

BARTIN ÜNİVERSİTESİ
BARTIN MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI
2020-2021 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI “ÇAP” DERS İÇERİKLERİ

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT101	GAZETECİLİĞİN TEMEL İLKELERİ	Güz	2	1	3	3
Ders, gazeteciliğe ilişkin temel kavramları, gazetecilikteki yeni eğilimleri, haber üretim süreçlerini, ortamını, üretim biçimlerini ve bağımsız/alternatif medyaya ilişkin temel kavram ve kuramları içerir. Bu ders, öğrencileri gazeteciliğin ilkeleri ve pratiği hakkında bir anlayışla donatır. Ders ayrıca gazeteciliğin halkla ilişkiler ile özellikle yeni teknolojilerle olan ilişkisini de kapsamaktadır.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT102	STAJ	Bahar	0	0	0	10
Uygulamanın ve iş disiplinin sağlanması için gereken tüm konuları içerir.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT115	İLETİŞİME GİRİŞ	Güz	3	0	3	3
İletişim Kavramı, Tanımı, Önemi, İşlevleri, Temel Özellikleri ve Fonksiyonları, İletişim Süreci, Unsurları, İletişim Süreci İşleyişinin Engellenmesi, Sözlü İletişim, Sözsüz İletişim, Yazılı İletişim, İçsel İletişim, Kişiler Arası İletişim, Örgütsel İletişim, Kitle İletişimi, İletişim Engelleri ve İletişim Çatışmaları, Temsil Sistemleri, Kendini Açma, Empati, İletişim Tipi ve Kişilik, Duygusal Zeka, İkna.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT115	İLETİŞİM TARİHİ	Güz	3	0	3	3
Bu derste tarih ve iletişim; tarih öncesi dönemde iletişim biçimleri; yazı, kağıt, kitap ve matbaanın icadı; ilk gazeteler; telefon, telgraf ve görüntü teknolojileri (fotoğraf, sessiz film, film); radyo, televizyon ve internet; Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye Cumhuriyeti özelinde iletişim tarihi konularına değinilecektir.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT107	HALKLA İLİŞKİLER I	Güz	2	1	3	3
Ders kapsamında Halkla ilişkiler tanımları, halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi, halkla ilişkilerle ilişkili diğer alanlar, halkla ilişkilerde hedef kitle, halkla ilişkiler uzmanı, halkla ilişkiler ajansları ve kurum içi halkla ilişkiler birimleri, halkla ilişkiler uygulamaları, halkla ilişkilerde kullanılan araç ve yöntemler, halkla ilişkiler süreci yer almaktadır.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT108	HALKLA İLİŞKİLER II	Bahar	2	1	3	3
Halkla ilişkiler süreci, hedef kitle, halkla ilişkiler uzmanı, kurum içi halkla ilişkiler birimi ve halkla ilişkiler ajansı, halkla ilişkiler uygulamaları (sosyal sorumluluk kampanyaları, etkinlik yönetimi, sponsorluk, sorun ve kriz yönetimi, kurum içi iletişim, kurum kimliği, kurum imajı, lobicilik), halkla ilişkilerin seyri, halkla ilişkiler ve etik.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT302	KİŞİLERARASI İLETİŞİM	Seçmeli	3	0	3	4
Ders içeriğinde; Kişilerarası iletişim tanımları; kişilerarası iletişim süreci; neden kişilerarası iletişime ihtiyaç duyulduğu; kişilerarası iletişimin bileşenleri; kişilerarası iletişim becerileri konuları yer almaktadır.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT217	REKLAMCILIKIN TEMEL İLKELERİ	Güz	2	1	3	5
Reklamcılığın temel ilkeleri dersi; reklama ilişkin kavramları, pazarlama ve iletişimin reklamcılıktaki rolünü reklamcı karar sürecini, reklam ajanslarını, kampanyaları ve ikna yöntemlerini, reklam üretimini, medya ve medya planlama araçlarını kapsamaktadır.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT303	MEDYADA EGEMEN VE ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR	Seçmeli	3	0	3	4

BARTIN ÜNİVERSİTESİ
BARTIN MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI
2020-2021 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI “ÇAP” DERS İÇERİKLERİ

Egemen-Ana Akım ve Eleştirel Medya Nedir?; Amerikan Egemen Ekolü ve Chicago Okulu; Kitle İletişimi, Kitle Kültürü ve Eleştirel Yaklaşımlar: Gramsci ve ‘Hegemonya’, Frankfurt Okulu, Althusser ve Devletin İdeolojik Aygıtları; İngiliz Kültürel Çalışmalar; Medyanın Eleştirel Ekonomi Politikği; ABD’de Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım (Schiller, Smythe, Herman ve Chomsky); Avrupa’da Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım (Golding ve Murdock, Garnham, Mattelart); Küreselleşme, Yeni Medya ve Egemen-Eleştirel Yaklaşımlar arasındaki farklar işlenecektir.

