

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ 2020 MÜFREDATI
DERS İÇERİKLERİ

I. Sınıf Güz Dönemi (1. Yarıyıl)

TRD109 - Türk Dili-I (Z)

Bu dersin amacı, Türkçenin yapı ve işleyiş özelliklerini gereğince kavrayabilmek; dil ve düşünce bağlantısı açısından, yazılı ve sözlü ifade vasıtası olarak, Türkçeyi doğru ve güzel kullanabilme yeteneği kazandırabilmek; öğretimde birleştirici ve bütünleştirici bir dili hâkim kılmak ve ana dili bilincine sahip gençler yetiştirmektir. Türk Dili dersinin içeriği Yüksek Öğretim Kurumu'nun çerçeve programında belirtilen hususlara göre düzenlenmiştir.

AIT101 - Atatürkçü Düşünce Sistemi-I (Z)

Dersin amacı, Osmanlı Devleti'ni çöküşe götüren nedenler, devleti kurtarma çabaları ve akımları, I. Dünya Savaşı, cepheler, Mondros Mütarekesi, Mustafa Kemal ve Kuvayı Milliye hareketi gibi konular anlatılmaktadır.

YDI107 - İngilizce-I (Z)

Öğrencilere İngilizce hakkında temel gramer ve konuşma bilgileri kazandırmak amaçlanmaktadır. Orta düzeyde bir dil öğreniminin gerçekleşmesi hedeflenmektedir. Dersin kapsamı içerisinde, özne, zamirler, isimler ve çoğul yapıları, işaret sıfatları ve zarflar, geniş zaman ve olumlu-olumsuz-soru yapıları, bağlaçlar, işaret zamirleri gibi konular örneklerle ele alınacaktır.

HİT109 - Sosyoloji (Z)

Ders, bu bilim dalının nasıl ortaya çıktığını, sosyolojinin ilgilendiği nesne konusundaki yaklaşımlarını ve toplum olaylarına ilişkin önerilerini kapsamaktadır. 20. yy'ın başında egemen içe bakışçılığa tepki olarak gelişen davranış bilimleri bu dersin diğer kısmını oluşturmaktadır. Bu ders kapsamında davranış bilimlerinin temel aldığı çevreci konum ve bireyci yaklaşım ele alınacak ve değerlendirilecektir.

HİT105 - Türkiye'nin Yönetim Yapısı (Z)

Bu ders kapsamında, merkezden yönetim ve yerinden yönetim teşkilatları, bu teşkilatların görevleri ve sorumlulukları ele alınmaktadır. Ayrıca, belediyeler, köyler, üniversiteler gibi çeşitli idarelerin tabi oldukları yasal çerçeveler, görev ve sorumlulukları genel olarak değerlendirilir. Cumhurbaşkanı ve Başbakanın görev ve sorumlulukları, taşımaları gereken şartlar ile Sayıştay, Danıştay, Yargıtay ve Anayasa Mahkemesi gibi özerk diğer kurumlarla ilgili genel bilgiler ele alınır.

HİT111 - Hukukun Temel Kavramları (Z)

Hukuka giriş dersi, hukukla ilgili derslerin ilk basamağını teşkil etmektedir. Bu derste; Özel Hukuk, Kamu Hukuku, Medeni Hukuk, Anayasa Hukuku, Hak Kavramı, çeşitli açılardan sorumluluk, hukuk kurallarının türleri vs. gibi temel başlıklar etrafında bilgiler verilmektedir.

HİT107 - İletişim Bilimine Giriş (Z)

İletişim Bilimi dersinin bu ilk kısmında, öğrencilere, genel iletişim kuramı çerçevesinde iletişimin biçimini vermek amacı gütmektedir. Bu bağlamda, kişilerarası iletişim modelleri üzerinde de durulmakta ve bu kapsamda sözlü ve sözsüz iletişim anlatılmaktadır. Ayrıca ders kapsamında kitle iletişim kuramlarının temel ilkeleri verilerek bu kuramların toplum açısından önemi ve toplumla ilişkisi anlatılır.

HİT103 - Halkla İlişkilere Giriş (Z)

Dersin amacı, halkla ilişkilerin temel kavramsal çerçevesini çizerek, öğrencilerin ileride alacakları teorik ve uygulamalı derslere zemin hazırlamasını sağlamaktır. Halk ve ilişki kavramları, halkla ilişkiler tanımları, reklam, propaganda, tanıtma, duyurma gibi kavramlar, proaktif ve reaktif halkla ilişkiler, Halkla İlişkilerin dünyada ve Türkiye’deki gelişimi, halkla ilişkiler personelinin nitelik ve görevleri, halkla ilişkiler teknikleri dersin içeriğini oluşturmaktadır.

ENF 101 - Temel Bilgi Teknolojileri Kullanımı (Z)

Bu ders öğrencilere bilgisayar, paket programlar ve internetin kullanımı ile ilgili temel bilgiler vermeyi hedefler. Bilgi teknolojilerine giriş, bilgi çağı ve bilgi toplumu, bilgi sistemleri, bilgisayar organizasyonu, işletim sistemleri, bir işletim sistemi kullanımı, bilgisayar giriş-çıkış birimlerinin kullanımı, yazılım kavramı, uygulama yazılımlarına giriş, internet ve diğer yazılımlar dersin içeriğini oluşturmaktadır.

I. Sınıf Bahar Dönemi (2. Yarıyıl)

TRD110 - Türk Dili-II (Z)

Ders, birinci sömestrde kalınan konulardan devam etmektedir. Derste, sözcük yapıları, cümle bilgisi, sözlü kompozisyon bilgileri, yazılı kompozisyon bilgileri, anlatım bozuklukları, retorik gibi konular anlatılmaktadır.

AİT102 - AİİT-II (Z)

Ders birinci yarıyılın devamı niteliğinde yapılacaktır. İçerik olarak Atatürk ilke ve inkılapları, Osmanlı Devleti’ni çöküşe götüren nedenler, devleti kurtarma çabaları ve akımlar, I. Dünya Savaşı, cepheler, Mondros Mütarekesi ve Kuvayı Milliye hareketi gibi konular anlatılmaktadır.

YDİ108 - İngilizce-II (Z)

Öğrencilere İngilizce hakkında temel gramer ve konuşma bilgileri kazandırmak amaçlanmaktadır. Orta düzeyde bir dil öğreniminin gerçekleşmesi hedeflenmektedir. Dersin kapsamı içerisinde, özne, zamirler, isimler ve çoğul yapıları, işaret sıfatları ve zarflar, geniş zaman ve olumlu-olumsuz-soru yapıları, bağlaçlar, işaret zamirleri gibi konular örneklerle ele alınacaktır.

HİT114 - Sosyal Psikoloji (Z)

Bu dersin genel amacı, bilimsel yöntem ve teknikler çerçevesinde sosyal psikolojiyi tanıtmak, sosyal psikoloji konusu içine giren, bireyin içinde oluşan süreçlerin ve bireylerin arasında yer alan süreçlerin anlaşılmasını sağlamaktır. Bu bağlamda, insanların üye oldukları grupların onların davranışları üzerindeki etkileri, önyargının kaynakları, sosyal normların davranış üzerindeki etkileri, kitle iletişimin davranışı nasıl etkilediği ve kalabalığın insan davranışına etkileri ele alınmaktadır.

HİT112 - Grafik Tasarım (Z)

Bu dersin içeriğini, iletişim öğrencilerine iletişim endüstrisinde kullanılan bazı yazılımların tanıtılması oluşturur. Ayrıca, bu yazılımlar kullanılarak, öğrencilere bilgisayar destekli tasarım teknikleri de öğretilir. Ders içeriğinde Adobe Photoshop ile grafik tasarımı ve Page Maker programıyla da mizanpaj teknikleri anlatılır.

HİT102 - İletişim Tarihi (Z)

Derste insanların haberleşme ihtiyacı duymaya başladıkları dönemlerden itibaren günümüze kadar geliştirdikleri haberleşme araçlarının, teknik ve içerik gelişim süreçleri ele alınmaktadır. Yazı öncesi haberleşme biçimleri, yazının icadı ve geliştirilmesi, haber mektupları, matbaa ve getirdikleri, basılı haber mektupları, gazetenin oluşumu ve getirdikleri, 19. yüzyıl ve teknolojik icatlar, radyonun oluşumu ve gelişimi, televizyonun oluşumu ve gelişimi, internetin oluşumu ve gelişimi konuları dersin içeriğini oluşturmaktadır.

HİT110 - Reklamcılığa Giriş (Z)

Reklamın işlevleri, reklamın ekonomik, hukuki, toplumsal ve ahlâki boyutları, reklamcılıkta yer alan uzmanlık alanları ve reklamcılığın mesleki organizasyonu, pazar bölümlenme ve hedef kitle, pazarlama stratejisinden reklam stratejisine, imaj ve mesaj stratejisi, medya stratejisi, yaratıcı süreçten uygulamaya, reklam türleri, yerel reklam, halkla ilişkiler ve reklam, sosyal kampanyalar/ticari olmayan reklam.

HİT104 - İletişim Hukuku ve Etik (Z)

İletişim alanındaki hukuki ve etik düzenlemeleri genel bakış açılarıyla irdeleyip mesleki denetim ve özdenetim kurumları, meslek etik kodları, cevap ve düzeltme hakkı gibi kavramların önemini vurgulamak.

HİT106 - Siyaset Bilimine Giriş (Z)

Ders siyaset bilimi ile ilgili temel bilgilerin edinilmesini sağlar. Derste güç, iktidar, otorite, meşruiyet, egemenlik, ulus ve devlet gibi siyaset biliminin temel kavramlarının yanı sıra, siyasal düşünceler, siyasal kurumlar ve siyasal sistemler de tanımlayıcı ve karşılaştırmalı bir çerçeve içerisinde ele alınmaktadır.

2. Sınıf Güz Dönemi (3. Yarıyıl)

HİT201 - Kişilerarası İletişim (Z)

Bu ders öğrencilerin kişilerarası iletişim becerilerini öğrenerek hem mesleklerinde hem de günlük yaşamlarında sağlıklı iletişim kurabilmeleri ve dolayısıyla yaşam kalitelerini yükseltebilmelerini hedeflemektedir. Buna göre derste; iletişimin yaşam kalitesine etkisi, iletişimin tanımı ve türleri, temel iletişim varsayımları, iletişim engelleri, sözlü iletişim; iletişimde dilin önemi, kendini tanıma, algı, tutum, kişilik durumları, iletişim ve çocukluk evreleri, yetiştirme tarzı, sözsüz iletişim, beden dili özellikleri, iletişim çatışmalarının nedenleri, çözüm önerileri, iletişimde empatinin önemi, özellikler, savunucu iletişim, iletişim ve stres, ikna iletişim, iletişimde sorun çözme, iş hayatında kişilerarası iletişim.

HİT207 - Temel Fotoğrafçılık (Z)

Teknik fotoğraf bilgileri (ışık, renk, film, makine v.b) çok yönlü olarak anlatılıp, öğrencilere sanatsal bakış açısı kazandıracak örnekler gösterilerek, fotoğrafın çeşitli amaçlarla kullanımı, fotoğrafçılık türleri uygulamalı olarak aktarılacaktır.

HİT209 - Reklam Metin Yazarlığı (Z)

Reklam metnlerinin oluşturulmasının temel felsefesinin anlatıldığı derstir. Hedef kitle ve ona ulaşmada amaca giden yol, önemli ölçüde, reklam metninde yatmaktadır. Bu çerçevede, reklamcılık dersine bir son hazırlık aşaması olarak öğrencilere reklam metni yazma teknikleri anlatılıp; uygulamalı çalışmalar yapmaları sağlanacaktır. Bu kapsamda gerekli teorik bilgi yüklemesinden sonra yazılı basına yönelik metin yazarlığı uygulaması yapılır. Reklam metninin yapısal özellikleri, reklam metni yazımında ikna modelleri, reklam metninin öğeleri, reklam metninde başlıklar, reklam metninde giriş, reklam metninin geliştirilmesi, kapatış, reklam verenin adı, slogan, logo, adres; başarılı bir reklam metin yazımı için öneriler; reklam metninde uygulama çalışmaları başlık yazımı örnekleri ve uygulamaları, reklam metni yazımı yaklaşımları örnek ve uygulamaları, reklam metni yazımı anlatım biçimleri örnek ve uygulamaları anlatılır.

HİT203 - İletişim Kuramları-I (Z)

Dersin hedefi, öğrencilerin iletişim alanında bugüne kadar geliştirilen teori, kuram ve modeller hakkında gerekli olan bilgi birikimine ulaşmalarına yardımcı olmaktadır. İlk iletişim modelleri: doğrusal modeller ve ortaya çıkış süreçleri, kitle iletişimin kültürel ve toplumsal işlevleriyle ilgili diğer modeller: Maletzke modeli, Newcomb modeli, Gerbner modeli yeniliklerinin yayılması: Difüzyon teorisi, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, bağımlılık modeli ve bilgi açığı hipotezi, suskunluk sarmalı kuramı ve gündem kurma modeli gibi konular derste ele alınmaktadır.

HİT205 - Kurumsal İletişim (Z)

"Kurumsal İletişimin amaç ve işlevi, Kurumsal Marka ve İletişim olgusu, Kurumsal iletişim kapsamında yer alan Örgütsel İletişim, Yönetim İletişimi, Pazarlama İletişimi kavramları ele alınmıştır. Kurumsal iletişim, kurum kimliği, kurum kültürü, kurumsal imaj, kurumsal iletişimde stratejik yönetim ve planlama, kurumsal reklamcılık ve halkla ilişkiler, pazarlama bileşenleri, kurumsal iletişimin toplumsal sorumluluk ve etik boyutu, kurumsal hedeflerin belirlenmesi, vizyon ve misyon kavramlarının açıklanması dersin başlıca içeriğini oluşturmaktadır.

HİT211 - Kamu ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler (S)

Kamu ve özel kuruluşlarda halkla ilişkiler dersi ile öğrenciye hem kuramsal hem uygulamalı olarak halkla ilişkiler disiplininin bu kuruluşlardaki işleyişi, rolü ve önemi ifade edilmektedir. Halkla ilişkilerin kamu ya da özel kuruluşlardaki rolü ve önemi, kamuda ve özel kuruluşlarda halkla ilişkilerin özgün sorunları, halkla ilişkilerin uygulanması, halkla ilişkilerin uygulamada eksiklik ve sonuçları, işletmeler açısından halkla ilişkilerin uygulama basamakları dersin temel konularıdır.

HİT221 - Mesleki Yabancı Dil- I (S)

Sözlü ve sözlü olmayan iletişim, kitle iletişimi ve metinler, dil ve iletişim, söylem ve medya metinlerini okuma ve anlama.

HİT213 – Anayasa (S)

Derste, Anayasa hukuku kavramı, evrensel insan hakları çerçevesinde ülke anayasaları oluşumu, anayasal haklar ve vatandaşlık, uluslararası hukuk karşısında anayasalar konuları anlatılmaktadır.

HİT215 - Türk Siyasi Tarihi (S)

Bu derste Eski Yunan siyasal felsefesinden başlamak üzere Roma, Ortaçağ Avrupa'sı, Ortaçağ İslam Dünyası, Rönesans ve Reform döneminde yaşanan yeni şekillenmeler, nihayet aydınlanma, modernleşme ekseninde siyasal rejimlerin değişmesi, bunlara kaynaklık eden önemli siyasal düşüncüler anlatılmaktadır. İletişim alanında görev alacak öğrencilerin bugünü kavramalarına ve geleceğe projeksiyon yapmalarına yardımcı olacak şekilde siyasal rejimlerin ve fikirlerin tarihsel hikayesini kazandırmak, ne tür gelişmeler ve dönemeçler neticesinde fikirlerin olgunlaştığı, değiştiği konusunda onları bilgi sahibi kılmak dersin amacıdır.

HİT217 - İletişim Psikolojisi (S)

Bu ders, iletişim psikolojisi ile ilgili temel bilgiler ile birey, toplum ve kurumlar için iletişim çabalarını içeren konuları içermektedir. İnsan psikolojisinin iletişim sürecindeki önemi ve etkileri bu ders kapsamında özellikli bir biçimde yer almaktadır. Ders kapsamında insan ve toplumların psikolojisinin nasıl anlaşılabilirliği, başarılı ikna yöntemleri ve süreçleri tartışılacaktır. Ayrıca dilin rolü, kültür, medya ve mesajın içeriği de incelenecektir. Örneklerle iletişim psikolojisi ile ilgili çözümlemeler yapılacaktır.

HİT219 - Medya Okuryazarlığı (S)

Medya okuryazarlığı ve önemi, Dünyada ve Türkiye’de medya okuryazarlığı süreci, İletişim süreci, öğeleri ve iletişim, Kitle iletişim araçları, iletişim ve kitle iletişim ilişkisi, Medya işlevleri, ekonomik boyutu, Televizyon, Türkiye’de televizyon yayıncılığı, Televizyon program türleri, Aile, çocuk ve televizyon (TV izleme alışkanlıkları), Televizyonun olumsuz etkileri, TV program analizleri, uyarıcı simgeler, Radyo, işlevleri, radyo program türleri ve analizleri, Periyodlar, işlevleri, gazete ve dergi, temel kavramlar, Gazetede Haber ve fotoğrafın önemi, gazete hazırlama uygulaması, dergi türleri, Medya, etik ve mevzuat.

2. Sınıf Bahar Dönemi (4. Yarıyıl)

HİT202 - İletişim Sosyolojisi (Z)

Bu derste, iletişim, toplum ve kültür kavramlarının tanımı yapılarak, sözlü iletişim, yazının bulunması, matbaanın icadı, kitap kültürü anlatılarak, öğrencilerin konuyla ilgili altyapılarının oluşturulması amaçlanmaktadır. İletişim ve sosyoloji ilişkisi, iletişim sosyolojisinin alanları, kitle iletişim araçlarının sosyolojik boyutu ve etkileri, uluslararası enformasyon düzeni ve doğurduğu sonuçlar dersin içeriğini oluşturmaktadır.

HİT204 - Pazarlama (Z)

Bu ders kapsamında; pazarlama kavramı tanımlanarak, gelişim süreci incelenecek, pazarlama amaçları ve pazarlama yönetimi konularına değinilmekte, pazarlamanın 4 P'si olarak kabul edilen, ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma çabalarından oluşan pazarlama karması elemanları detaylı olarak incelenmekte, küreselleşme, küresel rekabet ve bu bağlamda pazarlamada meydana gelen yeni yaklaşımlar örneklerle irdelenmektedir. Ayrıca bütünleşik pazarlama iletişimi kapsamında halkla ilişkiler ve reklamın yeri ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

HİT206 - İletişim Kuramları-II (Z)

İki dönemlik olan bu dersin ikinci döneminde eleştirel kuramların temel görüşleri incelenecektir. Dersin amacı, öğrencilere iletişim kuramları hakkında temel olacak, diğer derslerine onu hazırlayacak ve iletişime farklı yaklaşımları anlatacak bilgileri kazandırmaktır

HİT208 - Kurumsal Kimlik ve Marka Yönetimi (Z)

Kurumsal kimlik kavramı; kurumsal kimlik stratejisi; etkileri ve kurumsal kimliğin oluşturulması; kurumsal kimliğin öğeleri; kurumsal iletişim ve marka kavramı; marka stratejisi ve marka oluşturma; marka tutundurma; marka ve kurum imajı arasındaki bağlantı: imaj transferi ve amaçları dersin içeriğini oluşturmaktadır.

HİT210 - Halkla İlişkilerde Yazılı Anlatım (Z)

Yazı dilinin temel süreçleri ve özellikleri, metin türleri, yazım kuralları ve noktalama, anlatım bozuklukları, örnek metin çözümlemeleri.

HİT212 - Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkiler (S)

Sağlık kurumlarında halkla ilişkilerin önemini analiz etmektir.

HİT222 - Mesleki Yabancı Dil- II (S)

Halkla İlişkiler Bölümü öğrencilerine temel mesleki bilgileri anlatmak, paragraftan özet çıkarma, akademik makale ve yazı yazma ve bölümle ilgili temel kazanımlara değinmek.

HİT214 - Reklam Fotoğrafçılığı (S)

Reklam fotoğrafçılığı teknolojileri ve ekipmanları, görsel iletişim kodları ve fotoğrafta yer alan özelliklerin kompozisyonu gibi konular bu dersin içeriğini oluşturmaktadır.

HİT216 - İnsan Hakları ve Demokrasi (S)

Bu dersin temel amacı, öğrencilerin demokrasi kavramının tarih boyunca geçirdiği değişim hakkında fikir sahibi olmalarını, Eski Yunan'dan bu yana demokrasi kuramlarının gelişimine ilişkin bilgi edinmelerini ve Türkiye'de demokratikleşme sürecinin aşamalarını öğrenmelerini ve demokratikleşme ile ilgili temel sorunları tartışabilecek kavramsal ve tarihsel birikime sahip olmalarını sağlamaktır.

HİT218 - Medya ve Kültür (S)

İletişim Kavramı, Süreci ve Öğeleri, Medya ve Medya ile İlgili Kavramlar, Toplum, Toplumbilim ve Kültür, Yeni Dünya Düzeninde Medya ve Kültür

HİT220- Gönüllülük Çalışmaları (S)

Dersin temel amacı, öğrencilerin eğitim yaşantıları boyunca edindikleri bilgi, beceri ve birikimleri kullanarak üniversite ile toplum arasındaki bağları güçlendirilmek; insani, sosyal, ekonomik vb. problemlerle toplumda göç ve afetler, engelliler, dezavantajlı gruplar başta olmak üzere çeşitli konu ve sorunlar hakkında duyarlılık kazanmalarını sağlamak; katılacakları ve gerçekleştirecekleri bazı gönüllülük faaliyetleriyle insani, sosyal, kültürel, ahlaki değerlerin ve becerilerin geliştirilmesini sağlamak olup bu amaç doğrultusunda toplumda engelli yaşamı, göç ve afet gibi toplumsal hassasiyetin yüksek olduğu konularda görünürlüğü ve farkındalığı artırmak; böylece öğrencilerin seçecekleri bir gönüllülük alanında, önceden hazırlanacak bir plan dâhilinde bir dönem boyunca gönüllü çalışmalarda görev almalarını ve sonuçlarını paylaşmalarını sağlamaktır.

3. Sınıf Güz Dönemi (5. Yarıyıl)

HİT301 – Siyasal İletişim (Z)

Siyasal iletişim alanını öğrencilere tanıtmak, seçmen davranışıyla ilgili bilgiler vermek ve siyasal kampanya çalışmalarını yapabilmeleri için gerekli teorik alt yapıyı oluşturmaktır.

HİT305 - Halkla İlişkiler Tarihi (Z)

Bu ders kapsamında halkla ilişkiler uygulamalarının tarihsel gelişim süreci anlatılacaktır. Dünyada ve Türkiye’de halkla ilişkiler çalışmalarının geçmişten günümüze örnekleri aktarılacaktır. Dersin amacı halkla ilişkilerin gelişim sürecini vermek ve öğrenciye tarihsel bir bakış açısı kazandırmaktır.

HİT307 - Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (Z)

Araştırma süreci tüm sosyal bilimlerin temelini oluşturmaktadır. Bir araştırma sorunun oluşturulması, doğru yöntemsel adımların belirlenmesi, veri toplayabilecek ve bu verileri bir raporla sunabilecek yetkinliğe sahip olunması önemlidir. Özellikle bitirme projeleri kapsamında derste edinilen bilgiler öğrenciyi yöntemsel hatalara düşmesinden uzak tutacaktır.

HİT321 - Halkla İlişkiler Uygulamaları- I (Z)

Bu dersin amacı planlı bir çabanın dışında çeşitli halkla ilişkiler sorunları/fırsatlarıyla ilgilenmeleri için öğrencileri hazırlamaktadır. Bu ders; halkla ilişkiler ilkelerini, işle ilgili çeşitli durumlarda oluşan fırsatlara ve sorunlara uygulayabilmek, gerçek dünyadaki halkla ilişkiler fırsatları ve sorunlarıyla ilgili stratejik halkla ilişkiler planları geliştirebilmek, etiksel karar vermek sürecini çeşitli örnek olay durumlarına uygulayabilmek konularını içermektedir.

HİT309 - Bütünleşik Pazarlama İletişimi (S)

Pazarlama, evrimin tamamlanmamış ve gelişimini sürdüren bir bilim dalı olarak; her geçen gün insan ihtiyaçları ve bu ihtiyaçların tatmini üzerine kurulu yeniliklerle karşımıza çıkmaktadır. Buna göre; klasik pazarlama ile başlayan süreç, günümüzde bütünleşik pazarlama iletişimi adı altında tek ses-tek mesaj ilkesi ile müşteri memnuniyeti ve marka değeri yaratmak amacıyla gündeme gelmektedir. Bu bağlamda dersin amacı; bütünleşik pazarlama iletişimi kavramının işleyişi ve uygulamaları hakkında gerekli bilgilerin öğrencilere aktarılmasıdır.

HİT311 - Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi (S)

Bu ders; Vizyon, misyon ve strateji kavramları, Stratejik yönetim süreci, Durum analizi aşaması, Stratejilerin belirlenmesi ve geliştirilmesi aşaması, Halkla ilişkilerde stratejik analiz, Örgüt, finansal yapı, insan kaynakları ve pazarlama faktörlerinin analiz, Ekonomik, teknolojik, politik, sosyo-kültürel çevreler ve rekabet analizi, Doğal çevre faktörlerinin analizi, SWOT, PESTCOM VE PEST analizleri, Halkla ilişkilerde kampanya stratejisi, İletişim stratejisi, Halkla ilişkilerin uygulama alanları, Risk yönetimi, olay yönetimi, Halkla ilişkiler sonuçlarını ölçümlemede kullanılan teknikler; konularını içermektedir.

HİT313 - Uluslararası Halkla İlişkiler (S)

Halkla ilişkiler uygulamaları ve kavramları uluslararası bağlamda geliştirilir.

HİT315 - Müşteri İlişkileri Yönetimi (S)

Küreselleşme, Küresel Rekabet, Kavram Olarak Müşteri İlişkileri Yönetimi, Müşteri İlişkileri Yönetimine Geçiş Süreci, Müşteri İlişkileri Yönetimi Süreci, Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Sadakati, Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi, Müşteri İlişkileri Yönetimine Geçiş Sürecinde Halkla İlişkilerin Rolü, Müşteri İlişkileri Yönetimi Sürecinde Halkla İlişkilerin Rolü; konularını içermektedir.

HİT317 – Sunuculuk ve Diksiyon (S)

Türkçe'nin doğru seslendirilmesi üzerinde uygulamalı çalışmalar yapılmaktadır. Diksiyon dersi, yazı dilimizdeki sesler ve çıkış yerleri, vurgu, tonlama, konuşma hızı, ses yüksekliği, sesin perdelenmesi, ünlü uzunlukları, durak, ezgi, tını vb. kavramların anlatılmasını ve örnek metinlere dayalı uygulamayı içerir. Fonetik ve diksiyon çalışmalarıyla dilin sözel anlamda doğru ve güzel kullanımıyla ilgili bilgiler verilir. İş yaşamında dolayısıyla medya ortamında beden, ses ve imajın etkin kullanılabilmesi ve iş hedeflerine ulaşılabilmesi amacıyla gerekli olan kendini ifade edebilme ve organizasyonel becerileri geliştirebilme odaklı bir derstir.

HİT319 - İletişimde Toplam Kalite Yönetimi (S)

İletişim süreci; sürecin temel özellikleri; iletişimde etkinlik sağlamayı destekleyen faktörler; iletişim kalitesini sınırlayan ve engelleyen unsurlar; toplam kalite yönetiminin tanım ve içeriği; toplam kalite yönetiminin örgütsel gelişimi ile sürecin teknik dizaynı; örgütsel iletişimde kalite anlayışından toplam kalite yönetimi anlayışına geçiş sürecinin temel aşamaları; bir bütün olarak iletişimde toplam kalite yönetim uygulama ve ilkeleri dersin içeriğini oluşturmaktadır.

3. Sınıf Bahar Dönemi (6. Yarıyıl)

HİT324 - Kültürlerarası İletişim (Z)

Kültürlerarası İletişim, farklı kültürlerde çeşitli iletişim süreç ve anlayışlarını incelemektedir. Her kültürün etkileşim kalıplarından biri de iletişimdir. Kültürler kendi farklılıklarını değişik iletişim süreç ve kanallarıyla ortaya koyarlar. Bu sürecin nasıl, neden ve hangi bağlamlarda gerçekleştiği, bu dersin temel meselesidir. Derste kültürlerarası iletişim alanındaki çeşitli kuramlar tanıtılmakta ve ardından kültürel açıdan çeşitli etkileşim kalıpları iletişim bağlamında ele alınmaktadır.

HİT302 - Kamuoyu Araştırmaları (Z)

Kamuoyu nedir, nasıl oluşur? Kamuoyunda belirginleşen kanaatlerin araştırılması ve medyada yansımaları, kanaat önderleri, iki basamaklı akış, kamuoyunun dördüncü kuvvet olarak yorumu, seçim ve kamuoyu araştırmaları arasındaki fark, medyada kamuoyu araştırmalarının sonuçlarının duyurulmasında uyulması gereken kurallar bu dersin içeriğini oluşturur.

HİT306 - Reklam ve Tanıtım Kampanyaları (Z)

Reklam ajanslarında örgütsel yapı, reklam kampanyası oluşum süreci, yaratıcılık güdülemeleri, etkinlik ölçülmesi bu derste işlenen konular arasında yer almaktadır. Kampanya yaratımı sürecinin tasvir edilmesi, Reklam ve marka uyumunun önemini ifade edilmesi, Mesaj stratejisi ve hedef kitle arasında bağlantı kurmanın desteklenmesi gibi konulardan oluşmaktadır. Dersin amacı, öğrencilerin, reklam ve tanıtım kampanyalarında sahip olması gereken öge ve özellikleri öğrenmelerini sağlamaktır.

HİT322 - Halkla İlişkiler Uygulamaları-II (Z)

Türkiye’de Hakla İlişkiler Uygulamaları I’in devamı niteliğindeki bu derste temel amaç bir takım örnek olay çalışmaları üzerinde durarak halkla ilişkiler uygulamalarının ne şekilde hayata geçtiğine ilişkin bir çerçeve oluşturmaktır. Bu ders, birinci dönemde kamu ve özel sektör kuruluşlarının, halkla ilişkiler uygulamalarına ilişkin oluşturulan genel perspektif üzerinde yükselir. Bu çerçevede öğrenciler sunulacak örnek olaylar ışığında halkla ilişkiler uygulamalarını tartışır.

HİT308 - Politik Halkla İlişkiler (S)

Politikada halkla ilişkiler hakkında betimleyici düzeyde bilgi birikimini sağlamaktır. Politik iletişime sistem analizi yaklaşımı çerçevesinde politik iletişim sisteminin konusu, kapsamı, rolleri, etkileri ve özellikleri politik iletişimde medya politik iletişim sürecinde halkla ilişkilerin işlevleri politik halkla ilişkiler kapsamında medya yönetimi, imaj yönetimi, politik pazarlama, örgüt içi halkla ilişkiler ve enformasyon yönetimi politik halkla ilişkiler kapsamında medyayla ilişkiler ile politik kampanyalarda danışmanlık ve kampanya teknikleri hakkında bilgi vermek.

HİT318 - Halkla İlişkilerde Kriz Yönetimi (S)

Bir krizin ne olduğu ve nasıl ortaya çıktığı hakkında temel kavramları ve araçları vermek, bir sistem olarak işletmeyi ele alıp kriz anında nasıl bir eylem planının oluşturulabileceğini fonksiyonlarıyla birlikte incelemek.

HİT314 - Medya Planlaması (S)

Reklam ve medya türleri, medya planlama kavramı ve medya planlama ajansları, pazarlama-reklam-medya planlama ilişkisi, medya planlama aşamaları, temel ölçüm teknikleri ve sektör araştırmalarını içerir.

HİT310 - Medya ve Tüketim Sosyolojisi (S)

Tüketim ve medya ilişkisi kuramsal bir çerçeveden hareketle incelenecektir.

HİT316 - İletişim Araştırma ve Uygulamaları (S)

Temel kavramlar, araştırma kavramı ve önemi; Pozitivizm ve Postpozitivizm; Nicel araştırma yöntem ve teknikleri; Nitel araştırma yöntem ve teknikleri; Reklam araştırmaları; Halkla İlişkiler araştırmaları ve ölçümlemeleri.

HİT320 - Göstergebilim (S)

Göstergebilim, dil, anlatı, anlam ve görsellik gibi konular dersin içeriğini oluşturmaktadır.

