

Bölüm Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Öğretim Yılı 2020/2021	Tarih
Ders Kodu HİT213	Ders Adı Anayasa	Dönem/Yıl Güz/ 2. Sınıf
Ders Dili	AKTS Kredisi 5	
Durumu	Türkçe	
Ön şartlar	Seçmeli	
Dersin Adresi	Yok	
Kredi	Teori	Uygulama
2	2	-
Öğretim Üyesi	Laboratuvar	Sunum
Ders Yardımcısı	-	-
	Proje/Alan Çalışması	
	-	-

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

Ders Planı	
Hafta	Konular
1	Anayasanın Tanımı
2	Anayasa Türleri ve Tarihsel Çerçeve de Anayasacılık Hareketleri
3	Devletin Tanımı
4	Anayasa Yapılma ve Değıştirilme Usulleri / Yönetim Biçimleri
5	Hükümet Sistemleri / Siyasi Partiler
6	1982 Anayasasının Genel Hatları
7	Temel Hak ve Özgürlükler
8	ARASINAV
9	Yasama
10	Yürütme
11	Yargı
12	Anayasal Yargı
13	Demokrasi Tipleri
14	Seçimler ve Siyasal Partiler
15	MAZERET SINAVI

Ders Kitapları /Kaynakları	1. Kemal Gözler, Anayasa Hukukunun Genel Esaslarına Giriş (Bursa: Ekin Yayınevi, 2010).
Yardımcı Kitaplar	

Değerlendirme Ölçütleri	Adet	Adet	Yüzde (%)
	Ara Sınavlar	1	40
	Kısa Sınavlar	-	-
	Ödevler	-	-
	Projeler	-	-
	Dönem Ödevi	-	-
	Laboratuvar	-	-
	Diğer	-	-
	Dönem Sonu Sınavı	1	60
Değerlendirme Ölçütleri			

Hakkında	
-----------------	--

İçerik Ağırlıkları Yüzdesi (%)	Matematik ve Temel Bilimler	-
	Mühendislik Bilimleri	-
	Mühendislik Tasarımı	-
	Sosyal Bilimler	100

Ders Çıktıları (Kazanımlar)	Anayasal düzenin işleyişi hakkında bilgi sahibi olmak, geçmiş ve güncel ilgili konuların anlaşılmasında ve yorumlanmasında eleştirel davranabilmek.
Dersin Hedefleri	1. Bu ders, öğrencilerine, anayasa hukukunun temel kurum, kavram ve kuramlarını Türk ve diğer ülke anayasaları örneklerinde ve karşılaştırmalı bir zeminde öğretmeyi amaçlamaktadır.
Dersin İşleniş Biçimi	Teorik

Dersin program çıktıları ile olan ilişkisi				
Program çıktıları		0	1	2
1	Sosyal bilimler alanında ortaöğretimde kazanılan bilgi, beceri ve yetkinlikler üzerine inşa edilmiş, halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili kavramları ve kavramlar arası ilişkileri açıklar. Daha sonra, bu alanlarda edindiği ileri düzeydeki kavramsal ve uygulamalı bilgileri kullanır		X	
2	Bilimsel bilginin üretimi ile ilgili süreçleri yöntem ve teknikleri teşhis eder.	X		
3	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili tüm paydaşların iletişim özellikleri ve yaşadığı iletişim sorunları konularında bilgi sahibidir.	X		
4	İletişim ortam ve araçlarını yetkin bir şekilde kullanabilme bilgisine sahiptir.	X		
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında faaliyet gösteren kurumların yapısal ve yönetsel özelliklerini tanıır.		X	
6	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanları ile ilgili özgün fikirleri yaratıcı bir şekilde açıklar. Daha sonra, bu alanlardaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını ya da farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve teknikleri geliştirir ve uygular.	X		
7	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında bireysel ya da grup çalışmalarında sorumluluk alır ve alınan görevleri yerine getirir ya da bağımsız olarak yürütür.	X		
8	Bireysel ve ekip üyesi olarak mesleki gelişimine yönelik Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarında etkinlikleri planlar ve yönetir.	X		
9	Bilgiye ulaşma yollarını bilir, Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip eder ve kullanır.	X		
10	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.	X		
11	Ulusal ve uluslararası gündemde yer alan olay ve gelişmeleri izler ve yorumlar.	X		
12	Alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranır	X		
13	Toplumsal Sorumluluk bilinciyle yaşadığı sosyal çevre için mesleki proje ve etkinlikler planlar ve gerçekleştirir.	X		
14	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarına ilişkin yasa ve mevzuatın bilincinde olur ve bunlara uygun davranır.			X
15	Alanın dinamiklerine bütünlük bir bakış açısı ile yaklaşabilir; yaratıcı ve eleştirel düşünerek	X		

özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirir.			
Dersin Katkısı: 0:Hiç 1:Kısmi 2:Tümüyle			

Düzenleyen Kişi(ler):
Hazırlanma Tarihi: