çalışmaları ve Kültür 9- Kitle Kültürü ve İletişim 10- Popüler Kültür ve İletişim 11- Tüketim Kültürü ve İletişim 12- Küreselleşme ve İletişim 13- Postmodernizm ve İletişim 14- Final Sınavı

Dersin Öğrenim Çıktıları	1- Kültür ve İletişim kavramlarının doğası ve etkileşimi hakkında kavrayış kazanır 2- Sosyal Teoride Kültürün nasıl konumlandığını öğrenir 3- Farklı disiplinlerin kültür ve iletişim alanını nasıl beslediğini değerlendirir. 4- Kültürel iletişim çalışmalarının tarihsel geçmişi ve yöntemsel dayanakları hakkında kavrayış kazanır 5- Kültürel Olana Dair Farklı Kavrayışların İletişim Olgusu İle Bağlantısını Kurabilir 6- Modern Dünyada Kültür ve İletişim Etkileşimini Analiz Edebilir,					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı					Katkı Seviyesi	
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.				x	
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x				
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.				x	
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.		x			
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.		x			
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.				x	
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.			x		
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.	x				
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.						
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Philip Smith, Kültürel Kuram, Babil Yayınları, İstanbul, 2011 - İrfan Erdoğan, Kültür ve İletişim, Erk Yayınları, Ankara					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 348 Reklam Analizleri
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	-

Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Nilay Akgün Akan- 26/05/2020					
Dersin Amacı	Sözlü, Yazılı ve görsel kültürün temel özelliklerinden hareket ederek reklam metinlerini ve görselini analiz etmek ve eleştirel okur yazarlık perspektifi kazandırmak.					
Dersin İçeriği	Reklam çözümlemesi ve örnek analizler yer almaktadır.					
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reklam çözümlemesine giriş 2. Reklamın değişimi 3. Modernizm süreci ve reklamın değişimi 4. Postmodernizm süreci ve reklamın değişimi 5. Dijimodernizm süreci ve reklamın değişimi 6. Reklamlarda anlam ve ideoloji 7. Reklam analizinde kullanılan yöntemler 8. Göstergibilim yöntemi 9. Örnek analizler 10. Örnek analizler 11. Örnek analizler 12. Örnek analizler 13. Örnek analizler 14. Genel değerlendirme 					
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sözlü ve yazılı kültürün temel özelliklerini tanır. 2. Reklama ilişkin eleştirel okuryazarlık becerisi kazanır. 					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		x			
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x				
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x				
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.		x			
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x				
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	x				
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağıntı kurar.	x				
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.						

	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans ve Tartışma Tekniği, Örnek Olay Analizi					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Judith Williamson, Reklamın dili, 2001, Ütopya Yayınları. Roland Barthes, Göstergibilimsel Serüven, 2005, YKY. Rengin Küçükeroğan, Reklam Söylemi, 2005, es Yayınları.					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım					
Dersin Kodu ve Adı	HİT356 - Dijital İçerik Yönetimi					
Dersin Tipi	Seçmeli					
Dersin AKTS Kredisi	4					
Önkoşul/Eşkoşul	Yok					
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Mustafa CINGİ 14.05.2022					
Dersin Amacı	Öğrencilerin Web ortamında yer alan içeriklerin üretimi sürecini bilmeleri ve bu içerikleri hazırlayabilmeleri bu dersin temel amacını oluşturmaktadır.					
Dersin İçeriği	Bu derste web ortamında görsel, işitsel ve metin bazlı içeriklerin nasıl hazırlanacağı ve dijital bir kampanya sürecinin nasıl yürütüleceği bilgisi aktarılmaktadır.					
İşlenen Konular	1- Dijital içerik yönetimi nedir? 2- Web dönemleri 3- Dijital ortamlara genel bir bakış 4- Sosyal medya ağlarına genel bir bakış 5- İçerik türlerine genel bir bakış 6- Dijital ortamlar için pazarlama hunisi modeli 7- Sosyal medyada kampanya süreci: Araştırma 8- Sosyal medyada kampanya süreci: İçerik yönetimi 9- Sosyal medyada kampanya süreci: Reklam yönetimi ve Monitoring 10- Dijital içerik yönetiminde hukuki boyut 11- Canva ile içerik üretimi 12- Hazırlanan projelerin incelenmesi ve eleştirisi 13- Hazırlanan projelerin incelenmesi ve eleştirisi 14- Hazırlanan projelerin incelenmesi ve eleştirisi					
Dersin Öğrenim Çıktıları	İçerik yönetimi süreci bilir İçerik yönetimi uygulamaları yapılabilir. Sosyal medya kampanyası hazırlayabilir.					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		X			
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.				X	
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.				X	
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.					

	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	X				
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.			X		
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	X				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.					
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.		X			
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.	X				
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	https://mustafacingi.com/ adresi üzerinde bulunan ders notları Dijital İçerik Yönetiminin Kuralları; Ann Handley @ CC Chapman; MediaCat Yayınları Küçük İşletmeler İçin Sosyal Medya; Funda Güleç Yalçın; Abaküs Yayınları Her Şeyin Başı Blog; Salih Seçkin Sevinç; Optimist Yayınları Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya; Salih Seçkin Sevinç; Optimist Yayınları					

7.Yarıyıl

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 402 Prof. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları-I
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	5
Önkoşul/Eşkoşul	HİT 210 Reklam ve Tanıtım Kampanyaları
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Prof.Dr. Mustafa AKDAĞ, Doç.Dr. Emel Tanyeri Mazıcı, Dr. Öğr. Üyesi Mustafa CINGİ, Arş. Gör. Dr. Ömer Faruk KOÇAK, Arş. Gör. Dr. Ömer Faruk KOÇAK, Nilay Akgün AKAN 20.05.2022
Dersin Amacı	Öğrencilerin pratikte yer alan reklam ve tanıtım uygulamalarına hazırlanmaları ve bir kampanya projesi çerçevesinde tecrübe edinmeleri temel amaçtır.
Dersin İçeriği	Belirlenen bir konu kapsamında veya hazırlanan bir brief kapsamında reklam ve tanıtım kampanyası projesi hazırlamak bu dersin tanımını oluşturmaktadır.

İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proje kategorisi ve konusu; belirlenen konu doğrultusunda sorun / fırsat analizi 2. Araştırma (Kurum analizi; SWOT, PEST, Pazar, rekabet, risk analizleri; medyadaki durum; daha önce yapılmış olan iletişim çalışmaları; rakiplerin yapmış olduğu iletişim çalışmaları; konu ile alakalı ikincil veri araştırması) 3. Araştırma (Konu ile alakalı birincil veri araştırması; araştırma tekniği; araştırmanın analizi; mevcut durum tespiti) 4. Planlama (Hedeflerin ve amaçların belirlenmesi; konumlandırma; hedef kitlenin analizi ve hedef kitle iç görüsü) 5. Planlama (Mesaj stratejisi; iletişim stratejisi; kreatif strateji; proje takvimi; bütçe) 6. Uygulama (Medya planı) 7. Ölçme ve değerlendirme (Hedef kitledeki algıyı ve medyadaki yansımaları hangi araç ve tekniklerin kullanılarak ölçüleceğinin muhteviyatını barındıran bir ölçme ve değerlendirme planı) 8. Metin hazırlama (Proje özeti, reklam metinleri, senaryo vs projede yer alan yazılı diğer materyaller) 9. Tasarım (Uygulamaya aşamasında belirtilen unsurlara ait görseller) 10. Tasarım (Uygulamaya aşamasında belirtilen unsurlara ait görseller) 11. Tasarım (Proje kitapçığı) 12. Tasarım (135x190x14mm ebadındaki standart DVD kutusu cover) 13. Genel değerlendirme 14. Danışmana teslimat (Proje kitapçığı + Proje DVD) 																													
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bir reklam ve tanıtım kampanyasının nasıl yapılacağı hakkında pratiğe yönelik fikir edinir. 2. Grup çalışmalarından ötürü ekip çalışması bilinci kazanır. 3. Sorumluluk bilinci kazanır. 4. Kampanya hazırlanmasında pratiğe yönelik tasarım kabiliyeti kazanır. 5. Kurum analizi; SWOT, PEST, rekâbet, risk analizlerini yapabilme kabiliyeti kazanır. 6. Mesaj stratejisi, iletişim stratejisi ve kreatif strateji ortaya koyabilir. 																													
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	x					Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x					Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		x			
	Katkı Seviyesi																													
	1	2	3	4	5																									
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	x																													
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x																													
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		x																												

	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözüme becerisine sahiptir.				x	
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.			x		
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x			
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.				x	
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağına kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Modüler Öğretim, gruplar halinde birebir görüşme, proje hazırlama ve sunum					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Kampanya Planlaması; Jim Avery, Reklamcılık Vakfı Yayınları; 2005 Kavram ve Kuramlarıyla Reklam; Filiz Balta Peltekoğlu, Beta Yayınevi; 2010 Reklam ve Medya Planlaması; Gülbuğ EROL Beta Yayınevi; 2007 Reklam Yazarlığı; Müge ELDEN; İletişim Yayınevi; 2011					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 447 Dış Staj
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	5.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	
Dersin Amacı	Öğrencilere uygulama sahasını tanıtmak, nasıl işlediğini gözlemlenmelerini sağlamak
Dersin İçeriği	Sahada bir ay yapılan iş uygulaması
İşlenen Konular	1- Firmadan onay alınması 2- Staj Dosyası hazırlama 3- İşe başlama 4- İş süreçlerinin takip edilmesi 5- İş süreçlerinin takip edilmesi 6- İş süreçlerinin takip edilmesi 7- İş süreçlerinin takip edilmesi

	8- İş süreçlerinin takip edilmesi 9- İş süreçlerinin takip edilmesi 10- İş süreçlerinin takip edilmesi 11- İş süreçlerinin takip edilmesi 12- İş süreçlerinin takip edilmesi 13- İş süreçlerinin takip edilmesi 14- Staj dosyasının teslim edilmesi							
Dersin Öğrenim Çıktıları	- Öğrencinin sahayı tanınması 2- Ekip anlayışıyla iş ortamında tanışması 3- Uygulama süreçlerinde yer alması 4- Uygulama ile teorigi kıyaslaması 5- Sahada yeni kişiler tanınması 6- Uygulamayı hayatına taşınması							
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi						
		1	2	3	4	5		
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x			
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.				x			
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.				x			
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.				x			
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.				x			
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.				x			
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.			x				
	Temel düzeyde sosyal bilimlerle formasyonuna sahiptir.				x			
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.							
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.							
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.							
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.								
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Uygulama (1 ay)							
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme								

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 459 Mesleki İngilizce II

Dersin Tipi	Zorunlu					
Dersin AKTS Kredisi	4.00					
Önkoşul/Eşkoşul	Yok					
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Öğretim Görevlisi Faruk Sadıç 26.05.2022					
Dersin Amacı	Öğrencilerin kişisel ve mesleki olarak İngilizce iletişim kurmalarının yanında, sözlü, yazılı, öğrencilerin iletişim alanında yer alan literatür çalışmalarını takip edebilmelerinin sağlanmasına yönelik temel İngilizce bilgisini vermektir.					
Dersin İçeriği	Bu ders, üniversite öğrencilerinin yürüttükleri her türlü iletişim çalışmaları alanında okuma, konuşma, dinleme ve yazma becerilerinin kullanılmasına yönelik temel mesleki İngilizce konularının anlatılmasını içermektedir.					
İşlenen Konular	1- Introduction 2- Business Environment 3- New Jobs 4- Company 5- Sales 6- Buying and Selling 7- Products 8- Production and Productivity 9- Describing and Presenting Products 10- Cultrural Awareness 11- Adversiting 12- Adversiting 13- Marketing 14- General Review					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1- Kendilerini İngilizce ifade ederler. 2- Kolayca İngilizce diyalog kurarlar. 3- Dersin kaynaklarının ve materyallerinin yardımıyla temel düzeyde İngilizce dilbilgisini kavrarlar. 4- İletişim alanındaki kavramların İngilizcelelerini öğrenirler. 5- İletişim alanındaki kavramları yazılı metinlerde kullanırlar					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.			x		
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x		
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.				x	
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x					

	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x					
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.		x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x					
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.						
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.						
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.						
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans						
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Cotton, David Falvey David, Kent Simon with Rogers John New Edition Market Leader, Pre-Intermediate Business English Course Book, Pearson Longman and Financial Times, 2008, Edinburg Gate, Harlow, England. Rogers John, New Edition Market Leader, Pre-Intermediate Business English Practice File, Pearson Longman and Financial Times, 2007, Edinburg Gate, Harlow, England						

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT409 - Halkla İlişkilerde Çağdaş Yaklaşımlar
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Mustafa CINGI 13.05.2022
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, halkla ilişkiler alanındaki önemli çağdaş teorileri öğrenmek ve bu teorilerin uygulama alanlarındaki yerini görmek, malûmat sahibi olmaktır.
Dersin İçeriği	Halkla ilişkiler alanındaki çağdaş teorileri barındıran bu ders, kuramsal ağırlıklı bir ders olmakla birlikte çağdaş uygulama alanlarında bu teorilerin yerini göstermektedir.
İşlenen Konular	1. Çağdaş, modern ve postmodern kavramları 2. Modern halkla ilişkilerin gelişim süreci ve ilgili kavramlar (sağcılık, solculuk, muhafazakârlık, devrimcilik, kapitalizm, sosyalizm) 3. James Grunig'in halkla ilişkiler uygulamalarına yönelik sınıflandırma modeli. (simetrik, asimetrik, tek yönlü, çift yönlü) 4. Grunig modelinden üzerinden halkla ilişkiler uygulamaları ve pratisyenleri

	<p>5. 80/20 Modeli (Pareto İlkesi) ve halkla ilişkilerdeki kullanımı</p> <p>6. 60/20 modeli ve halkla ilişkilerdeki kullanımı</p> <p>7. Uzun Kuyruk (99/1) modeli ve halkla ilişkilerdeki kullanımı</p> <p>8. Gerilla halkla ilişkiler kavramı ve uygulamaları</p> <p>9. Online halkla ilişkiler kavramı ve uygulamaları</p> <p>10. Viral iletişim, WOMM ve halkla ilişkiler süreci</p> <p>11. Kondratiev Dalgaları ve iletişim sürecine etkisi</p> <p>12. Nesnelerin İnterneti ve halkla ilişkilere etkileri</p> <p>13. Endüstri 4.0 döneminde halkla ilişkiler</p> <p>14. Dijital Bölünme ve Halkla İlişkilere Etkileri</p>					
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>Bu dersi başarıyla bitiren öğrenciler;</p> <p>1. Halkla ilişkiler alanındaki güncel teorilere hakim olurlar.</p> <p>2. Çağdaş teorilerin halkla ilişkiler alanındaki yerlerini öğrenirler.</p> <p>3. Halkla ilişkiler pratiğinde bu teoriler ışığında uygulamalarda bulunulabilme yeteneği elde edilir.</p> <p>4. Online medyanın temelleri hakkında bilgi sahibi olunur.</p> <p>5. Online iletişim ve sosyal medya hakkında bilgi sahibi olunur.</p> <p>6. Gerilla iletişim ve halkla ilişkiler hakkında malûmat sahibi olunur.</p>					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.			X		
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.					
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		X			
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	X				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		X			
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.					
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.					
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	X				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	X				
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağıntı kurar.		X			
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					

Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kitle İletişim Kuramları; Burak Özçetin; İletişim Yayınları 2018 (Özellikle “İletişim, Teknoloji ve Toplumsal Dönüşüm” bölümü) 2. Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik; James E. Grunig; Tribeca Yayını (Rota Yayınları) 2005 3. Yeni Medya Kuramları; Filiz Aydoğan; Der Yayınları; 2017 4. Teknopoli; Neil Postman; Sentez Yayınları; 2013 5. Global Köy; Marshall McLuhan & Bruce R. Powers; Scala Yayınları; 2011 6. Efsaneler ve Gerçekler – Pazarlama Nasıl Yapılır; Temel Aksoy; CEO Plus Yayınları; 2017 7. Markalar Nasıl Büyür 1-2; Byron Sharp; The Kitap Yayınları 7. https://mustafacingi.com/hit409-okuma-ve-seyretme-listesi/ üzerindeki belgesel video içerikleri

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	Hit 425/Halkla İlişkilerde Örnek Olay Çözümlemeleri
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4,00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi İsmailcan DOĞAN 15.05.2020
Dersin Amacı	Örnek olaylardan yola çıkarak Halkla İlişkileri pekiştirmek amaçlanmaktadır.
Dersin İçeriği	Örneklerle halkla ilişkilerin uygulanışını görülür.
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dersin işleyişi hakkında bilgi verilir 2. Halkla ilişkilerde uygulama örnekleri gösterilir 3. Örnek olay analizi yapılır 4. Örnek olay analizi yapılır 5. Örnek olay analizi yapılır 6. Örnek olay analizi yapılır 7. Örnek olay analizi yapılır 8. Örnek olay analizi yapılır 9. Örnek olay analizi yapılır 10. Örnek olay analizi yapılır 11. Örnek olay analizi yapılır 12. Örnek olay analizi yapılır 13. Örnek olay analizi yapılır 14. Örnek olay analizi yapılır
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1- Sektörü tanıma 2- Halkla ilişkiler uygulamalarını görme 3- Örnek Olayları analiz etme 4- Analiz yeteneği kazanma 5- Kuruluşların halkla ilişkilere nasıl baktığını gözlemleme 6- Ekip çalışması yapma

Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.					
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.					
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.					
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.					
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.					
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	X				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.				X	
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.				X	
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.				X	
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.	X				
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	X				
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	X				
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği, Örnek Olay Yöntemi					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Halkla ilişkilerde örnek olay analizi hakan pala kristal kitapları					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 427- Protokol ve İlişki Yönetimi
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Kürşad GÖLGELİ-2022
Dersin Amacı	Genel görgü kuralları ve resmi yaşantıda uyulması gereken kuralların uygulamalı olarak verilmesi amaçlanmaktadır.
Dersin İçeriği	Bu ders kapsamında görgü ve protokol kulları anlatılacaktır.
İşlenen Konular	1-Görgü ve protokol 2-Sosyal davranış kuralları 3-Törenlerde ve toplantılarda protokol 4-Kurum ve kuruluşlarda protokol

	<p>5-Kurum ve kuruluşlarda protokol 6-Yazılı ve sözlü iletişimde protokol 7-Yazılı ve sözlü iletişimde protokol 8-Devletlerde ve ziyaretlerde protokol 9-Devletlerde ve ziyaretlerde protokol 10-İş yaşamında protokol 11-İş yaşamında protokol 12-Resmi protokol 13-Resmi protokol 14-Sık yapılan hatalar</p>					
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1-Sosyal hayatta uyulması gereken kurallar öğrenilecektir. 2-Resmi yaşantıda uyulması gereken protokol kuralları bilinecektir. 3-Törenlerde ve toplantılarda protokol hakkında bilgi sahibi olunacaktır. 4-Kurum ve kuruluşlarda protokol hakkında bilgi sahibi olunacaktır. 5-Yazılı ve sözlü iletişimde protokol hakkında bilgi sahibi olunacaktır. 6-Devletlerde ve ziyaretlerde protokol hakkında bilgi sahibi olunacaktır.</p>					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x	
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.				x	
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		x			
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.		x			
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x				
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x			
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.						

	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Görgü Nezaket Ve Protokol "Kurallar Ve Uygulamalar", İrfan Mısırlı, Detay Yayıncılık					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım					
Dersin Kodu ve Adı	HİT 431 İletişimin Ekonomi Politikası					
Dersin Tipi	Seçmeli					
Dersin AKTS Kredisi	4					
Önkoşul/Eşkoşul	Yok					
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Hülya ÖZTEKİN 25.05.2020					
Dersin Amacı	Öğrencilerin, ekonomi politik ile ilgili kavram ve tartışmalar çerçevesinde iletişim ve medya sektörüne eleştirel bir bakış kazanmasını sağlamak temel amaçtır.					
Dersin İçeriği	İletişim ve medya sektörünün yapı ve işleyişinin ekonomi politik yaklaşım çerçevesinde incelendiği bir derstir.					
İşlenen Konular	1- Ekonomi politığın tanımı, konusu ve kavramları 2- Ekonomi politik ve ekonomi biliminin farkı 3- Liberal/klasik ve eleştirel ekonomi politik 4- İletişimin ekonomi politikası ve inceleme konuları 5- Araçsal ve yapısal ekonomi politik 6- Mülkiyet ve kontrol, "yönetici devrimi" tezi 7- Sembolik Seçkinler ve Ekonomi Politik 8- Herbert Schiller, Dallas Smythe 9- Edward Herman, Noam Chomsky 10- Robert McChesney, Vincent Mosco, Dan Schiller 11- Peter Golding, Graham Murdock, Nicholas Garnham 12- Kültür endüstrisi olarak iletişimin ekonomi politikası 13- İletişim teknolojilerinin ekonomi politikası 14- Enformasyon toplumu ve ekonomi politik					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1- Ekonomi politığın kavramlarını tanıtır. 2- Ekonomi politığın tarihsel gelişimine dair bilgi verir 3- Ekonomi politik yaklaşım çerçevesinde iletişim sorunlarına eleştirel bakış açısı kazandırır. 4- Ekonomi politik yaklaşıma dayanan iletişim araştırmalarını çözümler 5- Araçsal ve yapısal ekonomi politik hakkında bilgi verir. 6- Mülkiyet ve kontrol, "yönetici devrimi" tezi hakkında bilgi verir.					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı					Katkı Seviyesi	
					1	2
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.					

	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.						
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.						
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.						
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.						
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.						
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.						
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.						
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.						
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.						
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					x	
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği						
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Levent Yaylagül, Kitle İletişimin Ekonomi Politikası. Funda Başaran, İletişim ve Emperyalizm. Edward Herman, Noam Chomsky, Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir? Kitle İletişim Araçlarının Ekonomi Politikası. Herbert Schiller, Zihin Yönlendirenler. Peter Golding, Graham Murdock, "Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik", Medya Kültür Siyaset (Der S. İrvan).						

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım (Normal Öğretim)
Dersin Kodu ve Adı	HİT 435 Uluslararası Halkla İlişkiler
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. Emel Tanyeri Mazıcı (20.05.2022)
Dersin Amacı	Bu derste halkla ilişkiler ve uygulamalarına ilişkin olarak uluslararası perspektiften anlam geliştirme ve yorumlama sağlayabilme, küresel gelişmeler ve bileşenlerini değerlendirme yeteneğinin edinilmesi amaçlanmaktadır.
Dersin İçeriği	Halkla ilişkiler kavram ve uygulamalarını uluslararası boyutta ele alan lisans dersidir.

İşlenen Konular	<p>1-Uluslararasılaşma, küreselleşme ve değişim kavramları, halkla ilişkiler ile bağıntıları</p> <p>2-Uluslararası halkla ilişkiler kavramı, önemi, tarihsel gelişimi</p> <p>3-Uluslararası halkla ilişkileri etkileyen unsurlar: Kültür</p> <p>4-Uluslararası Halkla İlişkilerde Kültürel Çalışmalar/Modeller</p> <p>5-Kültürel değişkenler ve kültürlerarası farklılıkları anlama</p> <p>6-Uluslararası halkla ilişkileri etkileyen faktörler: Ülke Profili</p> <p>7-Uluslararası halkla ilişkileri etkileyen faktörler: Medya</p> <p>8-Çok uluslu işletmelerde uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri ve çözümlenmeler</p> <p>9-Ülkeler arası uluslararası halkla ilişkiler faaliyetler ve yumuşak güç</p> <p>10-Ülkeler arası uluslararası halkla ilişkiler faaliyetler ve kamu diplomasisi</p> <p>11-Türkiye'nin uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetleri</p> <p>12-Uluslararası halkla ilişkiler ve ülke markası oluşturma</p> <p>13-Uluslararası halkla ilişkiler ve dijital diplomasi</p> <p>14-Ülkelerarası uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri ve örnek çözümlenmeler</p>																																													
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1-Uluslararası halkla ilişkilere ilişkin kavrayış ve düşünme yetisi geliştirebilir.</p> <p>2-Halkla ilişkilerde çok boyutlu düşünebilme, farklılıkları okuyup fırsata dönüştürebilme becerisi edinir.</p> <p>3-Uluslararası halkla ilişkiler ve uygulamaları dünyadaki gelişmeler ışığında değerlendirebilir ve yorumlayabilir.</p> <p>4-Kültürlerarası farklılıklar, iletişim- diyalog ve halkla ilişkiler bağıntısı hakkında bilgi sahibi olur.</p> <p>5-Ülke Profili (ekonomik, teknik, sosyal altyapı,yasal düzenlemeler) ve medya yapılanması hakkında bilgi sahibi olur.</p> <p>6-Kamu diplomasisi ve ülke markası oluşturma gibi kavramlarda bilgi edinir ve yorumlama yapabilir.</p>																																													
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1" data-bbox="549 1525 1442 1975"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x		Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x					Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x			Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x					İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.			x		
	Katkı Seviyesi																																													
	1	2	3	4	5																																									
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x																																										
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x																																													
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x																																											
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x																																													
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.			x																																											

	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.				x		
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x					
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x					
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	x					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.				x		
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.				x		
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans ve Tartışma Tekniği						
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Uluslararası Halkla İlişkiler, Emel Tanyeri Mazıcı, Omniscryptum Uluslararası Halkla İlişkiler, Sema Yıldırım Becerikli, Nobel Kitap						

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Dersin Kodu ve Adı	HİT 441 Sektörel Bakışla İletişim
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4,00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç. Dr. İsmailcan DOĞAN 25.05.2022
Dersin Amacı	Çeşitli sektörlerdeki çalışmalardan yola çıkarak halkla ilişkiler becerilerini pekiştirmek amaçlanmaktadır.
Dersin İçeriği	Sektördeki halkla ilişkilerin uygulanışını görölür.
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dersin işleyişi hakkında bilgi verilir 2. Halkla ilişkilerde uygulama örnekleri gösterilir 3. Örnek kurum incelemesi yapılır 4. Örnek kurum incelemesi yapılır 5. Örnek kurum incelemesi yapılır 6. Örnek kurum incelemesi yapılır 7. Örnek kurum incelemesi yapılır 8. Örnek kurum incelemesi yapılır 9. Örnek kurum incelemesi yapılır 10. Örnek kurum incelemesi yapılır 11. Örnek kurum incelemesi yapılır 12. Örnek kurum incelemesi yapılır 13. Örnek kurum incelemesi yapılır 14. Örnek kurum incelemesi yapılır

Dersin Öğrenim Çıktıları	1. Sektörü tanıma 2. Halkla ilişkiler uygulamalarını görme 3. Örnek Olayları analiz etme 4. Analiz yeteneği kazanma 5. Kuruluşların halkla ilişkilere nasıl baktığını gözleme				
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	Katkı Seviyesi				
	1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.				x
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x	
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.		x		
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x		
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.			x	
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x			
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x			
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.				
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağı kurar.				
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği				

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Dersin Kodu ve Adı	HİT 455 Eleştirel Halkla İlişkiler
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. Özlem IŞIK, 25.05.2022
Dersin Amacı	Dersin amacı; ana akım iletişim anlayışına ve uygulamalarına eleştirel bakma perspektifi kazandırmaktır ..

Dersin İçeriği	Dersin içeriği, küreselleşme sürecinde medya ve halkla ilişkiler, halkla ilişkilerde retoriksel ve eleştirel yaklaşımlar, Frankfurt okulu kültür endüstrisi, kamuoyu ve hegemonya konularını kapsar.					
İşlenen Konular	Hafta 1 Ders içeriğinin anlatımı Hafta 2:Küreselleşme sürecinde medya ve halkla ilişkilerin rolü Hafta 3:Halkla ilişkilerde retoriksel yaklaşımlar Hafta 4: halkla ilişkilerde eleştirel yaklaşımlar Hafta 5: Frankfurt okulu: kültür endüstrisi Hafta 6: : Frankfurt okulu: kültür endüstrisi Hafta 7: kamuoyu ve hegemonya kavramı Hafta 8: Rızanın Üretimi Hafta 9: Herman/Chomsky'nin Medya Propaganda Modeli Hafta 10: Herman/Chomsky'nin Medya Propaganda Modeli Hafta 11: Tüketim kültüründe halkla ilişkilerin rolü Hafta 12: Tüketim kültüründe halkla ilişkilerin rolü Hafta 13 Halkla ilişkiler ve medya endüstrisi Hafta 14 Genel tekrar					
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1. Halkla ilişkilerde retoriksel ve eleştirel yaklaşımları açıklar. 2. Küreselleşme sürecinde medya ve halkla ilişkilerin rolünü belirler. 3. Kültür endüstrisi kavramıyla ilgili örnekler verir. 4. Heman/chomsky'nin medya-propaganda modelini analiz eder. 					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı					Katkı Seviyesi	
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.					
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.					
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.					
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.					
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.					
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.					
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.					
Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.						

	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Geuss, R. (2009). Eleştirel Teori: Habermas ve Frankfurt Okulu, Çev: Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları Herman, E., Chomsky, N. (1998).Medya Halkla Nasıl Evet Dedirtir, Çev: İsmail Kaplan, Minerva Yayınları					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 457 Siyasal Halkla İlişkiler
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. Murat BAŞARIR 23.05.2022
Dersin Amacı	Siyaset alanında kullanılan halkla ilişkiler uygulama alanlarındaki değişim üzerinden günümüz siyasal halkla ilişkiler uygulama alanlarının niteliklerini, işleyiş özellikleri hakkında bilgi edinmek.
Dersin İçeriği	Siyaset alanında kullanılan halkla ilişkiler uygulama alanlarını anlatır.
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1- Derste işlenecek temel kavramlar ve dersin içeriğiyle ilgili ön bilgi. 2- Siyasetin farklı anlamlarının halkla ilişkiler ile bağlantısı 3- Siyasal iletişimimin aktörleri ile amaca dayalı ilişki kurma 4- Siyasette halkla ilişkilerin önemini artıran paradigma değişimleri I 5- Siyasette halkla ilişkilerin önemini artıran paradigma değişimleri II 6- Siyasal halkla ilişkiler, siyasal reklam, siyasal pazarlama ilişkileri 7- Siyasal halkla ilişkiler kapsamında yapılan etkinlikler ve özellikleri I 8- Siyasal halkla ilişkiler kapsamında yapılan etkinlikler ve özellikleri II

	<p>9- Siyasal kampanyaların halk nezdinde doğuracağı sonuçları ve iletişim tarzları</p> <p>10- Siyasal halkla ilişkiler uygulamaları: Medya yönetimi</p> <p>11- Siyasal halkla ilişkiler uygulamaları: İmaj yönetimi</p> <p>12- Siyasal halkla ilişkiler uygulamaları: Örgüt içi eğitim</p> <p>13- Siyasal halkla ilişkiler uygulamaları: Enformasyon yönetimi</p> <p>14- Siyasal halkla ilişkiler ve etik</p>					
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1- Siyasal sistem içerisinde siyasal halkla ilişkilerin rolünü ayırt eder</p> <p>2- Türkiye’de ve dünyada yürütülen siyasal halkla ilişkiler uygulamalarına örnekler gösterir</p> <p>3- Siyasal halkla ilişkiler uygulama alanlarını organize eder</p> <p>4- Siyasal halkla ilişkiler uygulamalarında vurgulanan temaları, sunulan mesaj stratejilerini, tasarlanacak etkinlikleri seçer</p>					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.					x
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x		
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.					
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x			
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.					
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağına kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans ve Tartışma Tekniği, Örnek Olay Analizi					

Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Siyasal İletişim; Aysel Aziz; Nobel Yayınları Siyasal İletişim; Ferruh Uztuğ, Yasemin Özgün; T.C. Anadolu Üniv. Yayınları Siyasal Kampanya Yönetimi – Yusuf DEVRAN, Siyasal İletişim – Ahmet Kalender, Siyasal İletişim Temel Kavramlar – Darren G. Lilleker, Siyasal Pazarlama ve İletişim – Cihat POLAT, Siyasal İletişim ve Aday İmajı – Hasan Güllüpunar
--	--

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım							
Dersin Kodu ve Adı	HİT 461 Dijital Reklamcılık							
Dersin Tipi	Seçmeli							
Dersin AKTS Kredisi	4							
Önkoşul/Eşkoşul	-							
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Nilay Akgün Akan- 26/05/2022							
Dersin Amacı	Dijital reklamcılığa ilişkin terminolojiye hakim olmak ve uygulamalarını öğrenmek temel amaçtır.							
Dersin İçeriği	Dijital ortamda üretilen reklamların içeriğine ve yayın sürecine ilişkin bilgilerin verildiği bir derstir.							
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dijital Reklam(cılık) Nedir? Reklamın Bu Aşamaya Kadar Tarihsel Değişimi Nasıl Gelişmiştir? 2. Sosyal Medya Reklamcılığı, Yeni İletişim Teknolojileri ve Reklamcılık İlişkisi 3. Dijital Reklamcılık ve Özellikleri ve Dijital Reklamların Kişisel Verilerle İlişkisi 4. Türkiye’de Dijital Reklam Sektörüne Genel Bir Bakış 5. Dijital Reklam Türleri 6. Display (Görüntülü) Reklam, Kullanım Amaçları ve Markalaşmaya Etkisi 7. Native (Doğal) Reklam ve Kullanımı 8. Seo (Arama Motoru Optimizasyonu) ve Kullanımı 9. Sem (Arama Motoru Reklamcılığı) ve Kullanımı 10. Influencer Reklamcılık ve Kullanımı 11. Online Video Reklamcılığı ve Kullanımı 12. Performans Pazarlaması ve Kullanımı 13. Oyun İçi Reklamlar ve E-Spor 14. Dijital Medya Planlama ve Ölçümleme 							
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1. Öğrenciler, dijital reklamcılık dünyasının nasıl işlediğini öğrenirler. 2. Öğrenciler, dijital reklamcılık alanına ilişkin terminolojiye hakim olur. 3. Öğrenciler, dijital ortamlarda yayınlanan reklamların üretim süreçlerini anlarlar. 							
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı					Katkı Seviyesi			
	1	2	3	4	5			
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x			
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.					x			

	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x				
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x				
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	x				
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.	x				
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.	x				
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans ve Tartışma Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Fons van DYCK, Yeni Nesil Reklamcılık, 2015, TheKitap Yay.					

8.Yarıyıl

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 402 Prof. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırmaları-II
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	9
Önkoşul/Eşkoşul	HİT 210 Reklam ve Tanıtım Kampanyaları
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Prof.Dr. Mustafa AKDAĞ, , Dr. Öğr. Üyesi Mustafa CINGI, Arş. Gör. Dr. Nilay Akgün Akan Arş. Gör. Dr. Ömer Faruk KOÇAK
Dersin Amacı	Öğrencilerin pratikte yer alan reklam ve tanıtım uygulamalarına hazırlanmaları ve bir kampanya projesi çerçevesinde tecrübe edinmeleri temel amaçtır.
Dersin İçeriği	Belirlenen bir konu kapsamında veya hazırlanan bir brief kapsamında reklam ve tanıtım kampanyası projesi hazırlamak bu dersin tanımını oluşturmaktadır.
İşlenen Konular	1. Proje kategorisi ve konusu; belirlenen konu doğrultusunda sorun / fırsat analizi

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Araştırma (Kurum analizi; SWOT, PEST, Pazar, rekabet, risk analizleri; medyadaki durum; daha önce yapılmış olan iletişim çalışmaları; rakiplerin yapmış olduğu iletişim çalışmaları; konu ile alakalı ikincil veri araştırması) 3. Araştırma (Konu ile alakalı birincil veri araştırması; araştırma tekniği; araştırmanın analizi; mevcut durum tespiti) 4. Planlama (Hedeflerin ve amaçların belirlenmesi; konumlandırma; hedef kitlenin analizi ve hedef kitle iç görüşü) 5. Planlama (Mesaj stratejisi; iletişim stratejisi; kreatif strateji; proje takvimi; bütçe) 6. Uygulama (Medya planı) 7. Ölçme ve değerlendirme (Hedef kitledeki algıyı ve medyadaki yansımaları hangi araç ve tekniklerin kullanılarak ölçüleceğinin muhteviyatını barındıran bir ölçme ve değerlendirme planı) 8. Metin hazırlama (Proje özeti, reklam metinleri, senaryo vs projede yer alan yazılı diğer materyaller) 9. Tasarım (Uygulama aşamasında belirtilen unsurlara ait görseller) 10. Tasarım (Uygulama aşamasında belirtilen unsurlara ait görseller) 11. Tasarım (Proje kitapçığı) 12. Tasarım (135x190x14mm ebadındaki standart DVD kutusu cover) 13. Genel değerlendirme 14. Danışmana teslimat (Proje kitapçığı + Proje DVD) 																													
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bir reklam ve tanıtım kampanyasının nasıl yapılacağı hakkında pratiğe yönelik fikir ve yürütme becerisi edinir. 2. Grup çalışmalarından ötürü ekip çalışması bilinci kazanır. 3. Sorumluluk bilinci kazanır. 4. Kampanya hazırlanmasında pratiğe yönelik tasarım kabiliyeti kazanır. 5. Kurum analizi; SWOT, PEST, rekâbet, risk analizlerini yapabilme kabiliyeti kazanır. 6. Mesaj stratejisi, iletişim stratejisi ve kreatif stratejiyi ortaya koyabilir. 																													
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	x					Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x			Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x				
	Katkı Seviyesi																													
	1	2	3	4	5																									
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	x																													
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x																											
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.	x																													

	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.					
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.					
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.					
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.		x			
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.	x				
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans ve Tartışma Tekniği, Örnek Olay Analizi					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Kampanya Planlaması; Jim Avery, Reklamcılık Vakfı Yayınları; 2005 Kavram ve Kuramlarıyla Reklam; Filiz Balta Peltekoğlu, Beta Yayınevi; 2010 Reklam ve Medya Planlaması; Gülbuğ EROL Beta Yayınevi; 2007 Reklam Yazarlığı; Müge ELDEN; İletişim Yayınevi; 2011					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 420 Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik
Dersin Tipi	Zorunlu
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. Murat BAŞARIR 20.05.2020
Dersin Amacı	Sürdürülebilir kalkınma için küresel hedeflerin sağlanmasında sosyal sorumluluk anlayışının, uygulama alanlarının rolünü kavramak, sürdürülebilirliği sağlayacak sosyal sorumluluk uygulamaları planlamak.
Dersin İçeriği	Sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk kavramlarının ortaya çıkışından bugünkü kullanım şekline gelinceye kadarki paradigma değişimleri anlatılır, Sürdürülebilir kalkınma için küresel hedefler kavratılır ve örnek KSS çalışmaları üzerinden süreçler değerlendirilir.

İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1- Halkla ilişkiler, sürdürülebilirlik, sosyal sorumluluk kavramlarının ortak alanları 2- Sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluğun gelişimini sağlayan paradigmlar 3- Sürdürülebilir kalkınma için küresel hedeflerin ortaya çıkışı 4- Sürdürülebilir kalkınma için küresel hedefler 5- Klasik ve modern sosyal sorumluluk yaklaşımları: Temel felsefeleri 6- Sosyal sorumluluk alanları ve sürdürülebilirlik I 7- Sosyal sorumluluk alanları ve sürdürülebilirlik II 8- Sosyal sorumluluk modelleri: Carroll'un KSS pramidi 9- Sosyal sorumluluk modelleri: Lantos'un 3 aşamalı modeli, Sethi'nin sosyal sorumluluk modeli 10- Sosyal sorumluluk modelleri: Davis'in sosyal sorumluluk modeli 11- Sosyal sorumluluk modelleri: Wood'un sosyal sorumluluk modeli, Kotlerin altı çeşenekli KSS modeli 12- Greenwashing, amaca dayalı pazarlama, kalkınma iletişimi 13- Kurumsal sosyal raporlama GRI, SA8000 standarsı 14- Küresel Sullivan ilkeleri,, Keidanren federasyonu 																													
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1- Sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik ve halkla ilişkilerin ortak çalışma alanlarını bilir 2- Sürdürülebilir kalkınma için küresel hedefleri sıralayacak 3- Kurumsal sosyal sorumluluk stratejileri tasarlayabilecek ve uygulayabilecek. 4- Kurumsal sosyal sorumluluk programlarına ve kampanyalarına toplumun ve çalışanların etkin katılımını planlayabilecek. 5- Kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarına kurumların yaklaşımlarına tanımlayabilecek ve sürdürülebilirliğin felsefesini yorumlayabilecek. 																													
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		x				Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x					Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.					
	Katkı Seviyesi																													
	1	2	3	4	5																									
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		x																												
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x																													
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.																														

	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.		x			
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.				x	
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.				x	
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					x
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					x
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.	x				
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans ve Tartışma Tekniği, Örnek Olay Analizi					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Van Het Hof, S., & Hoştut, S. (2015). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramlar, Uygulama ve Örnekler (1). Ankara: Nobel Basım Yayıncılık. Özüpek, M. N. (2013). Kurum imajı ve sosyal sorumluluk. Eğitim Yayınevi. Aşan Dilek (2021), Kurumsal sürdürülebilirlik, Ceres yayınları.					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 412- Reklamda Yaratıcı Stratejiler
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Kürşad GÖLGELİ-2022
Dersin Amacı	Öğrencilere yeni reklam yöntemleri hakkında bilgi vermek ve reklamlarda yaratıcı fikrin stratejik bağlamda kullanımını öğretmek hedeflenmektedir.
Dersin İçeriği	Reklam yaratma sürecinin başlangıcı olan “stratejik planlama” aşamasını, öğrencilere örnekler ile tanıtan bu ders yeni reklam yöntemlerine de değinmektedir.
İşlenen Konular	1- Tanışma, dersin içeriği hakkında bilgi verilmesi 2- Yaratıcılık nedir? Kimler yaratıcıdır. 3- Yaratıcı strateji nedir? Zamanın ruhu 4- Yaratıcılığın temel boyutları

	5- Yaratıcı sürecin aşamaları 6- İkna stratejileri 7- Marka stratejileri 8- Konumlandırma stratejisi 9- Yeni medya ve yeni Pazarlama 10- Yeni reklam yöntemleri 11- Yeni reklam yöntemleri 12- Geleneksel ve yeni mukayesesi 13- Örnek reklam incelemeleri 14- Örnek reklam incelemeleri					
Dersin Öğrenim Çıktıları	1- Günümüz reklamcılığının özelliklerini sıralar. 2- Reklam stratejilerini tanımlayabilir. 3- Yaratıcı strateji kavramını tartışabilecektir. 4- Yaratıcı stratejiyi yaratıcı fikre dönüştürebilecektir 5- Yeni yöntemlerin geleneksel yöntemlere entegrasyonu hakkında bilgi sahibi olunabilir 6- Strateji ve yaratıcılık hakkında bilgi sahibi olunabilir					
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.		x			
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x				
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		x			
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x			
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x			
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					

Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Koray Odabaşı – A. Korhan Odabaşı, İnternette Pazarlama Stratejileri, Cinius Yayınları
--	--

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım						
Dersin Kodu ve Adı	HİT 416 İmaj ve İtibar Yönetimi						
Dersin Tipi	Seçmeli						
Dersin AKTS Kredisi	4						
Önkoşul/Eşkoşul	Yok						
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. Özlem IŞIK, 25.05.2022						
Dersin Amacı	İmaj ve imaj yaratmanın; reklamcılık ve halkla ilişkilerden kitlesel medya ve popüler kültüre; politikadan moda ve satışa kadar uzanan iletişim alanlarında önemli fonksiyonları vardır. İmajlar postmodern dünyada tutum, davranış ve değerleri belirleyen faktörler olarak derin bilgi sahibi olma faktörünün yerini almaya başlamıştır. Bu önemden hareketle ders kapsamında İmajın tanımı, nasıl anlam yaratabildiği, görsel algılama ve iknanın ilkeleri halkla ilişkiler perspektirinden ele alınmaya çalışılacaktır..						
Dersin İçeriği	Bu derste imaj ve itibar kavramlarının hem kişisel hem kurumsal boyutlarına yer verilecektir.						
İşlenen Konular	Hafta 1 İmaj, Kurumsal imaj ve ilişkili kavramlar						
Dersin Öğrenim Çıktıları	Hafta 2 İmajın Kavramsal Çerçevesi, Oluşumu ve Çeşitleri						
Dersin Öğretimini Sağlamaya Katkısı	Alan Yönelik	Katkı Seviyesi					
		1	2	3	4	5	
		Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x	
		Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x				
		Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		x			
		Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			x		
		İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.				x	
		Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.			x		
		Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.			x		
		Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
		İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.							
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.							

	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.				
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans ve Tartışma Tekniği, Örnek Olay Analizi				
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Kurumsal İmaj, Ömer Bakan, Mehmet Ak, Firmalarda Kurumsal Kimlik - Monto Gotzi ve M. Alan, Corporate Reputation - Ron Kmetovicz Your reputation Sells your Company, electronic Design - Filiz Balta Peltekoğlu, Halkla İlişkiler Nedir, Beta Yayıncılık.				

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Dersin Kodu ve Adı	HİT 124 - İletişim Sosyolojisi
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç. Dr. Özlem IŞIK, 25.05.2022
Dersin Amacı	Örgütleri, iletişim kuramlarını ve yönetim süreçlerini sosyolojik bakış açısıyla incelemek, sosyal yapı ve örgüt ilişkisini kurmak, örgüt içi süreçleri sosyolojik açıdan analiz etmek, sosyal değişim ve yönetim bağlantısını açıklamak ve bu suretle öğrencilerin bu tür konulara sosyolojik bir bakış kazanmalarını sağlamaktır.
Dersin İçeriği	Örgütlerin toplumsal yapıyla, kültürle, toplumsal değişimle, modern ve postmodern olguyla ilişkilerini ele alan bir derstir.
İşlenen Konular	<p>1-Örgüt sosyolojisinin ortaya çıkışı koşulları: Sanayi devrimi, toplumsal değişim... Sosyolojinin bir alt disiplini olarak örgüt sosyolojisi ve konusu. Örgüt tanımı, Weber'in örgüt tanımı.</p> <p>2-Geleneksel örgütler-çağdaş örgütler farkı, Örgüt kuramları...</p> <p>3-Örgüt kuramları: Weber'in Bürokratik Örgüt Kuramı...</p> <p>4-Michel Foucault'un Örgüt Kuramı: panoptikon metaforu, gözetim toplumu... -Japon örgüt modeli, -Teknolojiyle çağcıl örgütleri yeniden düzenlemek,</p> <p>5--Sanayi Toplumunda Kriz : Yeni Örgüt Yaklaşımları, - Sosyolojide Ve Örgütlerde Mikro Kuramların Yükselişi: Toplam Kalite Yönetimi, İnsan Kaynakları Yönetimi</p> <p>6--Örgüt yönetiminde post-modern yaklaşımlar -Post-modern örgüt.. -Postmodern Örgütlerde denetim ve gözetim, George Orwell: "Büyük Birader Sizi Gözetliyor", -Post-modern Örgütlerde fantazy-gerçeğin çarpıtılması, Jean Baudrillard": Simülasyon-hiper gerçeklik, -Modern-postmodern örgütlerin bir karşılaştırması, farklılıkları-benzerlikleri...</p> <p>7-Örgütlerde Motivasyon...</p> <p>8-Örgütlerde yıldırma-mobing-zorbalık: nedenleri, etkileri ve sonuçları.</p> <p>9-Örgütlerde denetim ve gözetim.</p> <p>10-Örgüt kültürü/örgütsel kültür</p> <p>11-Etnisite, Cinsiyet, Yaş Boyutları Vb. Açısından Örgütlerde Ayrımcılık</p>

		12-Yeni teknolojilerin çağcıl örgütlere etkisi. 13-Çağcıl örgütlerde çalışanların vasıflarında değişim... 14-Örgütlerde çatışma, çatışma kavramı. –Örgütlerde çatışma türleri –Örgütlerde çatışmanın nedenleri –Çatışmanın Örgütlere ve Çalışanlara Etkileri					
Dersin Çıktıları	Öğrenim	1- Örgüt-toplum kavramlarını kavramak 2-Toplum yapısı-örgüt ilişkisini çözümleyebilme. 3-Yönetim-sosyoloji ilişkisi hakkında bilgi sahibi olmak. 4-Örgütlerde yönetim sürecini analiz edebilme 5-Örgütlerin sosyal değişim süreçlerine nasıl uyum sağlayacaklarını öngörebilmek 6-Örgütsel değişim, hakkında bilgi sahibi olma. 7-Örgüt İçi-Örgüt Dışı-Çevre ilişkisi hakkında bilgi sahibi olma					
Dersin Öğretimini Sağlamaya Katkısı	Alan Yönelik		Katkı Seviyesi				
			1	2	3	4	5
		Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.			x		
		Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		x			
		Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		x			
		Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
		İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x				
		Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x				
		Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				
		Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
		İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
		Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.							
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.							
Öğretim Yöntem ve Teknikleri		Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme		Ders Kitabı: Örgüt Sosyolojisi, (Ed.Mehmet Zencirkıran), Bursa: Dora Yayınları,2012. Diğer Önerilen Kaynaklar: Zeyyat Sabuncuoğlu & Melek Vergiliel Tüz, Örgütsel Davranış. Bursa: Aktüel Yayınları, 2013. Sedat Murat, Örgütsel Davranış, İstanbul Üniversitesi Açık Ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları. Necati Cemaloğlu,, "Örgütlerin Kaçınılmaz Sorunu: Yıldırma", bilig, Yaz / 2007, sayı 42, sf. 11-126. Tuncer					

	<p>Asunakutlu & Barış Safran, "Örgütlerde Yıldırma Uygulamaları (Mobbing)Ve Çatışma Arasındaki İlişki", SÜ İİBF.Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Sf.111-129.</p> <p>Şafak Tartanoğlu, "Örgütlerde Denetim Ve Gözetim", (Ed. Memet Zencirkiran, Örgüt Sosyolojisi, Dora Yayınları, Bursa, 2012. sf. 209-231.</p> <p>Özlem Oktal "İnsan Kaynakları Bilgi Sistemi Ve E-İnsan Kaynakları", Örgütlerde İnsan Kaynakları Yönetimi (Edt. Ramazan Geylan), Anadolu Üni. Yay. Eskişehir., 2018, sf.152-171.</p>
--	--

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT422 Medya ve Toplumsal Değişim
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	2.00
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Mahmut AKGÜL 20.05.2020
Dersin Amacı	Medyanın toplumsal değişim olgusu ile olan ilişki ve etkileşiminin incelenmesi
Dersin İçeriği	Medya kurumu ile toplumsal değişim olgusu arasındaki ilişki ve etkileşim çok yönlü ve çok boyutlu olarak ele alınmaktadır.
İşlenen Konular	1-Medyanın tanımı ve kapsamı 2-Toplumsal değişme kavramı 3-Toplumsal değişme kuramları 4-Toplumsal değişme ile ilgili kavramlar: Evrim, devrim, büyüme, ilerleme, gelişme, modernleşme, kültürel değişme 5-Toplumsal değişme olgusunun analizi ve medya faktörü 6-Sosyal değişme sürecinde toplum ve medya 7-Klasik sosyal değişme teorileri açısından medya 8-Çağdaş sosyal değişme teorileri açısından medya 9-Sosyal değişmeyi sağlayan faktörler ve medya 10-Sosyal değişmeyi belirleyen süreçler ve medya 11-Medyanın sosyal değişime etkisi 12-Farklı medya türleri ve sosyal değişim 13-Dünyada ve Türkiye'de sosyal değişme ve medya ilişkisi 14-Modernleşme ve medya ilişkisi
Dersin Öğrenim Çıktıları	1-Toplumsal değişme kavramının tanınmasını sağlar. 2-Toplumsal değişmenin farklı biçimleri ile medya arasındaki etkileşimi açıklar 3-Medyanın sosyal değişme açısından önemini açıklar 4-Sosyal değişmenin medyanın kullanımına olan etkisini açıklar 5-Sosyal değişmeyi sağlayan faktörler ile medya arasındaki ilişkiyi açıklar 6-Sosyal değişme süreçleri ile medya kullanımı arasındaki ilişkiyi açıklar

Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı		Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.			x		
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	x				
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		x			
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x			
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.			x		
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.		x			
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x				
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans ve Tartışma Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Nurçay Türkoğlu, Medya ve Toplumsal Dönüşüm, Parşömen Yayınları, 2012.					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT 424 Tanıtım ve Turizm
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç.Dr. Emel Tanyeri Mazıcı (22.05.2022)
Dersin Amacı	Bu ders çerçevesinde, tanıtım ve iletişim süreçleri arasındaki ilişki; tanıtma sürecinin planlanması ve tanıtma stratejileri, Türkiye'nin ekonomik, siyasal, kültürel ve turistik tanıtımına yönelik çalışmaların değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.
Dersin İçeriği	Tanıtım ve turizm faaliyetlerinin ilişkilendirilmesi ve Türkiye açısından değerlendirilmesi dersin tanımını oluşturmaktadır.
İşlenen Konular	1-Tanıtım Kavramı ve Turizm Faaliyetlerindeki Önemi 2-Turizmde Tanıtımı ve Ekonomik, Sosyal, Kültürel Katkıları 3-Turizm Tanıtımının Tarihsel Süreci

	<p>4-AB Ülkelerinde Turizm Faaliyetleri 5-Destinasyon İmajı Kavramı ve Önemi 6-Destinasyon Yönetiminde Stratejik İmaj Yönetimi 7-Destinasyon İmajına Yönelik Dünyadan Başarılı Uygulamalar 8-Dünya Genelinde Türkiye İmajı ve Tanıtımı 9-Dünya Genelinde Türkiye İmajı ve Tanıtımı 10-Destinasyon Markalaması Kavramı ve Dünyadan Başarılı Uygulamalar 11-Türkiye'nin Tanıtımında Görevli Kuruluşlar 12-Türkiye'nin Tanıtımı için Stratejiler 13-Öğrenci Projelerinin Değerlendirilmesi 14-Öğrenci Projelerinin Değerlendirilmesi</p>																																																																																			
Dersin Öğrenim Çıktıları	<p>1-Turizm tanıtımının içeriğindeki kavramları anlamlandırabilir 2-Turizmde tanıtım kavramını ülke tanıtımı ile ilişkilendirebilir 3-Dünya genelindeki başarılı uygulamalarla Türkiye'nin tanıtımını karşılaştırarak değerlendirme ve öneriler sunabilir 4-Turizm Tanıtımının Bileşenleri hakkında bilgi sahibi olur 5-Destinasyon İmajı Kavramı ve Önemi hakkında bilgi sahibi olur 6-Destinasyon Yönetiminde Stratejik İmaj Yönetimi hakkında bilgi sahibi olur</p>																																																																																			
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.</td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x		Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		x				Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x			Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.		x				İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x				Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x				Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x					Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x					İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	x					Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.	x					İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.						En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
	Katkı Seviyesi																																																																																			
	1	2	3	4	5																																																																															
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.				x																																																																																
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.		x																																																																																		
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x																																																																																	
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.		x																																																																																		
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.		x																																																																																		
Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.		x																																																																																		
Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x																																																																																			
Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x																																																																																			
İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.	x																																																																																			
Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.	x																																																																																			
İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.																																																																																				
En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.																																																																																				
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği																																																																																			

Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	Emel Tanyeri, Destinasyon Tanıtımında Halkla İlişkiler, Literatürk Yayıncılık Nazmi Kozak, Turizm pazarlaması, Detay Yayıncılık.
--	---

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım					
Dersin Kodu ve Adı	Hit 434/Sektörel Bakışla Halkla İlişkiler					
Dersin Tipi	Seçmeli					
Dersin AKTS Kredisi	4,00					
Önkoşul/Eşkoşul	Yok					
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç. Dr. İsmailcan DOĞAN 25.05.2022					
Dersin Amacı	Çeşitli sektörlerdeki çalışmalardan yola çıkarak halkla ilişkiler becerilerini pekiştirmek amaçlanmaktadır.					
Dersin İçeriği	Sektördeki halkla ilişkilerin uygulanışını görölür.					
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dersin işleyişi hakkında bilgi verilir 2. Halkla ilişkilerde uygulama örnekleri gösterilir 3. Örnek kurum incelemesi yapılır 4. Örnek kurum incelemesi yapılır 5. Örnek kurum incelemesi yapılır 6. Örnek kurum incelemesi yapılır 7. Örnek kurum incelemesi yapılır 8. Örnek kurum incelemesi yapılır 9. Örnek kurum incelemesi yapılır 10. Örnek kurum incelemesi yapılır 11. Örnek kurum incelemesi yapılır 12. Örnek kurum incelemesi yapılır 13. Örnek kurum incelemesi yapılır 14. Örnek kurum incelemesi yapılır 					
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sektörü tanıma 2. Halkla ilişkiler uygulamalarını görme 3. Örnek Olayları analiz etme 4. Analiz yeteneği kazanma 5. Kuruluşların halkla ilişkilere nasıl baktığını gözlemlenme 					
Dersin Öğretim Alanı						
Dersin Öğretimini Sağlamaya Katkı	Yönelik	Katkı Seviyesi				
		1	2	3	4	5
	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	x				
	Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x		
	Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.		x			
	Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	x				
	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.	x				
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.	x				
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	x				

	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.	x					
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.						
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.						
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.						
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.						
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği						
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme							

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	HİT436 - İnternet Stratejileri ve E-Ticaret
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	4
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Dr. Öğr. Üyesi Mustafa CINGİ 14.05.2022
Dersin Amacı	Bu dersi başarıyla tamamladığınızda e-ticarette ilgili bir fikriniz olsun istiyorum. Bir e-ticaret işi nedir, ne değildir, e-ticarete atılmak için ne kadar girişimci olmak gerekir, e-ticaret yapmayı düşünüyorsak ne kadar maliyetlidir, ne kadar kârlıdır, ne kadar zamanda kâr etmeye başlar, pazarlaması nasıl yapılır gibi pek çok soruya az çok cevap verebilecek donanımda olmanız benim yegâne amacım. Bakarsınız belki bu dersten sonra bir e-ticaret uygulaması yapıp sektöre girersiniz.
Dersin İçeriği	Bu ders kapsamında e-ticarete konu olabilecek teknik alt yapıdan pazarlama ve finansmana kadar pek çok şeye yer vermeye çalışacağız.
İşlenen Konular	1. Ticaretin değişen kuralları ve E-Ticaret (Ticarette elektronikleşmeyle nelerin değişirken nelerin sabit kaldığı bu konu kapsamında ele alınmaktadır.) 2. E-Ticaretin Temel Unsurları (E-işletme, E-uygulama ve E-devlet konuları E-ticaret kapsamında işlenmektedir.) 3. E-Ticarette İş Modelleri (B2B, B2C, C2B, C2C, G2B, G2C, P2P ve yeni C2B modelleri) 4. E-Ticarette İş Modelleri (Sanal pazar yerleri, sanal araçlar, dikey siteler, affiliate programlar, özel alışveriş siteleri, fırsat siteleri gibi e-ticaret sitesi modelleri)

	<p>5. E-Ticaret Sitesinde Altyapı (ödeme, lojistik ve güvenlik gibi e-ticaret sitesinde olması gereken alt yapılar)</p> <p>6. E-Ticaret Sitesinde Altyapı (Yazılım ve donanım alt yapısı)</p> <p>7. E-ticaret Sitesinde İçerik Stratejileri (fotoğraf, video ve metinden oluşan içeriklerin hazırlanışına yönelik stratejiler)</p> <p>8. Pazarlamanın 7P'si ve E-Ticaret (Product, Place, Promotion, Price, People, Physical Evidences, Processes unsurları)</p> <p>9. E-Ticaret Sitesinde Pazarlama İletişimi Strateji ve Teknikleri (Reklam, halkla ilişkiler ve temel Google tanıtımı başta olmak üzere pazarlama iletişimi faaliyetleri)</p> <p>10. İnternet Üzerinde Stratejik Reklamcılık (İnternet reklamcılığının temel kavramları ve metrikleri)</p> <p>11. İnternet Üzerinde Stratejik Reklamcılık (Dijital reklamcılıkta sıklıkla kullanılan metrikler ve maliyet modelleri)</p> <p>12. Temel Strateji ve Uygulamalarıyla İş Planına giriş</p> <p>13. Temel Strateji ve Uygulamalarıyla derinlemesine İş Planı</p> <p>14. E-Ticaret için İş Planı (Bir e-ticaret girişimi için iş planının uygulamalı olarak hazırlanması)</p>																																										
<p>Dersin Öğrenim Çıktıları</p>	<p>Bu dersi başarıyla bitiren öğrenciler;</p> <p>1. Geleneksel ve dijital ortamlara yönelik iş modellerini öğrenirler.</p> <p>2. Pazarlama iletişimi unsurlarına hakim olurlar.</p> <p>3. İnternet üzerinden pazarlama iletişimi stratejilerini öğrenirler.</p> <p>4. E-ticaret site/uygulama/işletmesine yönelik iş planının nasıl hazırlanacağını kavrarlar.</p> <p>5. Bir faaliyet olarak e-ticaret ile kapsamlı bilgi edinir.</p>																																										
<p>Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="531 1529 1121 1608"></th> <th colspan="5" data-bbox="1121 1529 1361 1574">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th data-bbox="531 1574 1121 1608"></th> <th data-bbox="1121 1574 1169 1608">1</th> <th data-bbox="1169 1574 1217 1608">2</th> <th data-bbox="1217 1574 1265 1608">3</th> <th data-bbox="1265 1574 1313 1608">4</th> <th data-bbox="1313 1574 1361 1608">5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="531 1608 1121 1686">Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td data-bbox="1121 1608 1169 1686">X</td> <td data-bbox="1169 1608 1217 1686"></td> <td data-bbox="1217 1608 1265 1686"></td> <td data-bbox="1265 1608 1313 1686"></td> <td data-bbox="1313 1608 1361 1686"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="531 1686 1121 1720">Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td data-bbox="1121 1686 1169 1720">X</td> <td data-bbox="1169 1686 1217 1720"></td> <td data-bbox="1217 1686 1265 1720"></td> <td data-bbox="1265 1686 1313 1720"></td> <td data-bbox="1313 1686 1361 1720"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="531 1720 1121 1798">Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td data-bbox="1121 1720 1169 1798"></td> <td data-bbox="1169 1720 1217 1798"></td> <td data-bbox="1217 1720 1265 1798">X</td> <td data-bbox="1265 1720 1313 1798"></td> <td data-bbox="1313 1720 1361 1798"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="531 1798 1121 1910">Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.</td> <td data-bbox="1121 1798 1169 1910">X</td> <td data-bbox="1169 1798 1217 1910"></td> <td data-bbox="1217 1798 1265 1910"></td> <td data-bbox="1265 1798 1313 1910"></td> <td data-bbox="1313 1798 1361 1910"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="531 1910 1121 1977">İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.</td> <td data-bbox="1121 1910 1169 1977"></td> <td data-bbox="1169 1910 1217 1977"></td> <td data-bbox="1217 1910 1265 1977"></td> <td data-bbox="1265 1910 1313 1977"></td> <td data-bbox="1313 1910 1361 1977"></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi						1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	X					Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	X					Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			X			Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	X					İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.					
	Katkı Seviyesi																																										
	1	2	3	4	5																																						
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.	X																																										
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.	X																																										
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			X																																								
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.	X																																										
İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.																																											

	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.			X		
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.	X				
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.					
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.				X	
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.					
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği					
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	<ol style="list-style-type: none"> 1. https://mustafacingi.com/notlar/hit436/ adresi üzerinde yer alan ders notları 2. E-Ticaret - Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu; Şule Özmen; İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları; 2017 3. E-Ticaret; Anıl Altaş; MediaCat Yayınları; 2018 4. Dijital Kültür ve Sosyal Medya (Ünite 12 ve Ünite 13); Kollektif; Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları; 2020 5. Kümesteki Kartal Neden Uçamaz? Türk Girişimcilerin İnternet Serüveni; Burak Büyükdemir; Mobidik Yayınları; 2016 					

Bölüm Adı	Halkla İlişkiler Ve Tanıtım
Dersin Kodu ve Adı	Hit 440 Gönüllülük Çalışmaları
Dersin Tipi	Seçmeli
Dersin AKTS Kredisi	2
Önkoşul/Eşkoşul	Yok
Hazırlayan Kişi ve Hazırlanma Tarihi	Doç. Dr. Ali korkmaz 25 Mayıs 2022
Dersin Amacı	Dersin amacı, öğrencilerin eğitim yaşantıları boyunca edindikleri bilgi, beceri ve birikimleri kullanarak üniversite ile toplum arasındaki bağları güçlendirmek; insani, sosyal, ekonomik vb. problemlerle toplumda engelliler, dezavantajlı gruplar, göç ve afetler, çevre sorunları başta olmak üzere çeşitli konu ve sorunlar hakkında görünürlüğü ve farkındalığı artırmak; öğrencilerin bu konularda duyarlılık kazanmalarını sağlamak; katılacakları ve gerçekleştirecekleri bazı gönüllülük faaliyetleriyle insani, sosyal, kültürel, ahlaki değerlerin ve becerilerin geliştirilmesini sağlamak; öğrencilerin seçecekleri

	bir gönüllülük alanında, önceden hazırlanacak bir plan dâhilinde bir dönem boyunca gönüllü çalışmalarda görev almalarını ve sonuçlarını paylaşmalarını sağlamaktır.																																			
Dersin İçeriği	Gönüllülük ve sosyal sorumluluk alanında teorik bilgi paylaşımı ve uygulamalardan oluşan bu derste, öğrenciler kamu kurumları, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşlarında gönüllülük çalışmalarına katılım sağlarlar; bireysel veya grup çalışmaları planlayarak sahada uygularlar; yapılan çalışmaların paylaşım ve sunumları öğrenciler tarafından hazırlanarak sınıf ortamında paylaşılır.																																			
İşlenen Konular	<ol style="list-style-type: none"> 1- Gönüllülük Çalışması Nedir ve Neden Önemlidir? 2- Temel Gönüllülük Alanları (Afet ve Acil Durum, Göç, Çevre, Eğitim ve Kültür, Spor, Sağlık, Sosyal Hizmetler vb.) 3- Gönüllülük Çalışmalarında Etik, Ahlaki, Dini, Geleneksel Değerler ve İlkeler 4- Kamu Kurumları ve Yerel Yönetimlerde Gönüllülük Çalışmaları 5- Sivil Toplum Kuruluşlarının Gönüllülük Çalışmalarındaki Yeri 6- Dünyada ve Türkiye’de Uygulanan Başarılı Gönüllülük Çalışmaları Örneklerinin İncelenmesi 7- Öğrencilerin Gönüllülük Çalışmaları Uygulamaları 8- Öğrencilerin Gönüllülük Çalışmaları Uygulamaları 9- Öğrencilerin Gönüllülük Çalışmaları Uygulamaları 10- Öğrencilerin Gönüllülük Çalışmaları Uygulamaları 11- Öğrencilerin Gönüllülük Çalışmaları Uygulamaları 12- Öğrencilerin Gönüllülük Çalışmaları Uygulamaları 13- Öğrencilerin Gönüllülük Çalışmaları Uygulamaları 14- Öğrencilerin Gönüllülük Çalışmaları Uygulamaları 																																			
Dersin Öğrenim Çıktıları	<ol style="list-style-type: none"> 1- Engelliler, dezavantajlı gruplar, göçmenler, afet ve acil durumlar, çevre sorunları gibi konularda farkındalık kazanır. 2- Gönüllülük ve sosyal sorumluluk bilinci kazanır. 3- Gönüllülük uygulaması geliştirebilmeyi öğrenir. 4- Gönüllülük esaslı projelerde yer alır. 5- Ekip çalışması ile uygulama yürütebilme becerisi kazanır. 																																			
Dersin Alan Öğretimini Sağlamaya Yönelik Katkısı	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Katkı Seviyesi</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.</td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Katkı Seviyesi					1	2	3	4	5	Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.			x			Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x			Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x			Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			x		
	Katkı Seviyesi																																			
	1	2	3	4	5																															
Alanıyla ilgili temel kavramları ve ilkeleri bilir.			x																																	
Alanındaki içerik üretim süreçlerini bilir.			x																																	
Alanıyla ilgili teknolojik gelişmeleri takip eder; mevcut teknolojileri kullanabilir.			x																																	
Alanıyla ilgili mesleki sorunları saptama, yorumlama ve çözme becerisine sahiptir.			x																																	

	İletişim alanının tarihsel gelişim sürecini bilir.					x	
	Ekip çalışmasına uyum sağlamaya ve zaman sınırlılığı içinde üretim yapmaya yetkindir.					x	
	Mesleki etik ilkelerini bilir ve uygular.				x		
	Temel düzeyde sosyal bilimler formasyonuna sahiptir.					x	
	İş hayatındaki uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim sahibidir; girişimci ve yenilikçi yaklaşım bilinciyle davranır.					x	
	Toplumsal sorunlara karşı farkındalık sahibidir; bu sorunların iletişim alanıyla bağını kurar.					x	
	İş sağlığı ve güvenliği konusunda alanıyla ilgili bilgiyi kendi alanında uygular.					x	
	En az bir yabancı dilde sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisine sahiptir.				x		
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	Konferans Tekniği						
Ders Kitabı (Kitapları) ve/veya diğer gerekli malzeme	"Türkiye'de Gönüllülük: Deneyimler, Sınırlılıklar ve Yeni Açılımlar" Prof. Dr. Emre Erdoğan, Prof. Dr. Pınar Uyan-Semerci, Prof. Dr. Nurhan Yentürk, Laden Yurttagüler, Prof. Dr. Kübra Doğan-Yenisey, Dr. Ayşe Beyazova ve Gözde Durmuş						

Ek 1.2 Öğretim Elemanlarının Özgeçmişleri

Adı Soyadı: Mustafa KOÇER

Unvanı: Prof. Dr.

Aldığı Dereceler

Derece	Alan	Kurum	Yıl
Lisans	İİBF/İşletme	Erciyes Üniversitesi	1998
Y. Lisans	Sosyal Bilimler Enstitüsü/İşletme	Marmara Üniversitesi	2001
Doktora	Sosyal Bilimler Enstitüsü/İşletme	Erciyes Üniversitesi	2008

Kurumdaki Hizmeti

Süresi: 22 yıl	İlk Atama Tarihi: 1998
Terfiler	
Unvan	Tarih
Prof. Dr.	2020
Doç. Dr.	2014
Yrd. Doç. Dr.	2009
Öğr. Gör.	2006

Arş. Gör.	1998
-----------	------

Diğer İş Deneyimi:**Danışmanlıkları:**

Tamamlanmış Doktora Tezi Sayısı:2

Tamamlanmış Yüksek Lisans Tezi Sayısı: 12

Yüksek Lisans

Bilets Yulıa, (2021). Üniversite öğrencilerinin sosyal medyada yayımlanan haberlere olan güven düzeylerinin belirlenmesi: Erciyes ve Kiev Üniversitesi örneği, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Tuğrul Eda, (2020). Geleneksel ve internet gazeteciliğinin ulusal ve Yozgat basını bağlamında incelenmesi, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Sönmez Hilal, (2020). Basın işletmelerinde yapısal analiz: dünya gazetesi örneği, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Soysal Ebru, (2020). Okul Öncesi Çocuklarının Medya Kullanımı İle İlgili Ebeveyn Tutumlarının İncelenmesi: Niğde Örneği, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Yapar Merve, (2019). Instagram kullanan lise öğrencilerinin mahremiyet algılarının belirlenmesi, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Akyol Murat, (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medyadaki reklamları algılamaları ile satın alma davranışları arasındaki farklılıkların belirlenmesi: ERÜ Örneği, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Aksu Bahar, (2019). Erü Öğrencilerinin Sosyal Medyada Benlik Sunumu (Instagram Örneği), Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Kanbur Yavuz, (2019). Twitter'ın araştırma mecrası olarak kullanımı: Siyasi görünüm üzerine bir uygulama örneği, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Arslan Adem, (2019). Türkiye'de yerel basının kurumsal yapısı, gelişimi ve sorunları: Mersin örneği, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Kubuş Kübra, (2019). Gözetim ve benlik sunumu: ERÜ öğrencilerinin instagram kullanımına yönelik bir araştırma, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Najaflı Maral, (2018). Ortaöğretim öğrencilerinin TV izleme alışkanlıklarının medya okuryazarlığı bağlamında incelenmesi: Azerbaycan örneği, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı

İtani Rania, (2018). Üniversite öğrencilerinin Türk dizilerini izleme alışkanlıklarının ve motivasyonlarının demografik değişkenler bağlamında incelenmesi: Lübnan örneği, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı

Yalçın Demet, (2018). Yerel medya çalışanlarının sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları: Kayseri örneği, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Şenli Tuğba, (2017). Akademik personelin geleneksel ve yeni medyaya olan güvenlerinin incelenmesi: Erciyes Üniversitesi örneği, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Sarıkaya Tuğba, (2013). Ulusal yazılı basında çevre duyarlılığı: Meksika Körfezi- Petrol Sızıntısı olayının incelenmesi, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Akbulutgiller Betül, (2013). Yerel gazetelerin internet ortamında görünüşleri: Erzurum ve İzmir örneği, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı
Döker Gül, (2021). Kadınların Şiddete Maruz Kalmalarında Televizyon Medyası İçeriklerinin Etkisi, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı
Yalçın Demet, (2020). Sosyal Medya Ortamında Gösterişçi Tüketim Eğilimleri ve Tüketim Tarzlarının İncelenmesi, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Gülada Mehmet Ozan, (2020). 20. Yüzyılda Avrupa'da Egemen Olan İdeolojilerde Kültür Liderlik Propagandası, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı

Tükoğlu Elif, (2019). Sosyal medyada mahremiyet algısının belirlenmesi: X, Y ve Z kuşakları üzerinde bir araştırma, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı

Biçer Ahmet, (2019). Toplumsal dayanışma ağlarının gazetecilikte kullanımı: Sosyal sermayenin kamusal habercilikteki rolünün incelenmesi, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı

Karabıyık Ali Çağlar, (2019). Gündem Belirlemenin Üçüncü Aşaması: 31 Mart 2019 Türkiye Yerel Seçimlerinde Medya ve Siyaset Gündemi İlişkisinin Ağ Gündem Belirleme Modeli Üzerinden İncelenmesi, Erciyes Üniversitesi->Sosyal Bilimler Enstitüsü->İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı

Üyesi Olduğu Mesleki ve Bilimsel Kuruluşlar

Aldığı Ödüller:

En iyi bildiri ödülü (Honorable Mention), American University, LÜBNAN, 2011.

Son Beş Yıldaki Yayınları:

Diğer İndekslere Giren Dergilerde Yayımlanmış Araştırma Makaleleri

Koçer, Mustafa; Aydın, Hakan (2019). Okul Topluluğu Üyelerinin İnternet ve Mobil İletişim Teknolojilerinin Sunduğu Fırsat Alanları Üzerine Görüşleri. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12(64), 804-817., Doi: 10.17719/jjsr.2019.3399 (Yayın No: 5230194)- (EBSCOHOST, ProQuest, MLA, SOBİAD, İndex İSLAMICUS, Türk eğitim indeksi)

Koçer, Mustafa; Biçer, Ahmet (2017). Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin Gazeteci Kimliği Algılamaları. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD), 4(12), 543-565. (Yayın No: 3828659)- (İndex Copernicus, ESJİ)

Ulusal veya Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayımlanmış Araştırma Makaleleri

Can Efe Numan, Koçer Mustafa, Hekimoğlu Toprak Hande (2021). Tüketicilerin Netflix Kullanımları Üzerine Bir Araştırma. Erciyes akademi, 35(1), 323-344. (yayın no: 7404048)

Burç Mehmet, Başakçı Derya, Koçer Mustafa (2021). Reklamlarda Korku Çekiciliği Unsurunun Kullanılması: Televizyon Reklamlarına Yönelik Bir Analiz. Erciyes İletişim Dergisi, 8(2), 665-690., Doi: 10.17680/erciyesiletisim.882805 (Yayın No: 7148576)

Koçer, Mustafa; Yazıcı, Fikret (2018). İslamofobinin Charlie Hebdo Dergisi Twitter Hesabında Paylaşılan Karikatürler Örneğinde İncelenmesi. MEDIAD, 1(2), 191-209. (Yayın No: 4630675) Sorumlu Yazar: Mustafa Koçer.

Hizmetiçi
Üyeliği

Eğitim

Komisyon

Erciyes Üniversitesi/Rektörlük

2018	Kalite Kurulu Üyeliği	Erciyes Üniversitesi/Rektörlük
2016	Yönetim Kurulu Üyeliği	Erciyes Üniversitesi/İletişim Fakültesi
2016	Stratejik Planlama Komisyonu Üyeliği	Erciyes Üniversitesi/Rektörlük
2012	Anabilim Dalı Başkanı	Erciyes Üniversitesi/İletişim Fakültesi/Gazetecilik Bölümü/Basın Yayın Tekniği Anabilim Dalı
2012	Dekan Yardımcısı	Erciyes Üniversitesi/İletişim Fakültesi
2016-	Bölüm Başkanı	Erciyes Üniversitesi/İletişim Fakültesi/Gazetecilik Bölümü
2016-	Yönetim Kurulu Üyeliği	Erciyes Üniversitesi/Hukuk Fakültesi
2015-	Yönetim Kurulu Üyeliği	Erciyes Üniversitesi/Mimarlık Fakültesi
2014-	Fakülte Yönetim Kurulu Üyeliği	Erciyes Üniversitesi/Mimarlık Fakültesi
2016-	Bölüm Başkan Yardımcısı	Erciyes Üniversitesi/İletişim Fakültesi/Gazetecilik Bölümü
2011-	Enstitü Müdür Yardımcısı	Erciyes Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü
2011-2012	Enstitü Yönetim Kurulu üyeliği	Erciyes Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü

Koçer, Mustafa; Leblebici Koçer, Leyla; Yoldaş M Asif (2016). Televizyon İzleme Alışkanlıkları ve Nedenleri Üzerine Bir Analiz: Celalabat Ve Kayseri İlleri Örneği. e-Journal of New World Sciences Academy, 11(2), 140-151., Doi: 10.12739/NWSA.2016.11.2.4C0207 (Yayın No: 2803896)

Sunulmuş Ve Tam Metin Yayınlanmış Bildiriler

Koçer, Mustafa; Aykan, Ebru; Coşkun, Ahmet; Karakuş, Gül (2018). "Yükseköğretimde Stratejik Kontrol: Erciyesüniversitesi Örneği". IV. International Strategic Research Congress, 255-262. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:4613437)

Kitaba Bölüm Düzeyinde Katkıda Bulunmak (Ulusal)

1. Koçer, Mustafa, Ekip Çalışması ve Liderlik, Bölüm adı:(Grup, Takım, Ekip Nedir?) (2015). Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Editör: Mustafa Akdağ, Basım sayısı:3, ISBN:978-975-442-712-7, Türkçe (Ders Kitabı), (Yayın No: 1866390)
2. Akdağ, Mustafa; Koçer, Mustafa; Aydın, Hakan, Sosyal Medya ve Polislik, Bölüm adı:(Polis Memurlarının Sosyal Medya Kullanım ve Kabullenim Düzeyleri Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme: Kayseri Örneği) (2015). Palet Yayınları, Editör: Hamza Çakır ve Hakan AYDIN, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 224, ISBN:978-65-5262-76-1, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 1867075)

Kitaba Bölüm Düzeyinde Katkıda Bulunmak (Uluslararası)

Medya ve İslamofobi, Bölüm adı:(İslamofobinin Charlie Hebdo Dergisi Twitter Hesabında Paylaşılan Karikatürler Örneğinde İncelenmesi) (2019)., Koçer Mustafa,Yazıcı Fikret, Nobel, Editör:Hakan Aydın, Metin Eken, Mustafa Derviş Dereli, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 392, ISBN:978-605-7846-67-9, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 5546105)

Koçer, Mustafa; Doğan, İsmail Can, Curent Debates In Media Studies, Bölüm Adı: (Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin 15 Temmuz Darbe Girişimi Öncesi Ve Sonrasında Medyaya Olan Güveni) (2018). IJOPEC Publication, Editör: Evin Doğan ve Emrah Doğan, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 216, Isbn: Isbn: 978-1-912503-37-7, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 4277925)

Koçer, Mustafa; Doğan, İsmail Can, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları, Bölüm adı:(Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin Geleneksel ve Yeni Medyaya Olan Güven Düzeylerinin İncelenmesi) (2018). Çizgi, Editör: Tahsin Tapur, Selahattin Avşaroğlu, Emel Arslan, Mustafa Kılınç, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 517, ISBN:978-605-196-190-3, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 4646797)

Koçer, Mustafa; Biçer, Ahmet, Communication and Digital Media, Bölüm adı:(Job Satisfaction and Organizational Commitment of Media Professionals: The Case of Kayseri) (2017). E-BWN, Editör: Hasan Arslan/ Mehmet Ali İçbay/ Madalina Tomescu, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 351, Isbn: Isbn 978-83-943963-3-6, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 3703168)

Son beş yılda verdiği kurumsal ve mesleki hizmetler:

Son beş yıldaki akademik gelişme etkinlikleri:

2018- Erciyes Üniversitesi Kalite Komisyonu Eğitim Becerileri Çalıştay- Rektörlük Katılımcı

2018- Erciyes Üniversitesi Kalite Komisyonu Eğitim Becerileri Çalıştay- İletişim Fakültesi Eğitimci

2019- Erciyes Üniversitesi Kalite Komisyonu Eğitim Becerileri Çalıştay- Rektörlük Katılımcı

2019- Erciyes Üniversitesi Kalite Komisyonu Eğitim Becerileri Çalıştay- İletişim Fakültesi Eğitimci

Adı Soyadı: Mustafa AKDAĞ

Unvanı: Prof. Dr

Aldığı Dereceler

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	İletişim Fak. Halkla İliş. ve Tan. Böl.	Selçuk Üniversitesi	1999
Yüksek Lisans	Sos.Bil.Ens. Halkla İliş. ve Tan.ABD	Selçuk Üniversitesi	2001
Doktora	Sos.Bil.Ens. Halkla İliş. ve Tan.ABD	Selçuk Üniversitesi	2007

Kurumdaki Hizmeti

Süresi: 21	İlk Atama Tarihi: 1999
-------------------	-------------------------------

Terfiler

Unvan	Tarih
Arş. Gör.	1999
Dr.	2007
Yrd. Doç.Dr.	2007
Doç.Dr.	2010
Prof.Dr	2015

Diğer İş Deneyimi:

Danışmanlıkları:

Akdağ M., Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Kültürün Etkisi ve "Kişisel Etki Modeli'nin" Türkiye'de Uygulanabilirliği Üzerine Bir Çalışma, Doktora, P.Güner Koçak, 2020

Akdağ M., Kişilerarası İletişim Motivasyonları ve Kültürleşme: Yabancı Uyruklu Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma, Doktora, Ö.Faruk Koçak, 2019

Akdağ M., Hastanelerde Kalite Yönetimi Sisteminin Gelişmesinde Halkla İlişkiler Uygulayıcılarının Rolü Erciyes Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Örneği, Yüksek Lisans, Ö.Ceyhan, 2018

Akdağ M., Kriz Yönetiminde Karizmatik Liderliğin Önemi:Recep Tayyip Erdoğan Örneğinde Teorik veUygulamalı Bir Çalışma, Yüksek Lisans, S.SOY, 2018

Akdağ M., Siyasal Elitizm ve Ötekileştirme Bağlamında Ana Akım Medyada Politik Figür İmgesinin Dönüşümü: Recep Tayyip Erdoğan Örneği, Doktora, M.AKGÜL, 2016

Akdağ M., Kullanıcı Bakış Açısından İnternet Reklamcılığı: İstanbul- New York Örneğinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Doktora, K.Gölgeli(Öğrenci), 2015

Akdağ M., Turizm Tanıtımında Sosyal Medya Planlamasına Yönelik Uygulamalı Bir Çalışma: Erciyes Dağı Örneği, Doktora, M.Cıngı, 2015

Akdağ M., Sağlık İletişimi ve Halkla İlişkilerde Kamu Spotlarının İncelenmesi: Sağlık Bakanlığı Örneği, Yüksek Lisans, T.Çanak, 2015

Akdağ M., Kriz Yönetimi ve Hermeneutik, Yüksek Lisans, E.Temir, 2014

Akdağ M., "Küreselleşme Sürecinde Diyalog Eksenli Halkla İlişkiler: Turistik Tüketicinin Karar Alma Sürecine İlişkin Ampirik Bir Çalışma", Doktora, E.Tanyeri, 2013

Akdağ M., Sosyal Girişimcilik Bağlamında Halkla İlişkiler Faaliyetleri: Akut ve TOG Örneğinde Karşılaştırmalı Bir İnceleme, Yüksek Lisans, S.Ünlü, 2012

Akdağ M., Yeni İletişim Teknolojilerinden İnternet ve Halkla İlişkilerdeki Yerinin İncelenmesi: Talas Belediyesi Örneği, Yüksek Lisans, S.Çavuş, 2011

Akdağ M., Kitle İletişim Araçları'nın Korku ve Paniğe Sebep Olması Bağlamında "Domuz Gribi Aşısı" Kriz Örneği, Yüksek Lisans, G.Çayır, 2011

Üyesi Olduğu Mesleki ve Bilimsel Kuruluşlar

Medya ve Kültür Derneği Üye, 2012 - 2015

Aldığı Ödüller:

Akdağ M. Gölgeli, K. En İyi Makale, CUDES, Aralık 2017

Son Beş Yıldaki Yayınları:

Dergilerde Yayınlanan Makaleler

Attitudes Of Parents Towards Digital Game And Effects Of Advergame Contents On School Children: Sample Of Erciyes University

Gölgeli K., Akdağ M.Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.12, no.66, ss.1065-1073, 2019 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Communication Education and Interdisciplinarity: An Evaluation on the Profile of Academics in Communication Faculties

Akgül M., AKDAĞ M.TURKIYE ILETISIM ARASTIRMALARI DERGISI-TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES, ss.1-20, 2018 (ESCI İndekslerine Giren Dergi)

Türkiye’de Yeni Medya Eğitimi Üzerine Niceliksel Bir Betimleme

AKGÜL M., AKDAĞ M.ERCİYES İLETİŞİM DERGİSİ, cilt.5, ss.210-220, 2017 (Hakemli Üniversite Dergisi)

Gündelik Yaşamın Sosyal Medyası Sosyal Medyanın Gündelik Yaşamı İlişkisel ve Etkileşimsel Perspektiften Uygulamalı Bir Çalışma

ARKLAN Ü., AKDAĞ M.Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, cilt.7, ss.16-34, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Nevruz Bayramı’nın Algısal Dönüşümü Türk Basınında Nevruz Algısı

ARKLAN Ü., AKDAĞ M., AKGÜL M.Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt.8, ss.779-792, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Bilgi Edinme Kanunundan Yararlanma Sıklığı Erciyes Üniversitesi Örneği 2011 2014

İBİŞ H., AKDAĞ M.Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, ss.157-174, 2015 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Dergilerde Yayınlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili Selçuk İletişim Örneği

ULU S., AKDAĞ M.Selçuk İletişim Dergisi, cilt.9, ss.5-21, 2015

Kitap & Kitap Bölümleri

Contemporary Challenges in Business and Life Sciences

AKDAĞ M., AKGÜN AKAN N. Kişiselleştirilmiş Reklamlar: İnternet Kullanıcılarının Facebook’takikişiselleştirilmiş Reklam Algısı, Cüneyt Akar, Hakan Kapucu), Editör, IJOPEC Publication Limited, London, ss.153-162, 2019

Public Relations and Advertising Theories: Concepts and Practices

Akdağ M., Güner Koçak P.Bibliometric Analysis On Personal Influence Model As A Public Relations Model, Aydın BO,Şahin E,Duğan Ö., Editör, Peter Lang Publishing, Inc., Berlin, ss.13-37, 2018

Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları 2018

Akdağ M., Koçak Ö. F.Kişilerarası İletişim Motivasyonları Bağlamında Sosyal Ağ Sitelerinin Kullanımı, TAPUR Tahsin,AVŞAROĞLU,Selahattin,ARSLAN Emel,KILINÇ Mustafa, Editör, Çizgi Kitabevi, Konya, ss.63-70, 2018

Current Debates In Public Relations Communication Studies

Akdağ M., Akgün Akan N.Reflection of Digitalization in Life Styles and Advertisements: Example of Advertisement Health Consultant Service, Öze Nuran, Editör, Ijopec Publication Llp Limited, London, ss.71-84, 2018

Akademic Research in Social, Human and Administrative Sciences-II

Akdağ M., Gölgele K. İnternet Use by College Students: A Comparative Analysis By Genders in İstanbul and New York Example, Tanrıtanır Bülent Cercis, Özer, Sevilay, Editör, Gece Kitaplığı, Ankara, ss.25-44, 2018

Practice Fields in Public Relations: The Panorama of Turkey

AKDAĞ M. Crisis Management as a Practice Field of Public Relations: A Turkish Perspective, Arklan, Ümit, Editör, Peter Lang GmbH, Frankfurt, ss.183-200, 2017

II. International Academic Research Congress Full Text

AKDAĞ M., KOÇAK Ö. F. Reklamda Korku Çekiciliği Kullanımı: Dergi Reklamları Üzerine Bir İnceleme, Erdal HAMARTA, Coşkun ARSLAN, Sabahattin ÇİFTÇİ, Selahattin AVŞAROĞLU, Onur KÖKSAL, Mustafa USL, Editör, Çizgi Kitabevi, Konya, ss.1175-1180, 2017

Sosyal Medya ve Polislik

AKDAĞ M., KOÇER M., AYDIN H. Polis Memurlarının Sosyal Medya Kullanım ve kabullenim Düzeyleri Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme: Kayseri Örneği, Hamza Çakır-Hakan Aydın, Editör, Palet, Konya, ss.21-39, 2015

Kriz Yönetimi

AKDAĞ M. Krizlere Hazır Olmak Açısından Örgütlerde Halkla İlişkiler Yönetimi, Akdağ M-Arklan Ü., Editör, Literatürk, Konya, ss.387-442, 2014

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

Moda Blogları ve Tüketim Kültürü İlişkisi: Instagram Fenomeni Üzerine Netnografik Bir Araştırma

AKDAĞ M., KARADUMAN N.III. INES Education And Social Science Congress, 28 April - 01 May 2018

Ebeveynlerin Dijital Oyun ile ilgili Tutumları ve Oyunreklam(Advergame) İçeriklerinin Okul Çağındaki Çocuklar Üzerindeki Etkileri: ERÜ Akademisyenleri Örneği

GÖLGELİ K., AKDAĞ M. 3rd International Science Symposium New Horizons in Science, Pristina, Kosova, 5 - 08 September 2018, ss.110

Dijitalleşmenin Yaşam Tarzlarına ve Reklamlara Yansıması: 7/24 Sağlık Danışmanlığı Hizmeti Reklam Örneği

AKDAĞ M., AKGÜN AKAN N. CUDES, İstanbul, Türkiye, 19 - 21 April 2018, ss.1-12

İnternet Use by College Students: A Comparative Analysis by Genders in İstanbul and New York Example

GÖLGELİ K., AKDAĞ M. 6Th International Congress on Current Debates in Social Sciences (CUDES), İstanbul, Türkiye, 14 - 16 December 2017, ss.346

Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Sosyal Medyada Yer Alması Üzerine Turkcell, Vodafone, Türk Telekom Örneğinde Bir Araştırma

GÜNER KOÇAK P., TARHAN A., AKDAĞ M. VI. International Congress of Current Debates in Social Sciences (CUDES), 14 - 16 December 2017

Dijital Reklamcılık Bağlamında Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık Ve Üniversite Gençliğinin Çevrimiçi Reklam Algısı

AKDAĞ M., AKGÜN AKAN N. ASEAD II. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, 21 - 23 October 2017

Disiplinlerarası Bir Alan Olarak İletişim Eğitimi: İletişim Fakültelerindeki Kadro Mühendisliği Perspektifinden Bir Değerlendirme

AKDAĞ M., AKGÜL M. III. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu (ASOS), 26 - 28 October 2017

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Sosyal Medyada Duyurulması Üzerine Ülker, Eti Ve Torku Örneğinde Bir Araştırma

KARADUMAN N., TARHAN A., AKDAĞ M.2.“Uluslararası İletişim, Edebiyat, Müzik ve Sanat Çalışmalarında Güncel Yaklaşımlar Kongresi, 26 - 27 October 2017

Dijital Reklamcılık Bağlamında Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık Ve Üniversite Gençliğinin Çevrimiçi Reklam Algısı

AKDAĞ M., AKGÜN AKAN N.ASEAD 2. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, 21 - 23 September 2017

Reklamda Korku Çekiciliği Kullanımı: Dergi Reklamları Üzerine Bir İnceleme

AKDAĞ M., KOÇAK Ö. F. II. INES Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresi, 18 - 21 September 2017

A Comparative Study on Social Responsibility and Corporate Image Relation

AKDAĞ M., KOÇAK Ö. F.International Association of Social ScienceResearch (IASSR), 4 - 08 May 2016

Public Relations Practices In Terms Of Intercultural Communication: Example Of YunusEmre Institutes In Turkey – Bosnia And Herzegovina Relations

AKDAĞ M., AKGÜN AKAN N.International Association of Social ScienceResearch (IASSR), 4 - 08 May 2016

The Views Of The Students Who Attend And Don't Attend The Advertising Ethics Courses: The Case Of Faculty Of Communication, University Of Erciyes

AKDAĞ M., AKGÜN AKAN N.International Trends and Issues in Communication & Media Conference, Petersburg, Rusya, 2 - 04 September 2015, ss.552-560

Üniversitelerin Kurumsal İmajlarını Oluşturmada Bir Araç Olarak Kurum Web Siteleri: Erciyes Üniversitesi (ERÜ) Akademisyenleri Örneği

AKDAĞ M., GÖLGELİ K.21. Yüzyıl Penceresinden Kültür ve Kimlik Sempozyumu, Baku, Azerbaycan, 26 - 28 May 2014, ss.333-343

Oyun Alışkanlıkları Bağlamında Yeni İletişim Teknolojilerinden İnternet Ve Sosyal Medyanın Ebeveynlere ve “Dijital Nesil” Çocuklara Etkisi

AKDAĞ M., CINGI M.Uluslararası Yeni Medya-Yeni Yaklaşımlar Konferansı, Çanakkale, Türkiye, 8 - 09 May 2014, ss.472-488

Son beş yılda verdiği kurumsal ve mesleki hizmetler:

2011 – 2017 2019-2020	Bölüm Başkanı	Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla ilişkiler ve Tanıtım
2015 - Devam Ediyor	Etik Kurul Üyesi	Erciyes Üniversitesi, Sosyal Ve Beşeri Bilimler, Tümü
2012 - 2020	Akademik Performans D. Kurulu Üyesi	Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla ilişkiler ve Tanıtım
2011 - 2020	Fakülte Akademik Kurul Üyesi	Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi
2011 - Devam Ediyor	Anabilim/Bilim Dalı Başkanı	Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi
2016 - 2020	Üniversite Yönetim Kurulu Üyesi	Erciyes Üniversitesi

2016 - 2020	Dekan	Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi
2011 - 2020	Fakülte Yönetim Kurulu Üyesi	Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi
2016 - 2020	Fakülte Yönetim Kurulu Üyesi	Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tümü
2016 - 2019	Anabilim/Bilim Dalı Başkanı	Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
2016 - 2018	Fakülte Yönetim Kurulu Üyesi	Erciyes Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi
2016 - 2018	Fakülte Yönetim Kurulu Üyesi	Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi
2011 - 2016	Senato Üyesi	Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Son beş yıldaki akademik gelişme etkinlikleri:

Kongreler

3rd. International Science Symposium, Katılımcı, Priştine, Kosova, 2018

“III. INES Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresi” (INES-2018), Katılımcı, Türkiye, 2018

8. International Congress on Current Debates in Social Sciences, Katılımcı, İstanbul, Türkiye, 2018

7. International Congress on Current Debates in Social Sciences, Katılımcı, İstanbul, Türkiye, 2017

“II. INES Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresi” (INES-2017), Katılımcı, Antalya, Türkiye, 2017

X. European Conference on Social and Behavioral Sciences, Katılımcı, Sarajevo, Bosna-Hersek, 2016

International Trends and Issues in Communication & Media Conference, Katılımcı, Sankt Peterburg, Rusya, 2015

Hakemlikler

Afyon Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Ocak 2019

Atatürk İletişim Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Kasım 2018

Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, Mayıs 2018

Süleyman Demirel "İFADE" Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Temmuz 2017

Selçuk İletişim, Hakemli Bilimsel Dergi, Ocak 2017

Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Eylül 2015

İstanbul Üniversitesi Hasan Ali Yucel Eğitim Fakültesi Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Ağustos 2015

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi, Nisan 2015

Dergilerde Faaliyetler

OPUS, Editörler Kurulu Üyesi, 2019 - Devam Ediyor

Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, Danışma Kurul Üyesi, 2016 - Devam Ediyor

Selçuk İletişim Dergisi, Danışma Kurul Üyesi, 2015 - Devam Ediyor
The Journal Of Academic Social Science Studies, Editörler Kurulu Üyesi, 2013 - Devam Ediyor
Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Danışma Kurul Üyesi, 2010 - Devam Ediyor
Nwsa - E-Journal Of New World Sciences Academy, Yayın Kurul Üyesi, 2009 - Devam Ediyor
Nwsa - E-Journal Of New World Sciences Academy, Editör, 2009 - Devam Ediyor
Erciyes İletişim Dergisi, Yayın Kurul Üyesi, 2009 - Devam Ediyor
Erciyes İletişim Dergisi, Editör, 2009 - 2013

Adı Soyadı: Emel TANYERİ MAZICI **Unvanı:** Doç.Dr.
Aldığı Dereceler

Derece	Alan	Kurum	Yıl
Doktora	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Erciyes Üniversitesi	2009-2013
Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Erciyes Üniversitesi	2007-2009
Lisans	İşletme	Marmara Üniversitesi	2003-2007

Kurumdaki Hizmeti

Süresi: 15 YIL	İlk Atama Tarihi:	2007
Terfiler		
Unvan	Tarih	
Arş. Gör.	2007-2014	
Yrd. Doç. Dr./Dr. Öğretim Üyesi	2014-2018	
Doç.Dr.	2018-Devam ediyor	

Diğer İş Deneyimi: -

Danışmanlıkları: Tamamlanmış Doktora Tezi Sayısı:2
Tamamlanmış Yüksek Lisans Tezi Sayısı: 12

1. **Tanyeri Mazıcı, E. (Danışman) Nur Banu Ateş (Öğrenci), Doktora, 2021** Toplumsal cinsiyet ve kadın sorunlarına yönelik farkındalık oluşturmada halkla ilişkilerin aracı rolü: Üniversite Kadın Araştırma Merkezlerine Yönelik Bir İnceleme
2. **Tanyeri Mazıcı, E. (Danışman) N.Akgün Akan (Öğrenci), Doktora, 2019** Reklamın Değişen Yüzünde Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık: İnternet Kullanıcıları Perspektifinden Bir Araştırma
3. **Tanyeri Mazıcı, E (Danışman) A.Yıldırım (Öğrenci), Yüksek Lisans, 2016** Halkla ilişkilere KOBİ perspektifinden bir bakış: Kayseri Organize Sanayi Bölgesi'nde bir araştırma
4. **Tanyeri Mazıcı, E (Danışman) N.Z. Kartal (Öğrenci), Yüksek Lisans, 2016**Kamuoyunun yönlendirilmesinde kitle iletişim araçlarının halkla ilişkiler amaçlı kullanımı: Eleştirel bir yaklaşım

5. **Tanyeri Mazıcı, E (Danışman) N.Ateş (Öğrenci), Yüksek Lisans, 2016** Bütünleşik pazarlama iletişimi temelinde ilişkisel iletişim modeli: Fast food (Hızlı yemek) marka müşterileri üzerine bir araştırma
6. **Tanyeri Mazıcı, E (Danışman)T.Kodal (Öğrenci), Yüksek Lisans, 2016** Uluslararası halkla ilişkiler bağlamında yumuşak güç: İç hedef kitle üzerine bir araştırma
7. **Tanyeri Mazıcı, E (Danışman) G.Demiral (Öğrenci), Yüksek Lisans, 2016** Marka bağlılığının marka iletişimi perspektifinden incelenmesi ve bir araştırma
8. **Tanyeri Mazıcı, E (Danışman) M.Burç (Öğrenci), Yüksek Lisans, 2017** Sosyal medya perspektifinden gerilla pazarlama ve bir araştırma
9. **Tanyeri Mazıcı, E (Danışman)T.Bamyacıoğlu (Öğrenci), Yüksek Lisans, 2018** İnternet kullanıcılarının ürettiği içeriğin tüketici davranışına etkisi üzerine bir araştırma
10. **Tanyeri Mazıcı, E (Danışman) A.Ş.Bayram (Öğrenci), Yüksek Lisans, 2019** Glokallaşma ve glokalleşen reklamlar üzerine bir araştırma
11. **Tanyeri Mazıcı, E (Danışman) B.Doluel (Öğrenci), Yüksek Lisans, 2019** İmgenin dönüştüğü bir alan olarak törensel tüketimde geleneksel düğünler: Kayseri ili örneği
12. **Tanyeri Mazıcı, E (Danışman) F.Üstündağ (Öğrenci), Yüksek Lisans, 2019** Sembolik tüketimin lüks marka reklamlarına yansımaları: Dergi reklamlarına yönelik bir analiz
13. **Tanyeri Mazıcı, E (Danışman) E.Yıldırım (Öğrenci), Yüksek Lisans, 2020** Post-truth (hakikat sonrası) dönemde halkla ilişkiler: Sosyal medya kullanıcılarının hakikat algılar
14. **Tanyeri Mazıcı, E (Danışman) H.İlhan (Öğrenci), Yüksek Lisans, 2021** Destinasyon ve ülke tanıtım filmlerinin oryantalizm açısından incelenmesi: Türkiye örneği

Üyesi Olduğu Mesleki ve Bilimsel Kuruluşlar:

- ERÜ Kadın Çalışmaları Araştırma ve Uygulama Merkezi

Aldığı Ödüller:

- YÖK Yurtdışı Doktora Araştırma Bursu

Son Beş Yıldaki Yayınları:

ULUSLARARASI MAKALE

1. Bamyacıoğlu, Tuğba; Tanyeri Mazıcı Emel (2021).Kullanıcı türevli içeriklerin satın alma davranışına etkisi üzerine bir araştırma, TUJOM Turkish Journal of Marketing, 6(6), 143-159.
2. Tanyeri Mazıcı emel (2020). Covid-19 Pandemi Sürecinde Dijital Diplomasi: T.C. Dışişleri Bakanlığı Üzerine Bir Araştırma, Turkish Studies, 15(4), 1087-1104.
3. Tanyeri Mazıcı Emel; Toprak, Hande (2020). Nüfuz Pazarlaması (Influencer Marketing) ve Satın Alma Davranışı İlişkisi: Sosyal Ağ Kullanıcıları Üzerinden Bir Araştırma, OPUS International Journal of Society Researches, 16(31), 4265-4288.
4. Tanyeri Emel, Kodal Tarık (2015). Kültürel Diplomasi Aracılığıyla Ülke İmajı: Orta Asya Türk Cumhuriyetleri Perspektifinden Bir Araştırma. The Journal of International Social Search, 8(39), 965-974.
5. Tanyeri Mazıcı Emel, Güner Koçak Pınar,Altıncık Hasan (2017). Sosyal Medyanın Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kullanımı Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz: Online Alışveriş Siteleri. Asos Journal(60), 523-536.

6. Tanyeri Mazıcı Emel (2016). Marka Konumlandırılmada İlişki Yönetimi: Bankacılık Sektöründe Web Sayfaları Üzerinden Bir Değerlendirme. The Journal Of Academic Social Science Studies(44), 73-90.

ULUSAL MAKALE

ULAKBİM tarafından taranan ulusal hakemli dergilerde yayımlanmış makale

1. Tanyeri Emel, Can, Efe N. (2021). Postmodern Tüketim ve Dijital Ortama Yansımaları: Netflix Üzerine Bir Değerlendirme, Selçuk İletişim Dergisi, 14(2), 832-858.
2. Tanyeri Emel, Akgün, Nilay A. (2020).Reklamın Değişen Yüzünde Çevrim İçi Davranışsal Reklamcılık: İnternet Kullanıcıları Perspektifinden Bir Araştırma, Erciyes İletişim Dergisi, 7(2), 1453-1479.
3. Yıldırım, Esra Tanyeri Mazıcı Emel (2021). Post-Truth Dönem ve Twitter Kullanıcılarının Hakikate Bakışı Üzerine Bir Araştırma, Erciyes Akademi, Özel Sayı, 35, 742-768.
4. Tanyeri Mazıcı Emel (2018). Tüketim Toplumunda Gözetim Uygulamaları ve Tüketici Bakış Açısından Bir Değerlendirme. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi e-Gifder, 6(1), 149-171.
5. Tanyeri Mazıcı Emel, Çakı Caner (2018). Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı. Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi Academia, 5(3), 290-306.
6. Tanyeri Mazıcı Emel (2017). Küreselleşme Perspektifinden İnsan Doğası ve Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Dönüşümü Üzerine Bir İnceleme. Akdeniz İletişim(27), 96-115.
7. Tanyeri Mazıcı Emel, Ateş Nur Banu, Yıldırım Ayşe (2017). Televizyon Programlarında Ürün Yerleştirme:"Survivor All Star" Örneği. Selçuk İletişim, 9(4), 238-257.

ULAKBİM dışında ulusal hakemli dergilerde yayımlanmış makale

1. Davulcu Ebru, Emel Tanyeri Mazıcı (2018). "İletişim Araştırmalarında 2006-2016 Yılları Arasında Yapılan Doktora Tezlerine İlişkin Bir Durum Değerlendirmesi", Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, Cilt/Vol: 5 (15), ss. 55-73.

KİTAP

Uluslararası yayınevleri tarafından yayımlanmış kitap editörlüğü veya bölüm yazarlığı

1. Tanyeri Mazıcı Emel, Dijital Halkla İlişkiler Temelinde Kamu Diplomasisinde Yeni Nesil Uygulamalar: Antalya Diploması Forumu Örneği, Dijital Halkla İlişkiler Uygulamaları:Örnek Olaylar, Nejat Özüpek, Ercan Aktan, Murat Koçyiğit, Editör, Eğitim Yayınevi, ss.229-249, (2021).
2. Tanyeri Mazıcı Emel, Reklamlarda Kadın(lık) ve Erkek(lik) Temsilleri: Toplumsal Cinsiyet Açısından Bir Değerlendirme, Disiplinlerarası Bakış Açısı ile Kadın Erkek Eşitliği, Asuman Gölgeli Elif Deniz Şafak Emel Tanyeri Mazıcı Hülya Argunşah Jale Metin Kıyıcı Masreka Khan Zeynep Ölçü Dinçer, Editör, Efe Akademi, İstanbul, ss.91-110, (2020).
3. Tanyeri Mazıcı Emel, Uluslararası Halkla İlişkiler, Kitap, Editör, OmniScriptum GmbHCo, Türkiye Alim Kitapları (2016).
4. Tanyeri Mazıcı Emel, Uluslararası Halkla İlişkiler, Bölüm adı:(Uluslararası Halkla İlişkiler ve Ülke Markası) (2016)., Tanyeri Mazıcı Emel, OmniScriptum GmbHCo, Türkiye Alim Kitapları, Editör:Yrd.Doç.Dr.Emel Tanyeri Mazıcı.

5. Tanyeri Mazıcı Emel, Uluslararası Halkla İlişkiler, Bölüm adı:(Kavramsal, Sektörel ve Mesleksi Açısından Uluslararası Halkla İlişkiler) (2016)., TANYERİ MAZICI EMEL, OmniScriptum GmbHCo, Türkiye Alim Kitapları, Editör:Yrd.Doç.Dr.Emel Tanyeri Mazıcı.
6. Tanyeri Mazıcı Emel, Practice Fields in Public Relations: The Panorama of Turkey, Bölüm adı:(A Study on International Public Relations and Perspective of Turkey) (2017)., Tanyeri Mazıcı Emel, Peter Lang Publishing, Editör:Ümit Arklan.

Ulusal yayınevleri tarafından yayımlanmış kitap

1. Destinasyon Tanıtımında Halkla İlişkiler (2015)., TANYERİ EMEL, Konya: Literatürk Yayıncılık. **(Doktora Tezinden Üretilmiş Yayın).**

BİLİMSEL TOPLANTI FAALİYETİ

Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan (poster hariç), tam metni veya özeti matbu veya elektronik olarak bildiri kitapçığında yayımlanmış çalışmalar

2. Tanyeri Mazıcı Emel, Burç Mehmet, Dijital Reklamcılığın Müze Tanıtım Faaliyetleri Kapsamında İncelenmesi: T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı Örneği, 7th International Mardin Artuklu Scientific Researches Conference, 10 Aralık 2021
3. Tanyeri Mazıcı Emel, Bamyacıoğlu, Tuğba, Appeal Of Humour In Advertising And The Utilization Of Them In Commercials Of E-Commerce, El Ruha 8th International Conference On Social Sciences, 30 Ocak 2021
4. Gölgeli Asuman, Tanyeri Mazıcı Emel, Gölgeli Kürşad (2018). Hibe Projelerinin Değişim Gücü: "Yemliha Hazırlanıyor Yarınlar". Dekam 2. Uluslararası Kadın Kongresi, 432-440.
5. Tanyeri Mazıcı Emel, Kodal Tarık (2018). Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Lisans Eğitimine Yönelik Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Nitel Bir Araştırma. III. INES Education and Social Science Congress.
6. Gölgeli Asuman, Khan Masreka, Mutlu Neşet, Selçuklu Almıla Elif, Deniz Şafak Elif, Metin Kıyıcı Jale, Tanyeri Mazıcı Emel, Argunşah Hülya, Akdoğan Ayşegül Asuman (2018). Gender Perspective of Child Education Center Personnel: Case Study of Erciyes University in Kayseri. International Conference on Contemporary Women's Studies.
7. Tanyeri Mazıcı Emel, Ateş Nur Banu (2017). Pazarlama Amaçlı Halkla İlişkiler (MPR) Uygulamalarında İlişkisel Yaklaşım: Chatbot Örneği. III. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, 286-286.
8. Gölgeli Asuman, Khan Masreka, Deniz Şafak Elif, Metin Kıyıcı Jale, Tanyeri Mazıcı Emel, Argunşah Hülya, Akdoğan Ayşegül Asuman, Selçuklu Almıla Elif (2017). The Importance of Early Child Education for Gender Equality in Turkey. 4th International Symposium on Asian Languages and Literatures.
9. Tanyeri Mazıcı Emel, Gölgeli Kürşad (2016). Job Satisfaction in Terms of Social Gender Equality in Employees and Its Effect on The Corporate Reputation Sample of Eru Academicians. 2nd International Conference on Social Sciences Education Research, 508-518.
10. Tanyeri Mazıcı Emel (2016). Foreign Aids As An Alternative International Communication Method In Public Diplomacy A Research On Somalia Example. X. European Conference on Social and Behavioral Sciences, 401-410.
11. Tanyeri Mazıcı Emel, Güner Koçak Pınar, Altıncık Hasan (2016). A Comparative Analysis on the Use of Social Media Public Relations of Online Shopping Sites. X. European Conference on Social and Behavioral Sciences, 215-216.
12. Tanyeri Mazıcı, Emel Ve Kodal Tarık (2018). Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Lisans Eğitimine Yönelik Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Nitel Bir Araştırma, III. Ines

International Education and Social Science Congress, Antalya, Türkiye, 28 April - 01 May 2018,202-209.

Son beş yılda verdiği kurumsal ve mesleki hizmetler:

- Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölüm Başkan Yrd. (2015-2017)
- Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Katalog Sorumlusu (2015-Devam Ediyor)
- Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Ders Danışmanları Koordinatörü (2015-Devam Ediyor)
- Fakülte İç Paydaş Komisyonu Başkanlığı (2020- Devam Ediyor)
- Bölüm Akademik Teşvik Komisyonu Üyeliği (2021-Devam Ediyor)
- Fakülte Yönetim Kurulu Üyeliği (2020-Devam Ediyor)
- Fakülte Kurulu Üyeliği (2020-Devam Ediyor)
- Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdür Yrd ve Yönetim Kurulu Üyesi (2019-2022)
- Sosyal Bilimler Enstitüsü Kalite Komisyonu Başkanlığı (2019-2022)
- Kadın Çalışmaları Araştırma ve Uygulama Merkezi Yönetim Kurulu Üyesi (2015-Devam Ediyor)
- Kayseri Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü, Kadın Sığınma Evleri Personeli Eğitimi (Mağdurla İletişim) (2019)

Adı Soyadı: Özlem IŞIK

Unvanı: Doç. Dr.

Aldığı Dereceler:

Derece	Alan	Kurum	Yıl
Doktora	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Selçuk Üniversitesi	2007-2011
Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Yeditepe Üniversitesi	2002-2005
Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Yeditepe Üniversitesi	1997-2001

Kurumdaki Hizmeti

Süresi: 18	İlk Atama Tarihi: 2004
Unvan	Tarih
Doçent	2016-...
Dr.Öğr.Üyesi	2011-2016

Diğer İş Deneyimi: TGRT Halkla İlişkiler Departmanı Program Asistanlığı

Aldığı Ödüller: 2002 Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Bölüm ve Fakülte Birinciliği

Danışmanlıklar:

1. Mustafa Yurdakul (Devam Ediyor), Postmodern Dönemde Değişen Tüketim Kalıpları ve Hedonik Tüketim Üzerine Göstergelimsel Bir Analiz, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı
2. Gizem Eyyüpoğlu Demirkan (Devam Ediyor), Raymond Cattell'in Kişilik Kuramı Bağlamında Kişilerarası İletişim Sürecinde Duygu Yönetiminin Rolü, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı

3. Hilal Peker (Devam Ediyor), Covid-19 Pandemi Krizinde Örgütsel Stres Ve Stres Yönetimi: Kamu Ve Özel Hastane Çalışanları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı
4. Beyza Tuğçe Akbulut (Devam Ediyor), Örgütlerde Stres Ve Stres Yönetimi: Kayseri Yerel Basın Çalışanlarının Örgütsel Stres Faktörlerini Belirlemeye Yönelik Bir Saha Çalışması, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı

Son Beş Yıldaki Yayınları:

Ulusal ve Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

1. Işık, Ö. (2021). Corporate Identity Building of Universities in the Context of Organizational Communication: An Analysis on University Websites. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 11 (2), 659-686.
2. Işık, Ö. ve Şimşek, G. (2021). Theoretical Evolution of PhD Theses on Public Relations in Turkey Between 1980-2020, Journal of Selçuk Communication 2021; 14(3): 1-2.
3. Işık, Ö. (2021). Analysis of Leadership Styles in Institutions in the Context of Bolman and Deal's Four Framework: A Comparative Research on the Banking Sector. JASS Studies-The Journal of Academic Social Science Studies, 14(85): 355-377.
4. Işık, O. (2021). Analysis of the Relationship between Corporate Image and Organizational Citizenship Behavior in the Context of Configuration Theory: A Case Study in the Organized Industrial Zone. OPUS– International Journal of Society Studies, 18 (Yönetim ve Organizasyon Özel Sayısı),
5. Işık, Ö. (2021) An Analysis of The Concept of Mobbing in the Organizational Behavior Literature: Content Analysis of the Articles Published in the Field of Mobbing In Turkey, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 14 Sayı: 77 Volume: 14.
6. Özal, F., Işık Ö. (2021), "Kişileştirilmiş" Tüketim Nesnelerinin Söylemsel Analizi: Otomobil Reklamları Üzerine Bir Çözümleme, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi, Sayı:17, ss:70-104, Erişim Linki: <https://Dergipark.Org.Tr/En/Download/Article-File/1736715>

Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler :

1. Işık, Ö. (2021). Anatomy of Organizational Change and Resistance to Change in the Context of Kurt Lewin's Planned Change Model, 5. International "Communication in the New World" Congress, 12-13 Temmuz 2021, İstanbul.

Ulusal/uluslararası kitap bölümleri:

1. Işık, Ö. (2021). New Paradigms Within the Communication Science, Editörler: Enes Emre Başar, Pınar Bacaksız, Bölüm Adı: Assessment of The Organizational Health Perceptions of Public and Private Hospital Employees Within The Context of Chaos Theory, Cambridge Scholars Publishing, İngiltere.
2. Işık, Ö. (2021). Current Studies in Social Sciences – III, Editör: Abdullah Balcioğulları, Bölüm Adı: The Dark Side Of Organizational Behavior: A Conceptual

Analysis On Perceived Victimization in Organizations, Akademisyen Kitabevi, İstanbul.

3. Işık, (2020). Administrative, Economics And Social Sciences-Theory, Current Research And New Trends, Editör: Doktor Öğretim Üyesi Selim Demez, Bölüm Adı: Practices of Favouritism in Management: A Descriptive Study On Family Businesses and Nepotism, Ivpe Yayınevi, Montenegro.

Editörlü Kitap Çalışması

1. Kalay, F. ve Işık, Ö. (2021). Yönetim Ve Organizasyon Çalışmaları II, Livre De Lyon Yayınevi, Fransa.

Proje Bilgileri

Proje Adı: Paradigm Shifts within the Communication Realm

Statü: Araştırmacı

Proje Başlama Tarihi: 05.04.2020

Proje Bitiş Tarihi : 19.08.2021

Proje Bütçesi : € 16500,00

EUSCP Katkısı : € 16500,00

Program Yöneticisi : Stephan Gabriel ve Nathalie Huirrelet

Komite Yönetimi : **Daniel** Weselka, Albena Vutsova, Warwick Anderson, Barbara Pauly ve Mark Ferguson

Adı Soyadı: Murat BAŞARIR

Unvanı: Doç.Dr.

Aldığı Dereceler:

Derece	Alan	Kurum	Yıl
Doçent	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	ÜAK	2022
Doktora	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Selçuk Üniversitesi	2007-2015
Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Selçuk Üniversitesi	2000-2003
Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Selçuk Üniversitesi	1996-2000

Kurumdaki Hizmeti

Süresi: 2	İlk Atama Tarihi:	2018
Terfiler		
Unvan	Tarih	
Doçent	2022	
Dr.Öğr.Üyesi	2018	
Yrd.Doç.Dr	2017	
Öğr.Gör.Dr.	2015	
Öğr.Gör.	2005	

Diğer İş Deneyimi:

Danışmanlıkları:

Tamamlanmış Yüksek Lisans Tezi Sayısı: 3

Tamamlanmış Doktora Tezi Sayısı:1

1. Seda Çolak (2021) Şehir pazarlaması sürecinde yerel yönetimlerin sosyal medya kullanımı: Kayseri Büyükşehir Belediyesi üzerine bir inceleme Erciyes Üniversitesi YL(Tamamlandı)
2. Orhan Sami Sezgin (2021) Siyasal iletişim sürecinde dava ve devrim metaforlarının anlamlandırılması: İktidar ve ana muhalefet partisi üyeleri üzerine bir araştırma Erciyes Üniversitesi SBE. YL(Tamamlandı)
3. Tugay Karaca (2020) Sosyal belediyecilik çerçevesinde yürütülen sportif faaliyetlerden katılımcıların beklentileri: Kayseri Spor A.Ş üzerinden bir uygulama, Erciyes Üniversitesi SBE. YL(Tamamlandı)
4. Caner Çakı (2021) Avrupa birliği üyesi ülkelerde sağ popülist partilerin göçmen karşıtı propaganda faaliyetleri üzerine inceleme Erciyes Üniversitesi SBE. Dr (Tamamlandı)

Güneysınır Kurumsal Kimliğine Kavuşuyor, E- Ticaret İle Buluşuyor: Konya İli Güneysınır ilçesine dair kurumsal kimlik çalışmaları kapsamında ilçenin sosyal, kültür, ekonomik açıdan kalkınmasını sağlamaya yönelik Güneysınır Esnaf Sanatkârlar Şoförler ve Otomobilciler Odası Başkanlığı'nca gerçekleştirilen Kalkınma Bakanlığı'nca desteklenen projeye danışmanlık.

Üyesi Olduğu Mesleki ve Bilimsel Kuruluşlar

Aldığı Ödüller:

Son Beş Yıldaki Yayınları:

ULUSLARARASI MAKALE

1. Başarır, M. & Zorlu, Y. (2022). Seyyar Sergi Karadeniz Vapuru'nun (1926) Dönem Gazetelerinde Sunumu ve Tanıtım Turunun Halkla İlişkiler Açısından İncelenmesi . Erciyes İletişim Dergisi , 9 (2) , 951-977 . DOI: 10.17680/erciyesiletisim.1099413
2. Basarır Murat (2021). Besinci Kola Karşı Halkla İlişkiler: Nadi ve Sertel'in Besinci Kola Dair Kaleme Aldıkları Köşe Yazılarının Kamuoyunu Bilgilendirme Ekseninde Analizi. OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 18(41), 3654-3678., Doi: 10.26466/opus.959398
3. Başarır Murat, Başarır Mehtap (2017). İkinci Dünya Savaşı'nın Başlangıç ve Bitiş Evrelerinde Gazete Manşetleri: Karşılaştırmalı Bir Analiz. the Journal of Academic Social Sciences, 5(52), 202-214., Doi: 10.16992/ASOS.12624
4. Başarır Murat (2016). Politik Konuşmalardaki İkna ve Üslup Faktörlerinin Seçmenlerin Sosyo Demografik Özellikleri İle Siyasi Tercihlerine Göre Karşılaştırılması. Uluslararası Sosyal ve Eğitim Bilimleri Dergisi, 3(6), 87-105.

ULUSAL MAKALE

ULAKBİM tarafından taranan ulusal hakemli dergilerde yayımlanmış makale

1. Başarır Murat (2016). Retorik ikna bileşenlerin siyasi liderlerce kullanımı iktidar ve ana muhalefet liderlerinin TBMM grup konuşmaları üzerine bir analiz. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 4(2), 703-724., Doi: 10.19145/gujofoc.63239
2. Başarır Murat (2019). Siyasal İletişim Sürecindeki Metaforik Üsluba İlişkin Betimleyici Bir Çalışma. Erciyes İletişim Dergisi, 6(1), 625-640., Doi: 10.17680/erciyesiletisim.426267

3. Başarır Murat, Gülada Mehmet Ozan (2019). İran İslam Devrimi'nde Dinsel Söylemlerin Propaganda Amaçlı Kullanılan Posterlere Yansıması. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 12(2), 736-762., Doi: 10.18094/josc.596294
4. Başarır Murat (2020). II. Dünya Savaşı Döneminde Müttefik Devletlere Yapılan Bir Basın Gezisinin Halkla İlişkiler Tarihi, Modelleri Ve Uygulamaları Kapsamında Analizi. . Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 8(2), 961-983., Doi:10.19145/e-gifder.726514

ULAKBİM dışında ulusal hakemli dergilerde yayımlanmış makale

1. Başarır Murat (2016). Seçmenlerin Oy Verme Davranışları İle Liderlerin Hitaplarında Aradıkları İkna Bileşenleri ve Üslup Çeşitleri Arasındaki İlişki. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E- Dergi), 1(2), 218-233.

KİTAP/KİTAP BÖLÜMÜ

1. Sıyasal İletişim Teorik Tartışmalar Kavramlar, Kuramlar ve Stratejiler , Bölüm adı:(Sıyasal Halkla İlişkiler Uygulama Alanları Ve Gündem Yönetimi) (2021)., Başarır Murat, Nobel Akademik Yayıncılık, Editör:Prof.Dr. Enderhan Karakoç, Doç.Dr. Onur Taydas, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 287, ISBN:978-625-439-876-6, Türkçe(Bilimsel Kitap)
2. Sıyasal İletişim Yazıları, Bölüm adı:(Sıyasal İletişimde Üslup: Edebi Alandan Sıyasal Alana Bir Uyarılama) (2020)., Başarır Murat, Palet Yayınları, Editör: Akgül Mahmut Başarır Murat, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 330, ISBN:978-625-7057-49-3, Türkçe(Bilimsel Kitap)
3. Kurumsal İletişim Yönetimi, Bölüm adı:(Sponsorluk) (2020)., Başarır Murat, Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, Editör: Hasan Güllüpunar, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 297, ISBN:ISBN: 978-625-7931-11-3, Türkçe(Ders Kitabı),
4. Kurumsal İletişim Yönetimi, Bölüm adı:(Etkinlik Yönetimi) (2020)., Başarır Murat, Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, Editör: Hasan Güllüpunar, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 297, ISBN:ISBN: 978-625-7931-11-3, Türkçe(Ders Kitabı)
5. Halkla İlişkiler ve Etik, Bölüm adı:(Halkla İlişkiler Uygulama Alanlarının Etik Boyutları) (2019)., Başarır Murat, Palet Yayınları, Editör: Makbule Evrim Gülsünler, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 208, ISBN:978-605-7600-81-3, İngilizce(Bilimsel Kitap)
6. Halkla İlişkiler ve Uygulama Alanları-Yeni Eğilimler, Bölüm adı:(Stratejik Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Konu/Sorun Yönetimi) (2019)., Başarır Murat, Eğitim Yayınevi, Editör: Özgür SELVİ, Zülfiye Acar Şentürk, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 384, ISBN:978-605-7557-80-3, Türkçe(Bilimsel Kitap)
7. Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Yenilikçi Yaklaşımlar Cilt 2, Bölüm adı:(Açık Sistem Yaklaşımı İçerisinde İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu ve Halkla İlişkiler) (2018)., Başarır Murat, Gece Kitaplığı, Editör: Atik Atilla, Kürşat Özdaşlı, Murat Cem Demir, Olcay Tire, İbrahim Sena Arvas, Uğur Köksal Odabaş, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 624, ISBN:978-605-288-791-2, Türkçe(Bilimsel Kitap)

BİLİMSEL TOPLANTI FAALİYETİ

Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan (poster hariç), tam metni veya özeti matbu veya elektronik olarak bildiri kitapçığında yayımlanmış çalışmalar

1. Başarır Murat, Can Efe Numan (2021).. Sıyasal Halkla İlişkilerde Dilin Kullanımı: TBMM'de Grubu Bulunan Siyasi Parti Liderlerinin Twitter'daki Açıklamalarının Dil

- Edimi Kapsamında Analizi 3. Uluslararası 23 Nisan Bilimsel Çalışmalar Kongresi, 274-286., (Tam metin bildiri)
2. Başarır Murat (2020). İkinci Dünya Savaşı Döneminde Savaşla Alakalı Olarak Gazetelere Yansıyan Halkla İlişkiler Uygulama Örnekleri , 1.Uluslararası Yeni Dünyada İletişim, 16-16.,(Özet bildiri)
 3. Başarır Mehtap, Başarır Murat (2020). Tasvir-i Efkâr Gazetesi'nin Gerçekleştirdiği Anket Etrafında 1943 Dönemi Türk Basını. 3.Uluslararası Sosyal Bilimleri Kongresine (USBİK 2020) (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)
 4. Başarır Murat (2018). Siyasal İletişimde Metaforik Üslup. 4. Uluslararası Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler Sempozyumu, 312-312. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)
 5. Başarır Murat Başarır(2018). Halkla İlişkiler Uygulama Alanlarında Diğerkâmlık. 4. Uluslararası Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler Sempozyumu, 455-466. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)
 6. Başarır Murat, Başarır Mehtap (2017). 12 Eylül Öncesi TBMM'deki Cumhurbaşkanlığı Seçim Turlarının Gazete Haberlerinde Sunumuna İlişkin Bir İnceleme. 1. Eğitim ve Sosyal Bilimler Sempozyumu, 506-506. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)
 7. Başarır Murat, Başarır Mehtap (2017). İkinci Dünya Savaşı'nın Başlangıç ve Bitiş Evrelerinde Gazete Manşetleri: Karşılaştırmalı Bir Analiz. II. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, 1019-1019. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)

10.Son beş yılda verdiği kurumsal ve mesleki hizmetler:

- Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölüm Başkan Yardımcılığı 2019- devam
- Erciyes İletişim Dergisi Baş Editörlüğü 2019- 2020
- Fakülte Yönetim Kurulu Üyeliği 2019-2020
- Birim Akademik Teşvik Başvuru Ve İnceleme Komisyon Üyeliği 2018- Devam
- Akreditasyon Komisyon Üyeliği 2019- Devam
- İç Paydaş Değerlendirme Komitesi Üyeliği 2019- 2021
- HRÜ Birecik Myo Müdür Yardımcılığı 2017-2018
- HRÜ Birecik Myo Pazarlama ve Reklamcılık Bölüm Başkanlığı 2010-2018

11.Son beş yıldaki akademik gelişme etkinlikleri:-

Sertifika

- Sosyal ve Beşeri Bilimler Alanında Uygulamalı Proje Yazma Eğitimi, Erciyes Teknopark'ta, Erciyes Teknoloji ve Transfer Ofisi'nce tertiplenen eğitimde sosyal ve beşeri bilimler alanında proje yazımında dikkat edilecek hususlar örnekler üzerinden anlatılmıştır., Erciyes Teknopark, Sertifika, 27.11.2019 -28.11.2019

Çalıştay

- Ölçek Geliştirme ve Uyarlama Sürecinde Sık Yapılan Hatalar ve Doğru Bilinen Yanlışlar: Bu çalışmada ölçek geliştirme sürecini adımları ve ilkeleri bakımından; uyarlama sürecini ise ölçek uyarlama adımları ve ilkeleri bakımından inceleyerek süreçte karşılaşılabilecek sorunlara yönelik çözümlere odaklanılacaktır. Çalışmanın araştırmacılara pratikte karşılaşılabilecekleri sorunlarla baş etme ve yanlış uygulamalardan kaçınılması noktasında katkılar sağlaması amaçlanmaktadır., Alanya/Anyalya, Çalıştay, 19.05.2017 -19.05.2017
- Elektronik Akademik Dergiler ve Sorunları: Türkiye merkezli elektronik akademik dergilerin yaşadıkları sorunlar ve bunlara yönelik oluşturulacak çözüm önerileri, Elektronik dergilerde hakemlik süreci (hakem heyeti oluşturma, makale atama ve değerlendirme), ulusal ve uluslararası indekslere başvuru süreci, akademik teşvik başvuru kriterlerine uygun hale gelme, doçentlik başvuruları kapsamına dahil olma,

elektronik dergi yazılımları ve hizmetleri, doi hizmeti, basılı yayına dönüştürme vb., Alanya/Antalya, Çalıştay, 19.05.2017 -19.05.2017

Tanıtım ve Eğitim Etkinliği

- Melikgazi Belediyesi, Melikgazi Belediyesi İnsan Kaynakları Birimi'nin talebine binaen Rektörlük oluruyla Melikgazi Belediyesi'nin tüm birimlerindeki çalışanlara 'İletişim Teknikleri' konulu kurum içi eğitim verilmiştir.
- TRDİZİN Tanıtım ve Eğitim Etkinliği: Ankara 13 Eylül 2019

Adı Soyadı: Mahmut AKGÜL

Unvanı: Doç.Dr.

Aldığı Dereceler

Derece	Alan	Kurum	Yıl
Lisans	Gazetecilik	Selçuk Üniversitesi	2006
Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler	Selçuk Üniversitesi	2010
Doktora	Halkla İlişkiler	Erciyes Üniversitesi	2016
Doçent	İletişim Çalışmaları	ÜAK	2021

Kurumdaki Hizmeti

Süresi: 5 yıl 3 ay	İlk Atama Tarihi: 15.02.2017
---------------------------	-------------------------------------

Terfiler

Unvan	Tarih
Yrd. Doç. Dr.	15.02.2017
Dr. Öğr. Üyesi	2018
Doçent	2021

Diğer İş Deneyimi:

Görevler:

Görev Unvanı	Görev Yeri	Yıl
Muhabir/Editör	Yeni Meram Gazetesi/KONYA	2005-2010
Yazı İşleri Md.	Anadolu Manşet Gazetesi/KONYA	2010-2011
Arş. Gör.	İletişim Fakültesi Cumhuriyet Üniversitesi	2011-2017
Dr. Öğr. Üyesi	İletişim Fakültesi Erciyes Üniversitesi	2017- 2021
Doç. Dr.	İletişim Fakültesi Erciyes Üniversitesi	2021-

.....

Projelerde Yaptığı Görevler: Araştırmacı

“İLT001 Yeni İletişim Ortamları ve İletişimsel Dönüşüm: Kişisel Bloglar ve Sosyal Medya Üzerine Bir Araştırma”

Danışmanlıkları:

1. Y.L. (2019) Hande Hekimoğlu, Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği (Tamamlandı)
2. Y.L. (2019) Fatma Betül Görücü, Kolektif Hafızanın Oluşmasında Medyanın Rolü: 28 Şubat Haberleri Üzerine Bir İnceleme (Tamamlandı)

3. Y.L. (2019) Mehmet Salih Andıç, Spor Kulüplerinde Sponsorluk Faaliyetlerinin Satın Alma Karar Sürecine Etkisi: Ülker Fenerbahçe Örneği, (Tamamlandı)
4. Y.L. (2019) Mehmet Şimşek, Sözlü Kültürün Elektronik Kültüre Taşınması: Dede Korkut Hikâyeleri Üzerine Bir İnceleme (Tamamlandı)
5. Y. L. (2021) Esra Keskin Destinasyon Pazarlaması Açısından Destinasyon İmajı ve Kış Turizmi: Yıldız Dağı Örneği (Tamamlandı)

Üyesi Olduğu Mesleki ve Bilimsel Kuruluşlar

Aldığı Ödüller:

Son Beş Yıldaki Yayınları:

A. Uluslararası (ESCI, SCOPUS) hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

1. Akgül M., Akdağ M., "İletişim Eğitimi Ve Disiplinlerarasılık: İletişim Fakültelerindeki Akademisyen Profili Üzerine Bir Değerlendirme" Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, Sayı 31, ss. 1-20, Aralık 2018
2. Akgül M., Simülasyon, Gerçeklik Ve Hipergerçeklik Kavramlarından İslami Evlilik Sitelerini Okumak, Bilimname XLI, 2020/1, 413-442.
3. Akgül M., 'Alan'ı Savunmak: "5 Ekim 2020 Ekşi Sözlük Boykotu" Nun Bourdieu'nün Alan Teorisi Bağlamında İncelenmesi, Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, Sayı 38, ss. 2022

B. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler:

1. Arklan Ü., Akgül M., "Günlükten E-Günlüğe İletişimsel Dönüşüm: Kişisel Bloglar Üzerine Bir Araştırma" 2nd International Symposium 'New Communication Technologies and Social Transformation, (02.05.2012 -04.05.2012), Bişkek Kırgızistan
2. Akgül M., Akdağ M., "Disiplinlerarası Bir Alan Olarak İletişim Eğitimi: İletişim Fakültelerindeki Kadro Mühendisliği Perspektifinden Bir Değerlendirme" 3. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, 26-28 Ekim 2017, Kahramanmaraş
3. Akgül M. Türkiye'de Yeni Medya Alanında Yapılan Lisansüstü Tezler Üzerine Bir İnceleme, 1. Yeni Dünyada İletişim Sempozyumu, 22-23 Şubat 2020, Adana
4. Akgül M. Yeni Medya Bölümü Öğrencilerinin Yeni Medya Eğitimine Bakışı Ve Sektörel Beklentileri Üzerine Bir Araştırma, 7. Uluslararası İletişim Günleri-Dijital Çağda İletişim Eğitimi Sempozyumu, 21-23 Ekim 2020, İstanbul
5. Akgül M., İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyo-Demografik Özellikleri, Tercih Nedenleri Ve Beklentileri Üzerine Bir İnceleme, 17. Communication in the Millennium: International Symposium, 5-6 Kasım 2020.
6. Akgül M., Hekimoğlu Toprak H., Kültürel Sermaye Üreticilerinin Kültürel Sermayeleri: Gazetecilik Bölümü Öğrencilerinin Kültürel Sermaye Düzeyleri Üzerine Bir İnceleme, VI. İlişkisel Sosyal Bilimler Kongresi, 11-13 Mayıs 2022, İstanbul

C. Ulusal Hakemli Dergilerde Yayımlanan Makaleler:

1. Akgül M., Akdağ M. "Türkiye'de Yeni Medya Eğitimi Üzerine Niceliksel Bir Betimleme", "Akademia", Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt 5, Sayı 1, 2017
2. Akgül M., Hekimoğlu Toprak H. "Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği", AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology, 2019 Yaz – Cilt: 10 - Sayı: 38
3. Akgül M. Mümtaz Turhan'ın Türk İletişim Araştırmalarına Katkıları, Selçuk İletişim Dergisi, Cilt 13- Sayı 1, Ocak 2020

4. Akgül M., Çevrimiçi Ortamlarda Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük'te 65 Yaş Üstü Sokağa Çıkma Yasağı Tartışmaları, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi 2020 (51), 57-78.
5. Arklan Ü. , Akdağ M., Akgül M. , "Nevruz Bayramı'nın Algısal Dönüşümü: Türk Basını'nda Nevruz Algısı", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, vol.8, pp.779-792, 2015
6. Arklan Ü. , Akgül M., "Sosyal Medya Ortamında İçerik Üretim Süreci Ve Etki Eden Faktörler: Sivas Örneğinde Uygulamalı Bir Çalışma", The Journal of Academic Social Science Studies , Vol. 6 Issue 6, pp. 53-82, 2013.
7. Akgül M., Görücü f. B. Kolektif hafızanın oluşmasında medyanın rolü: 28 şubat haberleri üzerine bir inceleme, Turkish Studies 15 (3), 703-728, 2020.
8. Akgül M., Can E.N., Risk Toplumu Bağlamında Covid-19 Haberlerine Yönelik Bir İnceleme, OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi 17 (33), 1-1. 2021
9. Akgül M., Hekimoğlu Toprak H., Yakınsama Kültürü Ve Transmedya Hikâye Anlatıcılığı Üzerine Bir Çalışma: Eltilerin Savaşı Filmi, Aksaray İletişim Dergisi 3 (1), 43-61, 2021.
10. Akgül M., Şimşek M., Sözlü Kültürün Elektronik Kültüre Taşınması: Dede Korkut Hikayeleri Üzerine Bir İnceleme, Folklor Akademi Dergisi, Cilt 4, Sayı 2, 281-301, 2021

D. Ulusal veya Uluslararası Yayınevlerinde Basılmış Kitap ve Kitap Bölümleri:

1. Akgül M., Siyasal Elitizm Ve Medya İlişkisi Üzerine, (Siyasal İletişim Yazıları içinde, Ed: Mahmut AKGÜL, Murat BAŞARIR) Palet Yayınevi, Konya, 2020
2. Akgül M., Newspaper Corners As An Ideological Struggle 'Field': A Review Of The Reina Attack, (Ideology and Communication içinde, Ed. Zeynep Gültekin Akçay & Mahmut AKGÜL), Peter Lang Publishing, 2020.
3. Akgül M., Kimlik Mekanı Olarak Ağ Grupları: Facebook'ta Giritli Kimliğinin Yeniden İnşası, (Yeni Medya Yeni Mekan Yeni Mesaj içinde, Ed: Onur Önürmen), Palet Yayınevi, Konya, 2020
4. Akgül M., Şimşek M., Ahlaki Paniği Çerçevelemek: Tıbbi Maske Haberleri Üzerine Bir İnceleme, (Korona Günlerinde Medya ve İletişim içinde, Ed: Rengim Sine Nazlı, Arzu Kalafat Çat), Eğitim Yayınevi, Konya, 2021

Son beş yılda verdiği kurumsal ve mesleki hizmetler:

Fakülte Kurulu Üyesi:

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Eylül 2017-Ocak 2020

Ana Bilim Dalı Başkanı:

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Kişilerarası İletişim Ana Bilim Dalı, Ağustos 2021

Son beş yıldaki akademik gelişme etkinlikleri:-

Adı Soyadı: İsmailcan DOĞAN

Unvanı: Doç.Dr.

Aldığı Dereceler

Derece	Alan	Kurum	Yıl
Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Erciyes Üniversitesi	2013

Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Selçuk Üniversitesi	2014
Doktora	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Selçuk Üniversitesi	2018

Kurumdaki Hizmeti

Süresi:	4/7/10	İlk Atama Tarihi:	2015
---------	--------	-------------------	------

Terfiler

Unvan	Tarih
Araştırma Görevlisi	2015
Dr. Öğretim Üyesi	2019

Diğer İş Deneyimi:

Danışmanlıkları:

1. Merve Demirok Haber ve reklam etiği bağlamında gazetelerde yer alan ekonomi haberlerinin incelenmesi Erciyes Üniversitesi Yüksek Lisans Tamamlandı 2022
2. Aızhannat Abdimalıkova Müşteri ikna sürecinde kullanılan yöntemler: Hazır giyim mağazaları örneği Erciyes Üniversitesi Yüksek Lisans Tamamlandı 2021
3. Kamala Fatullayeva "sosyal medyada azerbaycan imajı: Youtube videoları üzerine bir inceleme" Erciyes Üniversitesi Yüksek Lisans Devam ediyor
4. Handan Karayeğen Sosyal medyada benliğin sunumu ve narsisizm üzerine bir araştırma Erciyes Üniversitesi Yüksek Lisans Devam Ediyor
5. Baki sorgun Siyasi propaganda araçlarının genç seçmen davranışları üzerine etkisi: erciyes üniversitesi örneği Erciyes Üniversitesi Yüksek Lisans Devam Ediyor
6. Dilan Daşkın Markaların sosyal medya krizlerinin tüketici davranışına etkisi üzerine bir araştırma: nutella, hasbro ve cappy markaları örneği Erciyes Üniversitesi Yüksek Lisans Devam ediyor

Üyesi Olduğu Mesleki ve Bilimsel Kuruluşlar

Aldığı Ödüller:

Son Beş Yıldaki Yayınları:

1. Dogan Ismailcan (2020). İkinci Dünya Savaşında Kullanılan Amerikan Propaganda Afislerinin Değerlendirmesi. Uluslararası sosyal araştırmalar dergisi, 13(69), 1134-1148.
2. Doğan İsmailcan (2021). Türkiye’de Halkla İlişkilerde Etik Eğitimi: İletişim Fakülteleri Üzerine Bir İnceleme. Cultural Informatics, Communication & Media Studies (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:7078054) 2. 3. 4. 5.
3. Doğan İsmailcan (2021). Mega Etkinlikler Aracılığı İle Ülke Tanıtımı Ve Kimlik İnşası: Fıfa Dünya Kupası Örneği . International Symposium of Scientific Research and Innovative Studies, 458-459. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:7059427) DOĞAN İSMAİLCAN (2020). Kurumlarda Etik Bağlamda Web Site Kullanımı: En Değerli 100 Firmanın Web Sitelerinin Analizi . 7. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Çağda İletişim Eğitimi Sempozyumu, 79-79. (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:7059426)
4. Doğan İsmailcan (2020). Popüler Kültürün Yayılmasında Yeni Medyanın Genç Yetişkinler Üzerindeki Rolü: Kayseri İlinde Ampirik Bir Araştırma (The Role Of New Media On Young Adults In Spreading Popular Culture: An Ampiric Research In Kayseri). 11th Current Debates in Social Sciences (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:7231538)

5. İletişim Ve Medya Alanında Uluslararası Araştırmalar III, Bölüm adı:(kurumsal imaj oluşturmada sponsorluk uygulamaları: vodafone örneği üzerine ampirik bir araştırma) (2021)., doğan ismailcan, eğitim Yayınevi, Editör:Bostancı Meltem, Basım sayısı:1, ISBN:978-625-7405-21-8, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 7186227)
6. Dijital çağda iletişim kültür ve medya ıı yeni medya medya, kültür ve tüketim, Bölüm adı:(popüler kültürün üretiminde ve yayılmasında yeni bir alan: e-spor) (2021)., Doğan İsmailcan, Çizgi Kitabevi, Editör:Temel Mustafa, Koçak Ömer Faruk, Basım sayısı:1, ISBN:978-605-196-650-2, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 7192169)
7. Sosyal Bilimlerde Güncel Konular Ve Yaklaşımlar, Bölüm Adı:(Türkiye’de Sponsorluk Araştırmaları: Sponsorluk Konusunda Yapılan Lisansüstü Tez Çalışmalarının Değerlendirmesi) (2021)., Doğan İsmailcan, Çizgi Kitabevi, Editör:Karaçar Ercan,Öksüz Sezer, Basım sayısı:1, ISBN:978-605-196-660-1, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 7186216)
8. Siyasal İletişim Yazıları, Bölüm Adı:(Siyasal İletişimde Kamuoyu Araştırmaları) (2020)., Doğan İsmailcan, Palet Yayınları, Editör:Akgül Mahmut ,Başarı Murat, Basım sayısı:1, ISBN:978-625-7057-49-3, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 7186248)
9. Doğan İsmailcan (2021). Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları: bir saha araştırması. Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, 13(24), 253277. (Kontrol No: 7186255)
10. Doğan İsmailcan (2021). Futbolda sponsorluk faaliyetleri ve başarıyı etkileyen makro unsurlar üzerine kavramsal bir değerlendirme. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, 11(2), 555-570. (Kontrol No: 7058591)
11. Doğan İsmailcan (2021). Sovyetler birliği’nde din karşıtı propaganda: 1917-1960 dönemi üzerine bir değerlendirme. Selçuk İletişim, 14(1), 408-431. (Kontrol No: 7058597)
12. Doğan İsmailcan (2021). Genç yetişkinlerin televizyondaki dini programlara yönelik tutumları ve güven düzeylerinin belirlenmesi: Ampirik bir araştırma. Erciyes İletişim Dergisi, 8(1), 277-293. (Kontrol No: 7058602)

10.Son beş yılda verdiği kurumsal ve mesleki hizmetler:

- İç paydaş Komisyonu Üyesi (2021-...)
- Stratajik Plan Hazırlama Komisyonu Üyesi (2018-...)
- Faaliyet Raporu Hazırlama Komisyonu Üyesi (2018-...)
- Satınalma Komisyonu Üyesi (2021-2022)

11.Son beş yıldaki akademik gelişme etkinlikleri:-

- Dr. Öğretim Üyesi Unvanı-2019**
- ÜAK- Doçentlik Unvanı-2022**

Adı Soyadı: Mustafa CINGI

Unvanı: Dr. Öğr. Üyesi

Aldığı Dereceler

Derece	Alan	Kurum	Yıl
Lisans	İşletme	Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi	2007
Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı	Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü	2010

Doktora	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı	Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü	2015
---------	---	---	------

Kurumdaki Hizmeti

Süresi:	10 Yıl 8 ay	İlk Atama Tarihi:	Ekim 2011
Terfiler			
Unvan	Tarih		
Öğr. Gör.	2011		
Yrd. Doç. Dr.	2015		
Dr. Öğr. Üyesi	2018		

İdari Görevleri

Bölüm Başkan Yardımcısı, 2020- Devam ediyor
Bölüm Başkan Yardımcısı, 2017-2019

Diğer İş Deneyimi

Motiva end. Dış ticaret, kurucu ortak/ işletme müdürü 2005-2010
Adminal mağz. Ve end. Sist. A.ş., satış sorumlusu, 2002-2004

Yaptığı Tezler

Doktora, Turizm tanıtımında sosyal medya planlamasına yönelik uygulamalı bir çalışma: Erciyes Dağı örneği, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım, 2015

Araştırma Alanları

Sosyal ve Beşeri Bilimler, Toplumsal Yapı ve Değişme, Bilişim Hukuku, Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi, Kitle İletişimi ve Araçları, Halkla İlişkiler, Reklamcılık ve Tanıtım

Verdiği dersler

- **Lisans:** Halkla İlişkiler Kampanyaları, Halkla İlişkilerde Çağdaş Yaklaşımlar, Halkla İlişkilerde Yapım Süreçleri I - II, İnternet Stratejileri ve E-ticaret, Profesyonel Halkla İlişkiler Araştırmaları, Dijital İçerik Yönetimi
- **Yüksek Lisans:** Halkla İlişkilerde Yeni İletişim Teknolojileri, Nitel Araştırma Yöntemleri
- **Doktora:** İletişim Araştırmalarında Karma Yöntemler

Yönetilen Tezler

1. T.İpek (Öğrenci), **Advergame ve satın alma davranışı ilişkisi: Oyuncular üzerine bir araştırma**, Yüksek Lisans, 2021
2. S.Ece(Öğrenci), **Bir dijital reklamcılık türü olarak doğal (Native) reklam: Onedio.com üzerine bir araştırma**, Yüksek Lisans, 2020
3. B.Bariş(Öğrenci), **Kuşaklar ve marka tercihleri: Y kuşağı marka tercihleri üzerine nitel bir araştırma**, Yüksek Lisans, 2020
4. F.Admış(Öğrenci), **Bir dijital pazarlama aracı olarak Instagram: Küçük işletmeler üzerine bir araştırma**, Yüksek Lisans, 2020

5. S.Aksekili(Öğrenci), **Belediyelerin kurumsal iletişim aracı olarak sosyal medya kullanımı: Twitter örneği**, Yüksek Lisans, 2020
6. S.Çiğdem(Öğrenci), **Reklam etiği bağlamında reklamda yetişkin çocuk imgesi kullanımına yönelik eleştirel bir bakış: Çocuk dergileri üzerine bir araştırma**, Yüksek Lisans, 2019
7. A.Uluer(Öğrenci), **Instagram Paylaşımlarındaki Etkileşimin Benlik Duygusuna Etkisi: Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Örneği**, Yüksek Lisans, 2019
8. R.Toker(Öğrenci), **Turizm bölgesinin çekiciliği açısından imaj ve Erciyes Dağı örneği**, Yüksek Lisans, 2019
9. S.Keskin(Öğrenci), **Adalet ve kalkınma partisi'nin 3 kasım 2002 ve 24 haziran 2018 genel seçim beyannamelerinin muhafazakâr kimlik inşası ve dönüşümü açısından karşılaştırılması**, Yüksek Lisans, 2019
10. D.Demirkaya(Öğrenci), **Dijital ortamların halkla ilişkiler amaçlı kullanımını: Kafe ve restoran işletmelerine yönelik nitel bir araştırma**, Yüksek Lisans, 2019
11. Ö.Öpengin (Öğrenci), **İletişim aracı olarak işaret dilinin kullanılması ve işaret dilinin medyada temsili üzerine uygulamalı bir çalışma**, Yüksek Lisans, 2018
12. M.Üstün (Öğrenci), **Dijital Ortamdaki Yorumlar Ve Çevrimiçi Tüketici Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişki: Stil Temalı Alışveriş Siteleri Kapsamında Bir Araştırma**, Yüksek Lisans, Devam ediyor
13. N. Küçükkoğlu (Öğrenci), **Retro Markalamanın Kuşaklar Arasındaki Tüketim Davranışı Üzerindeki Rolü**, Yüksek Lisans, Devam ediyor
14. S. Erdoğan ÇOLAK (Öğrenci), **Sosyal Medya Yöneticilerinin Yerel Yönetimlerdeki Sosyal Medya Hesaplarını Yönetme Motivasyonları**, Yüksek Lisans, Devam ediyor

Jüri Üyelikleri

Doktora Tez İzleme Komitesi (TİK) Üyeliği, Tez Savunma (Yüksek Lisans), Doktora Yeterlik Sınavı, Tez Savunma (Doktora)

Tasarladığı Dersler

1. İletişim Araştırmalarında Karma Yöntemler, Doktora, 2021 - 2022
2. Dijital İçerik Yönetimi, Lisans, 2021 - 2022
3. Nitel Araştırma Yöntemleri, Yüksek Lisans, 2021 - 2022
4. Sosyal Medya Uygulamaları, Lisans, 2017 - 2018
5. Sektörel Bakışla İletişim, Lisans, 2017 - 2018
6. Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya, Lisans, 2013 - 2014

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

1. **Bireysel ve Sosyal Yönleriyle Dijital Oyun Bağımlılığı**; Cıngı M.; Sosyoloji Divanı, cilt.9, sa.17, ss.103-128, 2021 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)
2. **İslamofobinin Bir Aracı Olarak Oyunlar**; Cıngı M.; İstanbul Müftülüğü Din ve Hayat Dergisi, cilt.12, sa.38, ss.146-150, 2019 (Hakemsiz Dergi)
3. **Dijital Oyunseverlerin İslamofobi İçerikli Oyunlara Bakışı**; Cıngı M.; Medya ve Din Araştırmaları Dergisi, cilt.1, sa.1, ss.49-72, 2018 (Hakemli Üniversite Dergisi)
4. **Nesnelerin İnterneti ve İşbirliği Çağı**; Cıngı M.; TRT Akademi, cilt.1, sa.2, ss.796-797, 2016 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

5. **Online Pazarlama İletişiminde Kullanılan Video İçeriklerinin Ürün Tanıtımına Etkisi;** Cıngı M.; Humanities Sciences, cilt.10, sa.4, ss.145-163, 2015 (Hakemli Üniversite Dergisi)
6. **The Impact Of Internet And Social Media On Kids And Parents Game Habits;** Akdağ M., Cıngı M.; Epiphany Journal of Transdisciplinary Studies, cilt.7, sa.1, ss.63-89, 2014 (Diğer Kurumların Hakemli Dergileri)

Kitap & Kitap Bölümleri

1. **Aşırı İnternet Kullanımı;** Cıngı M. Yeni Medya Çağında Popüler Dijital Sorunlar, Fikret Yazıcı, Hakan Aydın, Editör, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, ss.93- 132, 2020
2. **Dijitalleşmede Hukuksal ve Etik Düzenlemeler;** Cıngı M. Dijital Kültür ve Sosyal Medya, Mustafa Akdağ, Editör, Erzurum Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Erzurum, ss.276-295, 2020
3. **Dijital Mecra Reklamcılığı;** Cıngı M. Dijital Kültür ve Sosyal Medya, Mustafa Akdağ, Editör, Erzurum Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Erzurum, ss.233-254, 2020
4. **Ticarette Dijitalleşme: E-ticaret;** Cıngı M. Dijital Kültür ve Sosyal Medya, Mustafa Akdağ, Editör, Erzurum Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Erzurum, ss.255-275, 2020
5. **Dijital Oyunseverlerin İslamofobi İçerikli Oyunlara Bakışı;** Cıngı M. Medya ve İslamofobi, Hakan Aydın, Metin Eken, Mustafa Derviş Dereli, Editör, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, ss.213- 23, 2019
6. **Turizm Tanıtımında Sosyal Medya Planlaması Erciyes Dağı'nın Tanıtımına Yönelik Bir Plan Önerisi;** Cıngı M. Tezmer Yayınları, Kayseri, 2016
7. **Uluslararası Halkla İlişkiler ve Yeni İletişim Teknolojileri;** Cıngı M. Uluslararası Halkla İlişkiler, Emel Tanyeri Mazıcı, Editör, Türkiye Alim Kitapları (Omniscryptum GmbH & Co. Kg), Saarbrücken, ss.255-286, 2016
8. **Halkla İlişkiler Kampanya Süreci: 4 Adım Yönetimi;** Cıngı M. Halkla İlişkilere Giriş, Metin Işık, Editör, Eğitim Kitabevi, Konya, ss.92-117, 2012

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

1. **Orta Yaş ve Üzeri Bireylerin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Fenomenolojik Bir Araştırma** Cıngı M., Suküt M., Yazılıtaş K. 3. Uluslararası Medya Çalışmaları Sempozyumu, Antalya, Türkiye, 1 - 03 Kasım 2018, ss.59
2. **Sosyal Medyada Benliğin Sunumu: Erciyes Üniversitesi Öğrencileri Kapsamında Bir Araştırma** Cıngı M., Koçak Ö. F. , Suküt M., Eriş S. Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu, Mersin, Türkiye, 18 - 19 Ekim 2018, cilt.1, ss.163-164
3. **Sosyal Medya Kampanyası: Bir Model Önerisi** Cıngı M. 3. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, Kahramanmaraş, Türkiye, 26 - 28 Ekim 2017, ss.418
4. **An examination of ski ng tourists' socio-demographic features and ski ng-specific preferences in Erciyes Ski Centre** YILMAZ E., ÖZEN G., CINGI M. 9th Conference of the International Society for the Social Sciences of Sport, Çorum, Türkiye, 13 - 15 Ekim 2017, ss.41
5. **The Effect of Social Media on the Selection of Ski Center by Ski Lovers: Erciyes Ski Center Example** Cıngı M., Yılmaz E., Özen G. 9th Conference of the International Society for the Social Sciences of Sport, Çorum, Türkiye, 13 - 15 Ekim 2017, ss.43
6. **OYUN ALIŞKANLIKLARI BAĞLAMINDA YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNDEN İNTERNET VE SOSYAL MEDYANIN EBEVEYNLERE VE "DİJİTAL NESİL"**

ÇOCUKLARA ETKİSİ Akdağ M., Cıngı M. Uluslararası Yeni Medya-Yeni Yaklaşımlar Konferansı, Çanakkale, Türkiye, 8 - 09 Mayıs 2014, ss.472-488

7. **The Impact Of Internet And Social Media On Kids And Parents Game Habits** Akdağ M., Cıngı M. International Conference on Education, Culture and Identity (ICECI), Saraybosna, Bosna-Hersek, 6 - 08 Temmuz 2013, sa.1
8. **İnternet ve sosyal medyanın çocukların oyun alışkanlıklarına etkisi** Akdağ M., Cıngı M. 2 nd International Symposium "New Communication Technologies and Social Transformation, Kırgızistan, 1 - 04 Temmuz 2012, ss.681-700

Desteklenen Projeler

1. Cıngı M., Green S., Pemperton A., TÜBİTAK - AB COST Projesi , **Cultures Of Victimology: understanding processes of victimization across Europe**, 2019 - 2023
2. Akdağ M., Cıngı M., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, **Turizm Tanıtımında Sosyal Medya Planlamasına Yönelik Uygulamalı Bir Çalışma: Erciyes Dağı Örneği**, 2013 - 2015
3. Akdağ M., Cıngı M., Yükseköğretim Kurumları Destekli Proje, **Yeni İletişim Teknolojilerinden İnternet ve Sosyal Medyanın Ebeveynler ve "Dijital Nesil" Çocuklarının Oyun Alışkanlıklarına Etkisi**, 2012 - 2014

Bilimsel Kuruluşlardaki Üyelikler / Görevler

1. Kayseri Valiliği YIKB Bağımlılıkla Mücadele İl Koordinasyon Kurulu, Bilim Kurulu Başkanı, 2022 - Devam Ediyor
2. TÜHİD - Türkiye Halkla İlişkiler Derneği, Üye, 2020 - Devam Ediyor
3. Kayseri Valiliği YIKB Bağımlılıkla Mücadele İl Koordinasyon Kurulu, Bilim Kurulu Üyesi, 2019 - Devam Ediyor

Bilimsel Hakemlikler

1. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi
2. Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi
3. Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi
4. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi
5. OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, Hakemli Bilimsel Dergi
6. Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Diğer Dergiler
7. Medya ve Din Araştırmaları Dergisi , Hakemli Bilimsel Dergi
8. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi , Hakemli Bilimsel Dergi
9. Erciyes İletişim Dergisi , Hakemli Bilimsel Dergi
10. Tourism Management, SSCI Kapsamındaki Dergi

Akademik Dolaşım Faaliyetleri

Erasmus Programı, Ders Verme, Wyższa Szkoła Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu, Polonya, 2018

Davetli Konuşmalar

1. **Bağımlılıkta Neyi Gözden Kaçırıyoruz?**, Çalıştay, Sağlık Bakanlığı Kayseri İl Sağlık Müdürlüğü, Türkiye, Nisan 2022
2. **Teknoloji Bağımlılığı İle Mücadele**, Çalıştay, İlim Yayma Cemiyeti Kayseri, Türkiye, Şubat 2022

3. **Sosyal Medyanın Bilinçli Kullanımı**, Seminer, İlim Yayma Cemiyeti Kayseri, Türkiye, Ocak 2022
4. **Trafik Denetimlerinde Halkla İlişkiler ve İletişim Eğitimi**, Konferans, Kayseri Emniyet Müdürlüğü, Türkiye, Kasım 2020
5. **Sosyal Medya Kullanımı**, Konferans, T.C. Millî Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü, Türkiye, Kasım 2019
6. **Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı**, Konferans, Erciyes Üniversitesi, Türkiye, Ekim 2019
7. **Sosyal Medya Bağımlılığı ve Çözüm Önerileri**, Seminer, Kayseri Valiliği YIKB Bağımlılıkla Mücadele İl Koordinasyon Kurulu, Türkiye, Ağustos 2019
8. **İmam Hatip Okullarının Toplumsal Algısı**, Algı Yönetimi, Kurumsal İmaj Yönetimi, Konferans, T.C. Melikgazi Kaymakamlığı İlçe Millî Eğitim Müdürlüğü, Türkiye, Nisan 2019
9. **Medya ve İnternet Bağımlılığı**, Konferans, Erciyes Koleji, Türkiye, Aralık 2018
10. **Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı**, Konferans, Erciyes Üniversitesi, Türkiye, Eylül 2017
11. **İletişim ve Sosyal Medya**, Seminer, T.C. Yeşilhisar Kaymakamlığı İlçe Millî Eğitim Müdürlüğü, Türkiye, Haziran 2017
12. **İnsani Yardım ve İletişim**, Konferans, Türk Kızılayı Gençlik Hizmetleri Müdürlüğü, Türkiye, Mart 2017
13. **Sosyal Medya ve Medya Planlaması**, Konferans, Türkiye Gençlik Vakfı Kayseri, Türkiye, Mart 2017

Adı Soyadı: Mustafa KOÇOĞLU

Unvanı: Dr. Öğr. Üyesi

Aldığı Dereceler:

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Mezuniyet Yılı
Doktora	İktisat	Erciyes Üniversitesi	2020
Y. Lisans	İktisat	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	2014
Lisans	İktisat	Nevşehir Üniversitesi	2012

Kurumdaki Hizmeti

Süresi: 2 yıl	İlk Atama Tarihi:	2020
Terfiler		
Unvan	Tarih	
Dr.Öğr.Üyesi	2020 devam ediyor	

[Scopus Author ID: 57303652200](#)

[ResearcherID: ABB-9522-2021](#)

[Loop profile: 1734648](#)

[Orcid ID: 0000-0002-2942-8276](#)

SCI ve SSCI İNDEKSLERİNE GİREN DERGİLERDE YAYINLANAN MAKALELER

(Q1-Q2)

1. Tunc, A., Kocoglu, M., & Aslan, A. (2022). Time-varying characteristics of the simultaneous interactions between economic uncertainty, international oil prices and GDP: A novel approach for Germany. *Resources Policy*, 77, 102658.
2. Tiwari, A. K., Kocoglu, M., Banday, U. J., & Awan, A. (2022). Hydropower, human capital, urbanization and ecological footprints nexus in China and Brazil: evidence from quantile ARDL. *Environmental Science and Pollution Research*, 1-18.
3. Banday, U. J., & Kocoglu, M. (2022). Modelling Simultaneous Relationships Between Human Development, Energy, and Environment: Fresh Evidence from Panel Quantile Regression. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-23.
4. Awan, A., Kocoglu, M., Banday, T. P., & Tarazkar, M. H. (2022). Revisiting global energy efficiency and CO2 emission nexus: fresh evidence from the panel quantile regression model. *Environmental Science and Pollution Research*, 1-14.
5. Kocoglu, M., Awan, A., Tunç, A., & Aslan, A. (2021). The nonlinear links between urbanization and CO2 in 15 emerging countries: Evidence from unconditional quantile and threshold regression. *Environmental Science and Pollution Research*, 1-12.

SCI ve SSCI İNDEKSLERİNE GİREN DERGİLERDE YAYINLANACAK MAKALELER (forthcoming) (Preprint) (Q1-Q2)

1. "Mitigating Ecological Footprints in India through Nuclear energy, human capital, and urbanization: Empirical evidence from QARDL and quantile co-integration" (forthcoming) *Environment, Development and Sustainability*
2. "Time-varying causality between oil price and exchange rate in five ASEAN economies" (forthcoming) *Economic Change and Restructuring*

DİĞER DERGİLERDE YAYINLANAN MAKALELER

1. Koçoğlu, M., & Doyar, B. V. (2020). Bootstrap Panel Causality Testing Of Tourism And Gdp Nexus For Upper-Middle Income Countries. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11(Ek), 80-89.

D. Atıflar

Web of Science: 8

Adı Soyadı: Kürşad GÖLGELİ

Unvanı: Dr. Öğr. Üyesi

Aldığı Dereceler

Derece	Alan	Kurum	Yıl
Lisans	Halkla İlişkiler	Atılım Üniversitesi, İşletme Fakültesi	2006
Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı	Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü	2009

Doktora	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı	Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü	2015
---------	---	---	------

Kurumdaki Hizmeti

Süresi:	12 Yıl 6 ay	İlk Atama Tarihi:	Kasım 2009
---------	-------------	-------------------	------------

Terfiler

Unvan	Tarih
Arş. Gör.	2009
Arş. Gör. Dr.	2015
Yrd. Doç. Dr.	2017
Dr. Öğr. Üyesi	2018

Diğer İş Deneyimi:

- ERÜ Sosyal Bilimler MYO, ERÜ Kayseri MYO, Ücr. Öğretim Görevlisi, 2008-2009
- ERÜ Ersem, Halkla İlişkiler Uzmanlığı Sertifika Programı, Yönetici Asistanlığı Sertifika Programı, Eğitimci, 2009-2010

Danışmanlıkları:

- ERÜ İletişim Kulübü, Danışman Hocası, 2012-2016
- ERÜ Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Kulübü, Danışman Hocası, 2018-2019

Üyesi Olduğu Mesleki ve Bilimsel Kuruluşlar

- AKADEMİA, Yardımcı Editör, 2010 - 2012
- AKADEMİA, Hakem, 2017 - Devam Ediyor
- OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, Hakem, 2020 - Devam Ediyor

Aldığı Ödüller:

- Gölgeli K., Akdağ M., "En İyi Bildiri, International Congress on Current Debates in Social Sciences (CUDES), Aralık 2017 <https://www.erciyes.edu.tr/Duyuru-Haber/Iletisim-Fakultesi%E2%80%99ne-%E2%80%9CMedya-Calismalarinda-En-Iyi-Makale%E2%80%9D-Odulu/8708>

Son Beş Yıldaki Yayınları:

Dergilerde Yayınlanan Makaleler

1. Tanyeri Mazici E., Gölgeli K., "Job satisfaction in terms of social gender equality in employees and its effect on the corporate reputation: The sample of ERU academicians", International Journal of Social Sciences and Education Research, vol.3, pp.508-518, 2017 <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/251778>
2. Gölgeli K., Yavalar D. E., Macit K., Bir Dış Paydaş Olan Mezunların İtibar Algılamaları: Erü İletişim Fakültesi Örneği, Digital Communication Journal, Vol: 5 Issue: 6 pp:37-54 , 2022

Hakemli Kongre / Sempozyumların Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

1. Tanyeri Mazici E., Gölgeli K., "Job Satisfaction in Terms of Social Gender Equality in Employees and Its Effect on The Corporate Reputation: Sample of Eru Academicians", 2nd International Conference on Social Sciences & Education Research, İSTANBUL, TÜRKİYE, 4Kasım-6Aralık2016,pp.147-147 <http://dergipark.gov.tr/uploads/files/8e4d/9869/7191/595fef56bbf2f.pdf>
2. Gölgeli K., Akdağ M., "Internet Use by College Students:A Comparative Analysis by Genders in İstanbul and New York Example", 6Th International Congress on Current Debates in Social Sciences (CUDES), İSTANBUL, TÜRKİYE, 14-16 Aralık 2017,

pp.346-346

http://2017.currentdebates.org/assets/xprogram_abstract_book_cudes2017.pdf

3. Gölgeli K., Akdağ M., "Ebeveynlerin Dijital Oyun ile ilgili Tutumları ve Oyunreklam(Advergame) İçeriklerinin Okul Çağındaki Çocuklar Üzerindeki Etkileri: ERÜ Akademisyenleri Örneği", 3rd International Science Symposium New Horizons in Science, Pristina, KOSOVA, 5-8 Eylül 2018, pp.110-110
<http://www.issnwsa.com/wp-content/uploads/2017/09/ISS2018-ABSTRACT-BOOK.pdf>
4. Gölgeli A., Tanyeri Mazici E., Gölgeli K., "Hibe Projelerinin Değişim Gücü: Yemliha Hazırlanıyor Yarınlar", 2. Uluslararası Kadın Kongresi, İzmir, Türkiye, 4-5 Ekim 2018, pp.432-440

Kitap Bölümleri

1. Gölgeli K., Akdağ M., "Internet Use By College Students: A Comparative Analysis By Genders In Istanbul And New York Example", in: Academic Research in Social, Human and Administrative Sciences-II, Tanrıtanır Bülent Cercis, Özer, Sevilay, , Eds., Gece Kitaplığı, Ankara, pp.1-1, 2018
2. Gölgeli K., "Internet Advertising From The Users' Perspective: A Comparative Analysis On Istanbul And New York", in: Recent Advances in Social Sciences, Efe R., Koleva I., Ozturk M., Arabacı R., Eds., Cambridge Scholars Publishing, Newcastle, pp.51-71, 2019
<https://books.google.com.tr/books?id=HWJ6DwAAQBAJ&pg=PA51&lpg=PA51&dq=kursad+golgeli+istanbul+newyork&source=bl&ots=klcEZd2RBQ&sig=ACfU3U26GWR4kYsgoMhgrKMbQZeZj72qJA&hl=tr&sa=X&ved=2ahUKEwjEpafssHgAhURiK YKHZjVDD8Q6AEwCHoECAgQAQ#v=onepage&q&f=false>
3. Gölgeli K., Kişilerarası İletişimde Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Duyarlılık, Disiplinlerarası Bakış Açısı ile Kadın Erkek Eşitliği, Asuman Gölgeli Elif Deniz Şafak Emel Tanyeri Mazıcı Hülya Argunşah Jale Metin Kıyıcı Masreka Khan Zeynep Ölçü Dinçer, Editör, Efe Akademi, İstanbul, 2020

10.Son beş yılda verdiği kurumsal ve mesleki hizmetler:

- Türk Anneler Derneği, Eylül 2014 – Eylül 2015, Yemliha Hazırlanıyor Yarınlar, Ekonomik Güçlendirme, Eğitimci
- Yahyalı Belediyesi Avrupa Birliği Projesi, 2016 Şubat – 2016 Mayıs Çağrı Merkezi Elemanı Yetiştirme Kursu, Eğitimci
- Engelliler Konfederasyonu, 2017 Mart – Mayıs 2017 Engelleri Konuşarak Aşalım Çağrı Merkezi Projesi, Eğitimci

11.Son beş yıldaki akademik gelişme etkinlikleri:

- Tallinn Üniversitesi, 2016-2017, Ziyaretçi Araştırmacı (görevlendirme)
- 2nd International Conference on Social Sciences & Education Research, İstanbul, TÜRKİYE, 4 Kasım - 6 Aralık 2016, Katılımcı
- 6Th International Congress on Current Debates in Social Sciences (CUDS), İstanbul, TÜRKİYE, 14-16 Aralık 2017, Katılımcı
- 3rd International Science Symposium New Horizons in Science, Pristina, Kosova, 5-8 Eylül 2018, Katılımcı
- Uluslararası Kadın Kongresi, İzmir, Türkiye, 4-5 Ekim 2018, Katılımcı

Adı Soyadı: Nilay Akgün Akan

Unvanı: Arş. Gör. Dr.

Aldığı Dereceler

Derece	Alan	Kurum	Yıl
Doktora	İletişim Bilimleri	Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi	2019
Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi	2012
Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi	2003

Kurumdaki Hizmeti

Süresi: 9 yıl	İlk Atama Tarihi: 28/01/2013
Terfiler	
Unvan: Arş. Gör. Dr.	Tarih: 26/12/2019

Son Beş Yıldaki Yayınları:

Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

1. Akgün Akan Nilay (2021). Türkiye'deki Covid-19 Reklamları: Bilgilendirici ve Dönüşümsel Mesaj Stratejilerinin Kullanımı. Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi/26306220(38), 55-72., Doi: 10.17829/turcom.934232 (Yayın No: 7404390)
2. Akgün Akan Nilay (2020). Dijital Dönüşümün İletişim Alanındaki Araştırmalara Yansıması: Doktora Tezleri Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz. Social Sciences Studies Journal, 6(65), 2766-2777. (Yayın No: 6531064)
3. Akgün Akan Nilay, Tanyeri Mazıcı Emel (2020). Reklamın Değişen Yüzünde Çevrim İçi Davranışsal Reklamcılık: İnternet Kullanıcıları Perspektifinden Bir Araştırma. Erciyes İletişim Dergisi, 7(2), 1453-1479., Doi: <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.706855> (Yayın No: 6531196)
4. Akdağ Mustafa, Akgün Akan Nilay (2017). Dijital reklamcılık bağlamında çevrimiçi davranışsal reklamcılık ve üniversite gençliğinin çevrimiçi reklam algısı. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD), 4(11), 1-10. (Yayın No: 3766839)

Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler :

1. Akgün Akan Nilay (2021). Reklamcılık Alanındaki SSCI İndeksli Dergilerin Bibliyometrik Değerleri Üzerine Bir İnceleme. CICMS 2020 Ege Üniversitesi & Erciyes Üniversitesi (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:7191961)
2. Akgün Akan Nilay (2021). Ekolojik Krizin Dijital Mecralarda Yer Alan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Reklamları Bağlamında İncelenmesi. İFİG Üsküdar Üniversitesi 26-27-28 Mayıs 2021 (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:7191968)
3. Akdağ Mustafa, Akgün Akan Nilay (2019). Kişiselleştirilmiş Reklamlar: İnternet Kullanıcılarının Facebook'taki Kişiselleştirilmiş Reklam Algısı. Cudes (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:6531172)
4. Akdağ Mustafa, Akgün Akan Nilay (2018). Dijitalleşmenin Yaşam Tarzlarına ve Reklamlara Yansıması: 7/24 Sağlık Danışmanlığı Hizmeti Reklam Örneği. CUDES (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:6531149)

Yazılan ulusal/uluslararası kitaplardaki bölümler:

DİJİTAL OYUNLAR-2 :

Araçlar, Metodolojiler, Uygulamalar ve Öneriler, Bölüm adı:(DİJİTAL OYUNLARDAN)

REKLAM VE ETKİLERİ) (2022)., AKGÜN AKAN NİLAY, Nobel Akademik Yayıncılık, Editör:Prof. Dr. Şeref SAĞIROĞLU, Prof. Dr. Halil İbrahim BÜLBÜL, Dr. Ahmet KILIÇ, Dr. Mustafa KÜÇÜKALİ, Dr. Şahin BAYZAN, Doç. Dr. Yavuz SAMUR, Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 616, ISBN:978-625-417-718-7, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 7672935)

Yeni Medya, Yeni Mekan, Yeni Mesaj, Bölüm adı:(Dijital Reklamcılık ve İçerik Üretimi: Instagram'da Influencer Reklamcılık) (2020)., Akgün Akan Nilay, Palet Yayınları, Editör:Onur Önürmen, Basım sayısı:1, ISBN:978-625-7057-59-2, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 6585694)

Contemporary Challenges in Business and Life Sciences, Bölüm adı:(Kişiselleştirilmiş Reklamlar: İnternet Kullanıcılarının Facebook'taki Kişiselleştirilmiş Reklam Algısı) (2019)., Akdağ Mustafa,Akgün Akan Nilay, IJOPEC Publication Limited, Editör:Cüneyt Akar, Hakan Kapucu), Basım sayısı:1, Sayfa Sayısı 187, ISBN:978-1-912503-74-2, İngilizce(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 5605757)

Current Debates in Public Relations Communication Studies, Bölüm adı:(Reflection of Digitalization in Life Styles and Advertisements: Example of Advertisement Health Consultant Service) (2018)., Akdağ Mustafa,Akgün Akan Nilay, IJOPEC Publication Limited, Editör:Öze Nuran, Basım sayısı:1, ISBN:978-1-912503-40-7, İngilizce(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 4665540)

Adı Soyadı: Ömer Faruk Koçak

Unvanı: Arş. Gör. Dr.

Aldığı Dereceler:

Derece	Alan	Kurum	Yıl
Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Erciyes Üniversitesi	2014
Doktora	İletişim Bilimleri	Erciyes Üniversitesi	2020

Kurumdaki Hizmeti

Süresi: 9 yıl	İlk Atama Tarihi:	30 Ocak 2013
Terfiler		
Unvan: Doktor	Tarih: 22 Ocak 2020	

Diğer İş Deneyimi: Yok

Danışmanlıkları: Yok

Üyesi Olduğu Mesleki ve Bilimsel Kuruluşlar: Yok

Aldığı Ödüller: Yok

Son Beş Yıldaki Yayınları:

BİLDİRİ

1. Sosyal Medyada Benliğin Sunumu: Erciyes Üniversitesi Öğrencileri Kapsamında Bir Araştırma cıngı m. , Koçak Ö. F. , Suküt M., Eriş S.
2. Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu, Mersin, Türkiye, 18 - 19 October 2018, cilt.1, ss.163-164
3. Reklamda Korku Çekiciliği Kullanımı: Dergi Reklamları Üzerine Bir İnceleme Akdağ M., Koçak Ö. F.II. INES Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresi, 18 - 21 September 2017

4. A Comparative Study On Social Responsibility And Corporate Image Relation Akdağ M., Koçak Ö. F. International Association of Social Science Research (IASSR), 4 - 08 May 2016
5. Uluslararası Öğrencilerin Kültürleşme Stresi Düzeylerine İlişkin Nicel Bir Araştırma Akdağ M., Koçak Ö. F. USBIK 2020 3. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi , Kayseri, Türkiye, 29 - 31 Ocak 2020, ss.83

KİTAP BÖLÜMÜ

1. Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları 2018 Akdağ M., Koçak Ö. F. Kişilerarası İletişim Motivasyonları Bağlamında Sosyal Ağ Sitelerinin Kullanımı, TAPUR Tahsin, AVŞAROĞLU, Selahattin, Arslan Emel, Kılınç Mustafa, Editör, Çizgi Kitabevi, Konya, ss.63-70, 2018
2. II. International academic research CONGRESS
3. AKDAĞ M., KOÇAK Ö. F. Reklamda Korku Çekiciliği Kullanımı: Dergi Reklamları Üzerine Bir İnceleme, Erdal Hamarta ,Coşkun ARSLAN, Sabahattin Çiftçi, Selahattin Avşaroğlu, Onur Köksal, Mustafa USL, Editör, Çizgi Kitabevi, Konya, ss.1175-1180, 2017
4. Gruplar Arası Tehdit Algısının Dijital Yansımaları: İnteraktif Sözlüklere Yönelik Bir Araştırma, Koçak Ö. F., Dijital Çağda İletişim Kültür ve Medya 1

Adı Soyadı: Nedim KARADUMAN

Unvanı: Araştırma Görevlisi Dr.

Aldığı Dereceler

Derece	Alan	Kurum	Yıl
Yüksek Lisans	Gazetecilik	Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi	2015
Lisans	İletişim Tasarımı ve Yönetimi	Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi	2012

Kurumdaki Hizmeti

Süresi: 4	İlk Atama Tarihi:	2016
Terfiler		
Unvan	Tarih	
Araştırma Görevlisi	2016	

Diğer İş Deneyimi:

Danışmanlıkları:

Üyesi Olduğu Mesleki ve Bilimsel Kuruluşlar

Aldığı Ödüller:

Son Beş Yıldaki Yayınları:

1. Akdağ M., Karaduman N. (2018). Moda Blogları ve Tüketim Kültürü İlişkisi: Instagram Fenomeni Üzerine Netnografik Bir Araştırma, 957-963. İçinde III. INES Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimler Kongresi Tam Metin Kitabı, Çizgi Kitabevi, Konya. ISBN: 978-605-196-188-0
2. Karaduman, N. (2017). Popüler kültürün oluşmasında ve aktarılmasında sosyal medyanın rolü. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31(43), 113-133.

3. Karaduman N., Tarhan A., Akdağ M. (2017). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışmalarının Sosyal Medyada Duyurulması Üzerine Ülker, Eti Ve Torku Örneğinde Bir Araştırma. 2.Uluslararası İletişim, Edebiyat, Müzik ve Sanat Çalışmalarında Güncel Yaklaşımlar Kongresi, Kocaeli, 26 - 27 Ekim 2017.

10.Son beş yılda verdiği kurumsal ve mesleki hizmetler:

11.Son beş yıldaki akademik gelişme etkinlikleri:-

Adı Soyadı: Tarık KODAL

Unvanı: Arş. Gör.

Aldığı Dereceler

Derece	Alan	Kurum	Yıl
Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler	Erciyes Üniversitesi	2016
Lisans	Halkla İlişkiler	Ankara Üniversitesi	2012

Kurumdaki Hizmeti

Süresi: 7	İlk Atama Tarihi: 2013
------------------	-------------------------------

Terfiler

Unvan	Tarih
Arş. Gör.	2013

Diğer İş Deneyimi:

Danışmanlıkları:

Üyesi Olduğu Mesleki ve Bilimsel Kuruluşlar:

Aldığı Ödüller:

Son Beş Yıldaki Yayınları:

Diğer Dergilerde Yayınlanan Makaleler

1. Kültürel Diplomasi Aracılığıyla Ülke İmajı: Orta Asya Türk Cumhuriyetleri Perspektifinden Bir Araştırma TANYERİ MAZICI E. , Kodal T. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi-The Journal of International Social Search, cilt.8, ss.965-974, 2015 (Hakemli Üniversite Dergisi)

Hakemli Kongre / Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

1. Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Lisans Eğitimine Yönelik Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Nitel Bir Araştırma Tanyeri Mazıcı E. , Kodal T. III. Ines International Education and Social Science Congress, Antalya, Türkiye, 28 April - 01 May 2018, ss.202-209

Son beş yılda verdiği kurumsal ve mesleki hizmetler:

- Adalet Bakanlığı Uzlaştırmacı Adayları için İletişim 2018, 2019
- Erciyes Üniversitesi Aday Memurlar için Halkla İlişkiler 2016, 2018

Son beş yıldaki akademik gelişme etkinlikleri:-

Uluslararası Bildiri

1. Soft Power On The Context Of International Public Relations: A Research On Internal Target Group, X. European Conference on Social and Behavioral Sciences, Sarajevo, Bosna Hersek, 19-22 Mayıs 2016

Desteklenen Projeler

Bilimsel Hakemlikler

Ek 1.3 Teçhizat (Eğitim Araçları)

Erciyes Üniversitesi Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi'nde yer alan, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü eğitim öğretim sürecinde kullanılan -Ölçüt 7 de de Ek 1.3'de sunulacağı belirtilen- öğretim ve laboratuvar teçhizatları ile ilgili detaylı bilgiler şu şekildedir:

Sınıflar

Modern eğitim ve öğretim tekniklerine uygun olarak donatılmış sınıflarda; Beyaz Tahta, , Bilgisayar, Projeksiyon Cihazı, Ses Sistemi, Askılık, Perde ve yeterli sayıda öğrenci sıra ve sandalye mevcuttur.

Fakültemizde derslerin yapıldığı B blok 1. Katta Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü'nün kullanımına sunulmuş D5, D6, D7, D8, D9 sınıfları vardır. Bu sınıflar sırasıyla 110-100-84-84-88 öğrenci kapasitelidir.

Sıra No	Sınıf Adı	Sınıf Mevcudu	Makine- Teçhizat
ZEMİN KAT Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü	D-1	130	Beyaz Tahta, Atatürk Resmi, İstiklal Marşı, Gençliğe Hitabe, Saat, Kürsü, Hoca Kürsüsü, Hoca Sandalyesi, Bilgisayar, Projeksiyon Cihazı, Ses Sistemi, Askılık, Perde, Çöp Kutusu ve Sınıf Mevcudu sütununda belirtilen sınıf mevcudu kadar Öğrenci Sıra ve Sandalyesi mevcuttur.
	D-2	110	
	D-3	110	
	D-4	104	
1. KAT Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü	D-5	110	
	D-6	100	
	D-7	84	
	D-8	84	
	D-9	88	
2. KAT Gazetecilik Bölümü	D-10	117	
	D-11	110	
	D-12	110	
	D-13	99	
Etüt Merkezi	E-1	56	
	E-2	63	

Etüt Merkezleri:

Fakültenin tüm öğrencilerinin kullanımına açık iki adet etüt merkezi bulunmaktadır. Bu merkezler sırayla 56-63 kişi kapasitesine sahiptir.

Laboratuvarlar

Fakültede iki adet bilgisayar Laboratuvarı bulunmaktadır. Bu Laboratuvarlar bilgisayar derslerinde ve öğrencilerin ödev ile proje yapımında kullanılmaktadır.

Sıra No	Laboratuvar Adı	Makine- Teçhizat
1	Bilgisayar Laboratuvarı 1	Hoca masası, Hoca sandalyesi, 50 adet bilgisayar ve bilgisayar masası, projeksiyon cihazı, Ses Sistemi, Perde, Çöp Kutusu mevcuttur.
2	Bilgisayar Laboratuvarı 2	Hoca masası, Hoca sandalyesi, 46 adet bilgisayar ve bilgisayar masası, projeksiyon cihazı, Ses Sistemi, Perde, Klima, Çöp Kutusu mevcuttur.

Atölyeler (Uygulama Merkezleri)

HİT Atölyesi (DÜKKAN): Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü bünyesinde 2009 yılında kurulan Halkla İlişkiler Atölyesi, 2012 yılında “ Muazzam Fikirler Dükkanı” ismi altında PR, Reklam, Digital Media ve İnsan Kaynakları olmak üzere dört ana departmana ayrılarak bir iletişim ajansı kimliğine kavuşmuştur. Her departmanda öğrencilerimizin derslerinde gördükleri teorik bilgileri kendi sektörleri ile alakalı proje çalışmalarına yansıtarak pratiğe dökülebildiği Dükkan, çalışanlarına konularına hakimiyetin yanı sıra grupta çalışma ve özgüven nitelikleri kazandırmayı amaç edinmiştir. Her departmanın kendi içinde direktör, direktör yardımcısı, senior ve junior gibi unvanlara ayrıldığı sade bir organizasyona sahip ajansta kariyer planlaması ve yönetimi yapılarak fakülteye yeni adım atmış Dükkan çalışanlarının koordinatör olabilmesine kadar olan süreçte bir eğitim ve öğretim vazifesi misyon edinilerek kurumsallaşmaya devam edilmektedir. Nihai hedefin, öğrencilere mezun olduklarında çalıştıkları yerde sanki dün çalışıyormuşçasına hakimiyet kazandırmak olduğu Dükkan, Arş. Gör. Dr. Ömer Faruk KOÇAK yönetiminde event, seminer, workshop ve organizasyon çalışmaları yürütmektedir. Proje bazlı yürüttüğü çalışmalar ile Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD)’ nin düzenlemiş olduğu Altın Pusula Genç İletişimciler Yarışması Ödülünü, Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği (RATEM)’ nin düzenlemiş olduğu Aklıma Bir Fikir Geldi” Yarışması Ödülünü, Aydın Doğan Vakfı’nın düzenlemiş olduğu Genç İletişimciler Yarışması’nda da farklı kategorilerde pek çok ödülü toplayarak başarısını tescil ettirmiştir.

HİT Atölyesi (DÜKKAN)	
Malzeme	Adet
Ayaklı Işık (Aydınlatma)	1 Adet
Projeksiyon Perdesi	1 Adet
Samsung Yazıcı	1 Adet
Fotoğraf Makinası (Tripot)	1 Adet
SONY LBT-D309 Müzik Çalar	2 Adet
SONY LBT-D309 Müzik Çalar Ekipmanı	1 Adet
TpLink Descol Swiche	1 Adet
Bilgisayar	2 Adet

Reklam Atölyesi (EVREKA): Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü bünyesinde 2014 yılında kurulan Reklam Atölyesi, fakültemizin “Muazzam Fikirler Dükkanı” isimli iletişim ajansının reklam departmanını oluşturmaktadır. “Reklam Dükkanı” isimli atölyemiz teorik olarak derslerde alınan bilgilerin uygulama alanına yansıtılmasında, yaratıcılıkların ortaya çıkarılması ve geliştirmesinde, öğrencilerin grupta çalışma ve özgüven yetilerinin kazandırılmasında eğlenceli ortamıyla önemli bir uygulama birimidir. Atölyede görev yapan

öğrencilerimiz, Arş. Gör. Dr. Nilay Akgün AKAN yönetiminde kampanya ağırlıklı çalışmaktadır. Atölyemiz Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği (RATEM)'nin düzenlemiş olduğu "Aklıma Bir Fikir Geldi Yarışması Gazete Dergi Dalı Birincilik Ödülü"nü, Aydın Doğan Vakfı'nın düzenlemiş olduğu Genç İletişimciler Yarışması'nda da "Reklam Kampanyası Büyük Ödülü"nü, "Basılı Reklam" dalındaki ödülleri ve "Sosyal Medya" kategorisindeki 2 biricilik ve bir üstün başarı ödülünü alarak başarısını tescil ettirmiştir.

Reklam Atölyesi (EVREKA)	
Malzeme	Adet
DVD Oynatıcı	1 Adet
Yazıcı	1 Adet
Bilgisayar	4 Adet

Gazete ERÜ: İletişim Fakültesi bünyesinde, Gazetecilik Bölümü öğrencileri tarafından çıkarılmakta olan Gazete ERÜ, 2006 yılında kurulmuştur. Haberlerinin hazırlanmasından tasarımına kadar bütün aşamalarında öğrencilerin görev aldığı ERÜ Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi Uygulama Gazetesi'nin misyonu ilk sayısından bugüne, iletişim eğitiminin pratiğini, özgür ve bağımsız ortamda öğrencilere sunmak olmuştur. Gazete yayınlanırken amaç, ders bünyesinde kalan bilgilerin, uygulamaya aktarılması gereksinimiydi. Bu bağlamda, genç iletişimcilerin sektöre adım atmadan önce ilk uygulama yeri olarak Gazete ERÜ bünyesinde görev almaları, kendi bilgi ve yeteneklerini sınaması anlamında onlar için önemli bir şanstır. Gazete ERÜ'nün birinci amacı; İletişim Fakültesi Gazetecilik bölümü öğrencilerinin gazetecilik lisans öğrenimlerini uygulamaya dönüştürmek, işi mutfağında öğretmek ve böylece sektöre atılmadan önce gazetecilik deneyimi kazanmalarına katkıda bulunmaktır. İkinci amaç; öğrenciler tarafından hazırlanan haberlerin tüm üniversite ve diğer iletişim fakülteleri, kurum ve kuruluşlarla paylaşılmasını sağlamaktır. Kuşak düzenlemesi mantığıyla, röportaj, kültür-sanat, inceleme-araştırma, spor, haber sayfaları oluşturarak içerik zengin tutulmaya çalışılmaktadır. Fakültemizin araştırmalarını, çalışmalarını, hedeflerini etkin bir biçimde ileten ve özel haberleriyle örnek bir gazete olma yolunda ilerleyen Gazete ERÜ'nün öncelikli hedefi, düzenli çıkan ve ses getiren bir üniversite gazetesi olmak, kamuoyunda güçlü ve etkin bir konuma kavuşmaktır. Aylık periyotla okuyucuyla buluşan Gazete ERÜ, 12 renkli sayfadan oluşmaktadır. Gazetecilik bölümü öğrencilerimiz, Gazete ERÜ'de yer alan çalışmalarıyla Aydın Doğan Vakfı'nın ve TRT'nin iletişim fakülteleri arasında düzenlediği "Genç İletişimciler" yarışmalarında kazandıkları ödüllerle farklılıklarını ortaya koyarak, adlarından çokça söz ettirmiştir. Gazetenin Genel Yayın Yönetmenliğini Prof. Dr. Hakan AYDIN, sorumlu yazı işleri müdürlüğünü. Dr. Öğr. Üyesi Deniz Elif YAVALAR üstlenmektedir.

Gazete ERÜ Uygulama Birimleri Teçhizatı

Malzeme	Adet
Beko Klima	1 Adet
Yazıcı	2 Adet
Çalışma Dolabı	1 Adet
Ufak Orta Sehpa	1 Adet
Bilgisayar	14 Adet
Projeksiyon Cihazı	1 Adet
Ses Kayıt Cihazı	1 Adet

Fotoğrafçılık Atölyesi: 2013 yılında kurulan ERİFA, kurulduğu günden itibaren Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin fotoğraf alanında teknik ve sanatsal gelişimlerini destekleyici çalışmalar üretmenin yanı sıra, aşağıdaki derslerin etkin ve aktif bir şekilde işlenmesine olanak sağlamaktadır.

-Gazetecilik Bölümü: Temel Fotoğrafçılık

-Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü: Reklam Fotoğrafçılığı

-Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü: Fotoğrafçılığa Giriş ve Uygulamalı Fotoğrafçılık

Öğrenciler 45 kişilik kapasiteye sahip olan atölyede yapılan derslerde; reklam fotoğrafçılığından makro fotoğrafçılığa kadar birçok alanda çalışmalarını ders sorumlusu akademik personel eşliğinde öğrenme ve uygulama olanağı bulmaktadırlar.

Fotoğraf ve Fotoğrafçılık Atölyesi	
Malzeme	Adet
Canon 5d Marx II	1 Adet
Canon 7-D	1 Adet
Canon 24-85 Lens	1 Adet
Canon 28-90 Lens	1 Adet
Canon 100 Makro Lens	1 Adet
Tetikleyici	1 Adet
Geniş Açılı Lens	1 Adet
Canon 100-400 Lens	1 Adet
Manfrotto Tripot (161MK2B)	1 Adet
Manfrotto Tripot Kafası 229	1 Adet
Hansel Pro Flash Seti Dörtlü	1 Adet
Projeksiyon Cihazı	1 Adet
Bilgisayar	1 Adet
Fotoğraf Işık Seti	1 Adet

Gazetecilik Bölümü alt yapısında yer alan Gazete ERÜ, Fotoğrafçılık Atölyesi gibi uygulama birimlerinin yanında, Gazetecilik Bölümü öğrencileri İletişim Fakültesi'ndeki Radyo, Televizyon ve Sinema, Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümlerinin bünyesinde yer alan uygulama birimlerinden de faydalanabilmektedir. Bu uygulama birimleri şunlardır:

ERÜ TV: Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi bünyesinde kurulan ERÜ Televizyonu teknik alt yapının tamamlanmasının ardından 2002 yılı içinde UHF 45. kanaldan yerel bazda test yayınlarına başlamıştır. Üniversitemizin 2002-2003 eğitim-öğretim yılı açılış törenini canlı yayınlayarak normal yayınına başlayan ERÜ Televizyonu, Yirmi dört saat kesintisiz yayınlarını sürdürmektedir. Eğitim amacıyla kurulmuş bir uygulama birimi olan Üniversite Televizyonu'nun yayın politikasının temelinde "uygulamalı eğitim" anlayışı yatmaktadır. Bu anlayış çerçevesinde gerek yapım gerekse yayın aşamalarında öğrencilere teorik bilginin yanı sıra, uygulamalı televizyonculuk eğitimi verilmektedir. Televizyonun teknik alt yapısı yayıncılık faaliyetlerine ek olarak, öğrencilerin alanla ilgili proje çalışmaları içinde önemli bir imkân niteliğindedir. Bunun yanı sıra yerel bir kamu televizyonu olmanın verdiği sorumluluk çerçevesinde bölge halkının sosyo-kültürel açıdan gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Bu amaçla yapılan eğitim, sağlık, kültür, sanat ve müzik programları bu ihtiyacı karşılamaya

yöneliktir. Ayrıca, Üniversite bünyesinde gerçekleştirilen tüm etkinlikler bölge halkına linkler aracılığıyla canlı olarak aktarılmaktadır.

Kampus Televizyonu 500 Watt'lık bir vericiyle yayınlarını Kayseri'nin tamamına ulaştırmaktadır. Tamamıyla öğrenciler tarafından yürütülebilen bir yapıya sahip olan Kampus Televizyonu, özellikle Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü öğrencileri için profesyonel bir çalışma ortamı sunmaktadır. Televizyon stüdyosunda son teknolojik gelişmelerle sürekli yenilenen dijital kurgu üniteleri, görüntü, ses ve ışık sistemleri bulunmaktadır. Ayrıca üniversitemizin web sitesinde yer alan TV ikonuna tıkladığında dünyanın her yerinden izlenebilmektedir. Kampus TV öğrencilerimiz için bir uygulama merkezi niteliğindedir ve onlara mesleki eğitimde önemli katkılar sağlamaktadır.

Teknik Olanaklar

8.5 m. tavan yüksekliğinde 12.5 m. genişliğinde iki adet uygulama ve yayın stüdyosu olan televizyonumuz ışık askı aparatlarıyla (Pantograf) profesyonel bir uygulama alanı sunmaktadır. Stüdyomuzda RGB LED teknolojisini kullanarak dekor uygulamaları profesyonelce yapılmaktadır. Stüdyoda ve dış yapılardan gelen çekimler ağ bağlantısıyla kurgu havuzuna gönderilerek buradan da dijital kurgu ünitelerine gelmektedir. Bu programlar kurgu ünitelerinde bulunan son teknolojiyle donatılmış olan Dijital Kurgu bilgisayarlarıyla kurguları yapılarak yine ağdan ilgili birime gönderilmektedir. Dijital kurgu ünitelerinde, Edius, Pro, Avid, Adobe Premier gibi programlar kullanılmaktadır. Yayın odasında ön izleme ve program çıkışları LCD monitörlerle takip edilmektedir. Yayın odasında görüntü mikseri ve ses mikseri bulunmaktadır. Yayın için gerekli bütün yayın otomasyon cihazları sistem odasında bulunmaktadır. Stüdyoda ve dış çekim alanlarında sıcak ve soğuk ışık uygulamalarıyla çekilen program ve projeler pek çok yarışmalarda ödül almıştır.

1 adet DSR 400K DVCAM, 6 adet DSR250P DVCAM, 4 adet Mini HD kamera, 1 adet 7.5 m. uzunluğunda Jimm Jip, dış çekimlerde kullanılacak 8 adet 1000 Watt Desisti Freshnel seyyar ışık kaynağı, canlı yayınlarda kullanılacak mobil yayın sistem masası televizyon bünyesinde bulunmaktadır. Stüdyomuzda RGB LED teknolojisini kullanarak dekor uygulamaları profesyonelce yapılmaktadır.

ERÜ TV	
ERÜ TV Çekim ve Teknik Malzemeleri	
Malzeme	Adet
Kamera Ayağı	3 Adet
Canlı DSR250SONY Çekim Kamerası	8 Adet
Işık	5 Adet
Sıcak ve Soğuk Stüdyo Aydınlatma	14 Adet
Beta Cam Kamera ve Güç Kaynağı	1 Adet
Canlı Yayın için Yaka Mikrofonu	4 Adet
Mikrofon	10 adet
Aydınlatma Sistemi	2 adet
Tripot	3 Adet
37 Ekran TV	3 Adet
TV 51 ekran	1 Adet
Haber Aksesuar Masası	3 Adet
Time Leap Kamera	3 Adet
Kamera Tripot	10 Adet

ERÜ TV Teknik Oda	
Yaka Telsiz Mikrofon	3 Adet
Kablosuz Video İletişim Cihazı	3 Adet
DSRXDCAM Kamera	7 Adet
Telsiz Yaka Mikrofon Takımı	2 Adet
Ultra libeinbercoom Kulaklık Kablosuz	4 Adet
Cranz Zhuyun Gimple	1 Adet
Fantom DJ14 DRON	1 Adet
İPAD Tablet	1 Adet
SONY A7S2 Fotoğraf Makinesi	1 Adet
Lens 24-70 mm SONY	1 Adet
SONY 24-70 mm Lens	1 Adet
SONY Xlex7 Fotoğraf Makinası	1 Adet
Aksiyon Kamerası	1 Adet
DJI Osmo Kamera	1 Adet
Sleider	1 Adet
Tripot	1 Adet
Canon Mark 3 Fotoğraf Makinası	1 Adet
Canon 24-105 mm Lens	1 Adet
Canon 100-400mm Lens	1 Adet
Canon Tepe Flaşı	1 Adet
Tripot	3 Adet
ERÜ TV Reji	
B432 Saund DG Ses Mikseri	1 Adet
Görüntü Mikseri	1 Adet
Mx70 Canlı Yayın Kasası	1 Adet
Kramer Video Bölücü Kanal	1 Adet
LG DVD Oynatıcı	1 Adet
Mikrofon	2 Adet
Uydu Alıcısı	2 Adet
KZ. Yazılım Bilgisayar ve Kasası	1 Adet
Mp, Aut, Mp2 Kasa Rejide	1 Adet
Meba Yükseltici	1 Adet
Pascam Hoparlör	2 Adet
Ön İzleme Monitör SONY Büyük	5 Adet
Kayıt Bilgisayar ve Kasası	1 Adet
32 inch Samsung TV Ekran	1 Adet
16 inch LG TV Ön İzleme TV'si	1 Adet
Matrix Bölübü Bilgisayara, Monitör ve Kasası	1 Adet
ERÜ TV Öğrenci ve TV Malzeme Odası	
Nx5 DSR 170 SONY Kamera	3 Adet
Kablosuz Sennheiser Mikrofon	2 Adet
Markasız Kablolu Mikrofon	1 Adet
Sennheiser Kablosuz Yaka Mikrofonu	2 Adet
Fotoğraf Makinası "Tripot"	2 Adet
Çekim Tripot (Manfrotto)	2 Adet

Şarj Batarya Takımı	4 Adet
ERÜ TV Teknik Odası	
Hybrid/ Canlı Telefon Konuşma Cihazı	1 Adet
İntercom Anfi Alıcı-Verici Sistemi	2 Adet
Ses Limiteri	1 Adet
İnter M4960/4 Kanal Anfi	1 Adet
Stüdyo Analok Çevirici	5 Adet
MP Kasası Bilgisayar	1 Adet
Depo Bilgisayar (Yayın Akışı) Ekran ve Kasa	1 Adet
İntercom Alıcı Sistem Anfisi (std)	1 Adet
Dore Okuyucu	1 Adet
16 Kanallı Swich	1 Adet
ERÜ TV Kurgu	
Bilgisayar	9 Adet
Dizüstü Bilgisayar 13 Inch Macboock	1 Adet

Erciyes Film Atölyesi (EFA): Erciyes Film Atölyesi (EFA), Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin alt yapı çalışmalarına 2008 yılında başlayıp, 2009 yılında kurduğu ve stüdyolar bloğu zemin katındaki beş odasında faaliyet gösterdiği bir atölyedir. Erciyes Film Atölyesi'nin amacı, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin, Radyo Sinema ve Televizyon Bölümü son sınıf öğrencilerinin diploma projelerinin de yanı sıra, film üretmelerini teşvik etmek ve atölye imkânları dahilinde olanaklar sağlamak; atölyenin gönüllü çalışan öğrencilerini gerek fakültenin öğretim elemanlarıyla, gerekse sinemanın değişik uzmanlık alanlarından profesyonellerle buluşturarak kuramsal ve hizmet içi eğitim vermek, bu alanlarla ilgili çekirdek kadrolar oluşturarak film yapım-yönetim olanakları sunmak ve bu olanakları giderek yetkinleştirip arttırmaya çalışmak; yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası çeşitli ortamlardaki etkinliklerle, karşılıklı deneyimleri ve sanat ürünlerini paylaşmaktır. EFA, çeşitli dönemlerde açtığı kurslarla öğrencilerimize donanımlar katmaya devam etmektedir. Koordinatörlüğünü Öğretim Görevlisi Özcan Gürbüz'ün üstlendiği atölye; senaryo, aydınlatma, kurgu, seslendirme birimleriyle profesyonel projelere imza atmakta ve ulusal arenada başarısını aldığı ödüllerle taçlandırmaktadır.

Erciyes Film Atölyesi	
Malzeme	Adet
Bilgisayar	5 Adet
HxR Nx5E SONY Kamera	7 Adet
Hdv Kamera	2 Adet
Kamera Ayağı (Tripot)	8 Adet
Kamera Slider	2 Adet
Kamere Şaryo	1 Adet
AKG Kablolu Yaka Mikrofonu	6 Adet
Telsiz Sennheiser Mikrofon	1 Adet
Rode 1 Boom Seti	2 Adet
Portakal Işık	5 Adet
Reflektör	6 Adet
HP Yazıcı	1 Adet
SONY DV Player	1 Adet

Zoom H4N Ses Kayıt Cihazı	4 Adet
---------------------------	--------

Haber Atölyesi: Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi bünyesinde faaliyet gösteren “TV Haber Atölyesi” bir uygulama merkezi niteliğinde olup, bu birimde öğrencilerin mesleki deneyim kazanması amaçlanmaktadır. Gerçekleştirilen atölye çalışmalarında teorik olarak derslerde alınan bilgilerin uygulama alanına yansıtılması, öğrencilerin ekip halinde çalışma ve özgüven yetilerinin kazandırılmasına ortam hazırlanmaktadır. Bu kapsamda atölyede görev alan öğrencilerimiz için, gerekli temel eğitimler birim sorumluları tarafından atölye çalışmalarında sağlanmaktadır. Böylece TV Haberciliği alanında etkin bir çalışma süreci hedeflenmektedir.

Bilgisayarlarda atölye çalışmaları için gerekli tüm yazılımlar hazır bulunmaktadır. Öğrencilerin gönüllülük esasına göre çalıştığı atölyemizde üretilen projeler bu alanda yapılan yarışmalarda da derece kazanarak bu tür uygulama birimlerinin başarısını ortaya koymaktadır. Danışmanlığını Doç. Dr. Vahit İLHAN'ın, sorumluluğunu ise Arş. Gör. Ceyhun BAĞCI'nın üstlendiği “TV Haber Atölyesi” öğrencilerimizin en iyi şekilde yetişmesine katkı sağlamaya devam ederek hazırladığı başarılı projelerle adından söz ettirmeye devam edecektir.

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi bünyesinde faaliyet gösteren “TV Haber Atölyesi” bir uygulama merkezi niteliğinde olup, bu birimde öğrencilerin mesleki deneyim kazanması amaçlanmaktadır. Gerçekleştirilen atölye çalışmalarında teorik olarak derslerde alınan bilgilerin uygulama alanına yansıtılması, öğrencilerin ekip halinde çalışma ve özgüven yetilerinin kazandırılmasına ortam hazırlanmaktadır. Bu kapsamda atölyede görev alan öğrencilerimiz için, gerekli temel eğitimler birim sorumluları tarafından atölye çalışmalarında sağlanmaktadır. Böylece TV Haberciliği alanında etkin bir çalışma süreci hedeflenmektedir. Bilgisayarlarda atölye çalışmaları için gerekli tüm yazılımlar hazır bulunmaktadır.

Haber Atölyesi	
Malzeme	Adet
Tripot	1 Adet
Bilgisayar	4 Adet
Kablolu Mikrofon	1 Adet
Ses Kayıt MikrofONU	1 Adet
Ses Mikseri	1 Adet
Benç Projeksiyon Cihazı	1 Adet
Genius Hoparlör	2 Adet
HP 1010 Marka Yazıcı	1 Adet

Radyo Atölyesi: 2009 yılında İletişim Fakültesi bünyesinde kurulan Radyo Atölyesi kurulduğu günden bu yana yaptığı başarılı çalışmalarla dikkat çekmektedir. Atölyede bütün yıl faaliyet devam etmekte ve öğrencilerimiz görev almaktadır. Radyo Programcılığı ve Radyoda Program Yapımı derslerinde öğrencilere verilen uygulama çalışmaları burada kayda alınmaktadır. Öğrenciler aynı zamanda radyo yayıncılığına ilişkin temel uygulamaları burada yapmaktadırlar. Radyo Atölyesi fakültede eğitim-öğretim gören tüm bölümlerdeki öğrencilere de hizmet vermektedir. Nitekim gönüllü olarak Gazetecilik ve Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümlerinden öğrenci arkadaşlarımız projelerini burada yapabilmektedirler. Fakülte yönetimimizin de büyük katkılarıyla teknik ve fiziki problemlerini önemli ölçüde gideren birimimiz, Aydın Doğan Vakfı Genç İletişimciler Yarışmalarında çok

sayıda ödül almıştır. Atölyemiz öğrencilerimizin en iyi şekilde yetişmesine katkı sağlamaya devam edecek ve hazırladığı başarılı projelerle adından her zaman söz ettirecektir.

Radyo Atölyesi	
Malzeme	Adet
Bilgisayar	2 Adet
Ses Mikseri	3 Adet
Ses Alma Bilgisayar ve Ekipmanları	1 Adet
TV-Film-Radyo Ortak Kullanım Malzemeleri	
Görüntü Mikseri	9 Adet
Ses Mikseri	4 Adet

Film İzleme Odası: Fakülte bünyesinde yer alan ve öğrencilerin kullanımına açık olan film izleme odasına ait teçhizat bilgileri şu şekildedir:

Film İzleme Odası	
Malzeme	Adet
Üçlü Öğrenci Oturma Sandalye Grubu	25 Adet
Dörtlü Öğrenci oturma Sandalye Grubu	2 Adet
Çalışma Masası	1 Adet
Çalışma Koltuğu	1 Adet
Beko Klima	1 Adet
Casio Projeksiyon Cihazı	1 Adet
Projeksiyon Perdesi	1 Adet
EMI300	1 Adet
Hoparlör	6 Adet
Çekmeceli Dolap	1 Adet

Medya ve Din Araştırma Merkezi: 21 Nisan 2017 tarihinde kurulan ve Erciyes Üniversitesi Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi bünyesinde yer alan Erciyes Üniversitesi Medya ve Din Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi'ne ait teçhizat bilgileri şu şekildedir:

Medya ve Din Araştırma Merkezi	
Malzeme	Adet
Beko Klima	1 Adet
Bilgisayar	1 Adet
Canon yazıcı	2 Adet
Telefon	1 Adet