4. Sınıf Güz Dönemi (7. Yarıyıl)

HİT401 - Halkla İlişkilerde Kuramsal Yaklaşımlar (Z)

Ana akım iletişim çalışmalarından beslenen halkla ilişkiler anlayışıyla eleştirel gelenekten beslenen halkla ilişkiler anlayışını karşılaştırmalı olarak analiz eder.

HİT405 - Dijital Halkla İlişkiler (Z)

İnternet ve sanal ortamdaki teknolojik gelişmeler incelenir. İnternet ve sanal ortamda uygulanan halkla ilişkiler çalışmaları incelenir. İnternet ve sanal ortamda sosyal paydaşlarla olan ilişkilerin yürütme biçimleri aktarılır. Sanal ortamda itibarın sağlanması ve kriz iletişimi anlatılır.

HİT421 - Küreselleşme ve İletişim (Z)

Dersin içeriğini şu konular oluşturmaktadır: Küreselleşmenin anlamı ve tarihsel gelişimi; insan hakları, yoksulluk, demokrasi ve güvenlik bağlamında küreselleşme; küreselleşmenin ekonomi politiği; günlük yaşamın küreselleşmesi, çokuluslu eğlence ve kültür endüstrileri, çokuluslu iletişim şirketleri, küreselleşmenin savaş ve çatışmalara etkisi; yerel sorunlar için küresel kampanyalar, iletişim dünyasında küreselleşme, sanal iletişim teknolojileri ve küresel yayımları; küresel bilgi akışına ilişkin kuramlar; kamusal alan olarak küresel iletişim ağları ve tartışma toplulukları, küreselleşme bağlamında eleştirel yurttaşlık; geleceğe ilişkin genel değerlendirmeler ve eğilimler.

HİT407 - Siyasal Kampanya Yönetimi (Z)

Siyasal kampanyaların tarihsel gelişimine, türlerine ve önemli aktörlerine dair temel bilgileri aktarmak ve modern-post modern seçim kampanyaları arasındaki farklılıkları ortaya koymak.

HİT 409 - İnternet Reklamcılığı (S)

İnternet reklamcılığı ile ilgili kavramlar ve uygulamalar irdelenecektir.

HİT411 - Sosyal Medya Yönetimi (S)

Sosyal ağlar ve Blogları kapsayan internet tabanlı interaktif iletişim uygulamalarının öğrenilmesi ve uygulama alanında tecrübe kazanılması.

HİT413 - Çevre, Sağlık ve İletişim (S)

Öğrencilerin, çevre sorunu ile ilgili olaylara bakışını geliştirmek, konuyla ilgili haberciliğin güncel uygulamalarıyla olması gereken biçim ve içerikleri konusundaki farkları ortaya koyarak haber aktarım yeteneklerini geliştirmek. Bu derste çevre sorunları anlatılacak, bu sorunların sınıflaması yapılarak haberleştirme sorunlarını irdelenecektir. Çevre haberlerinin sunum teknikleri ve biçimleri üzerinde durulacaktır. Günümüzdeki Türk basının çevre sorunlarına karşı duruşları ele alınarak neden ve sonuçları tartışılacaktır.

HİT415 - Televizyon Haberciliği (S)

Haber haline getirilmiş yazılı ve görsel metnin sunulabilir hale getirilmesi için geçmesi gereken tüm aşamalar gösterilmektedir.

HİT417 - Reklam Çözümleri (S)

İletişim biçimi olarak reklamın tanımı, amacı ve türleri, reklamda araştırma süreci, yaratıcı düşüncenin oluşturulması, televizyon reklamı, gazete ve dergi ilanları, dış mekân tanıtım parçaları gibi yayımlanmış reklam örnekleri üzerinde tartışmalı analizler.

HİT419 - Dijital Kültür, Toplum ve İletişim (S)

Bu ders, geçtiğimiz birkaç on yıllık süre içinde Internet ve dijital iletişim teknolojilerinin hızlı gelişimi ve yaygın kullanımına bağlı olarak, kültürel ve toplumsal olanın nasıl dönüştüğünü anlamaya odaklanır. Söz konusu dönüşüm, bireysel, kurumsal ve toplumsal düzeydeki iletişim pratiklerinin yanı sıra, diploma programının doğrudan ilişkili olduğu gazetecilik sektörünü ve geleneksel gazetecilik pratiklerini de kapsar. Dijital kültür, gazetecilik pratiklerinin gerçekleştirildiği aracı, sahiplik yapısını, içeriği ve izleyici ile ilişkiyi radikal olarak dönüştürmüştür. Bu ders kapsamında, dijital kültür toplumsal ve iletişimsel pratiklerde neden olduğu dönüşüm üzerinden ele alınarak detaylandırılacaktır.

4. Sınıf Bahar Dönemi (8. Yarıyıl)

HİT402 - İkna Edici İletişim (Z)

Günlük hayatta kullandığımız iletişim sürecinden özel alanlarda kullandığımız iletişime kadar iknanın gücü ve önemi, iknada kişisel öğeler ve medyanın ikna etmedeki rolü ön plana çıkmaktadır. İşte bu nedenle ikna edici iletişim dersi ile ikna etme sürecinin işleyişi ve bu sürecin ne denli önemli olduğu ifade edilmektedir. Aristo ile başlayan iknanın boyutları, iknada tutarlılık kuramları, kitle iletişim araçları ve ikna, ikna edici kampanyalar ve yine hedefkitlelere ulaşmada iknanın önemi, ikna edici iletişimin yapısal özellikleri dersin temel konularını oluşturmaktadır.

HİT404 - İnsan Kaynakları Yönetimi (Z)

İnsan kaynakları yönetimi, bireyleri, örgütleri ve toplumları yakından ilgilendiren bir işlevdir. Toplumun bireylerinin örgütlerde üretken ve mutlu çalışabilmeleri, büyük ölçüde insan kaynakları yönetiminin başarılı çalışmasına bağlanabilir. Ders kapsamında, çağdaş personel yönetiminde genel ilkeler, insan gücü planlaması ve hizmete alma, hizmet içi eğitim, performans yönetimi, personelin değerlendirilmesi, ücret ve ödül yönetimi, memurların sendikal hakları konuları incelenmektedir.

HİT422 - İmaj Yönetimi (Z)

Dersin genel amacı öğrencilere kurumsal kimlik ve imajla ilgili bilgileri aktarmaktır. Ders kapsamı içerisinde, kurumsal kimlik yapıları, kurumsal kimlik oluşumu ve oluşumunda etkili faktörler, kurumsal kimlik-kurumsal imaj etkileşimi, kurumsal imajın nasıl oluştuğu, oluşumunda etkili olan faktörler, imaj oluşturma araçları gibi konular incelenmektedir.

HİT408 - Tüketici Davranışları (Z)

İhtiyaç, müşteri, tüketici ve tüketim kavramları, tüketici davranışı kavramı ve pazarlama, tüketici davranışlarının pazarlamadaki ve satıştaki önemi, tüketici karar alma süreci, tüketici davranış modelleri, ihtiyaç, güdü, dürtü ve motivasyon ilişkisi, algılama öğrenme, tutum, kişilik ve kişilik kuramları, yaşam tarzı, kültür ve alt kültür, sosyal sınıflar, aile, referans grubu, örgütsel pazarlarda müşteriler ve satın alma özellikleri

HİT410 - Sanat ve İletişim (S)

Öğrencilerin çeşitli medya uygulamaları üzerinden sanat yönetimi projelerini sorgulayarak, kendi projelerini geliştirmelerini içerir

HİT412 - Algı Yönetimi (S)

Halkla ilişkilerin çağdaş bir bakış açısıyla yeniden yorumlanmasıyla birlikte son yıllarda kurumların hedef kitleleriyle olan ilişkilerinin stratejik biçimde yönetimi ve hedef kitleler üzerinde olumlu algılar tesis edilmesi daha da ön plana çıkmaya başlamıştır. Günümüzde geçerli olan çağdaş halkla ilişkiler yaklaşımı kurumların hedef kitleleriyle karşılıklı yarar, güven, anlayış, hoşgörü ve iyi niyete dayalı ilişkiler tesis edilmesine odaklanmakta; kurumların hedef kitleleriyle gerçekleştirecekleri başarılı ilişkilerin kurumlara yönelik olumlu algıların tesis edilmesine yapacağı katkıları vurgulamaktadır.

Rekabet koşullarının iyice yoğunluk kazandığı günümüz koşullarında kurumların hedef kitlelerin zihninde rakiplerinden farklı bir yere konumlanması ve hedef kitle desteğini, onayını kazanması her zaman olduğundan daha da fazla önem taşır hale gelmiştir. Kurumların kurumsal amaçlarına başarılı biçimde ulaşabilmesi ise hedef kitlelerin kendilerine yönelik algıları ve bu algıların ne şekilde yönetildiğiyle doğrudan bağlantılıdır. Bu bilgilerden hareketle, “Algı Yönetimi” dersinde; kurumlar ile hedef kitleler arasındaki olumlu ilişkilerin geliştirilmesinin öneminden ve bu ilişkilerin kurumlara yapabileceği kazanımlardan bahsedilerek, algı yönetiminin kavramsal temellerine ve algı yönetimine zemin oluşturan teorilere, algı yönetiminin özellik ve amaçlarına, algı türlerine ilişkin bilgiler aktarılacaktır. Ders kapsamında; algı yönetiminin halkla ilişkiler açısından sahip olduğu önemin altı çizilerek ve kurumsal algı yönetiminin unsurlarına ilişkin detaylı bilgilere de yer verilecektir.

HİT414 - Girişimcilik (S)

Yenilik sürecinin nasıl çalıştığı, mevcut firmalarda yenilik yönetimi ve organizasyonu ve girişimci şirketlerin yaratılması gibi konuları kapsar.

HİT416 - İnovasyon ve Yenilikçilik (S)

Yaratıcılık ve yenilik kavramlarını bir arada incelemek, firma ve girişimci açısından yeniliğin önemini anlatmaktır.

HİT418 - Halkla İlişkiler ve Etik (S)

Etik, ahlak kavramları hakkında betimleyici düzeyde bilgi birikimini sağlamaktır. Karar Verme aşamasında etiksel yaklaşımlar hakkında bilgi sahibi olacak, 'Mesleki Etik' ve "Toplumsal Ahlak" ayrımından hareketle mesleğin gereklerinin toplumsal düzen açısından nasıl yapıldığı bilen, iletişimin etik boyutunu anlayan, uygulamaları ve sınırlamaları bilen ve özellikle Halkla İlişkilerde mevcut etik durum ve kuralları hakkında bilgili öğrenciler yetiştirmek hedeflenmektedir.

HİT420 - Medyanın Güncel Sorunları (S)

Bu dersin içeriğinde, televizyon yayıncılığında ve yapımcılığında karşılaşılan günümüz sorunları tartışılarak, örneklerle incelenir. Kitle iletişim örgütlerinin yüz yüze kaldığı sorunlar ile kitle iletişim aygıtlarının topluma dayattığı sorunlar bu derste ayrıntılı olarak işlenmektedir. Özellikle modern/geç modern toplumsal koşulların televizyon içeriğine yansımaları işlenmektedir. Güncel örnekler üzerinden sorunlar ele alınmakta ve tartışılmaktadır.