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT122	İMAJ VE İTİBAR YÖNETİMİ	Bahar	3	0	3	3
<p>Medya, reklam, halkla ilişkiler ve pazar kavramları çerçevesinde imaj ve itibar oluşumu; imaj, itibar ve gerçeklik arasındaki ilişkiler ile bu ilişkilerin yönetimi konusunda öğrencilerin bir perspektif kazanması için bu dersin amacı, kurumsal kimlik, felsefe, kültür ve imaj kapsamında itibar yönetiminin nasıl gerçekleştirileceğini analiz etmektir. İmaj ve İtibar Kavramı, Kurumsal İmaj ve İtibar Yönetimi, İmaj ve İtibarın Önemi ve Farklılıkları, Kurum itibarının etkileşimde olduğu alanlar, Kurum itibarının unsurları, İtibarı etkileyen faktörler ve itibar yönetimi ile İtibar çalışmaları açısından etik tartışması ve örnek uygulamalar ders içeriğini oluşturmaktadır.</p>						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT304	DUYGUSAL ZEKA VE İLETİŞİM	Seçmeli	3	0	3	4
<p>Ders içeriğinde “duygu, zeka, duygusal zeka, iletişim ve iletişim becerileri” konuları ayrıntılı olarak işlenmektedir. Bu kapsamda bireylerin kendilerinin ve diğer bireylerin duygularını anlayabilmesi ve farkında olmasını ifade eden “duygusal zeka” ve iletişim sürecinde başkalarını daha iyi anlayıp, onların duygu ve düşünceleri ile özdeşleşme, iletişimde etkinliğin sağlanması için sözlü, sözsüz ve yazılı bir dizi yeteneği içerisinde barındıran ve ben dili, empati, beden dili ve etkili dinleme gibi kavramlarla ifade edilen “iletişim becerileri” kapsamında öğrencilerin yetkinliğe ulaşarak, özel hayatlarında ve iş hayatlarında duygularını kontrol edip etkili kullanmaları ve karşılaştıkları problemleri en uygun tarzda çözmeye çalışmaları, dersin amacını oluşturmaktadır.</p>						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT306	MEDYA OKURYAZARLIĞI	Seçmeli	3	0	3	4
<p>Medya ve gerçeklik; Medya iletilerinin içeriği; Medya ve temsil; Medya ve kültür; Medya ve önyargı; Medya ve gündem belirleme; Medya ve şiddet; Medya okur-yazarlığında eleştirel yaklaşımlar; Neden medya okur-yazarlığı?; Medyaya güven ve etik; Medyayı takip; Dünyada ve Türkiye’de medya okur-yazarlığı; Medya okur-yazarlığı uygulamaları.</p>						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT301	MEDYA PLANLAMA	Seçmeli	2	1	3	4
<p>Toplumdaki medyanın ve bir endüstri olarak medya üretiminin anlaşılması için kuramsal temeller• Geleneksel medya planlama ve bütçeleme kavramları• Alternatif medya araştırması - interaktif ve web tabanlı teknolojiler, sosyal ağ platformları• Medya ve tanıtımdaki güncel gelişmeler, ürün yerleştirme, sponsorluk ve oyun içi reklamcılık• Medya ve medya kullanımına uygulanan teori• Medya kitlelerinin ölçümü• Medya planlama kuralları• Yeni medya - dijital ve interaktif• Sosyal ağ ve sözlü-ağız etkileri• Medya planı sunma</p>						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT202	HALKLA İLİŞKİLER YAZARLIĞI	Bahar	2	1	3	4
<p>Halkla İlişkiler Yazarlığı Halkla İlişkiler Yazarlığı ve İkna Süreci Halkla İlişkiler Mesajlarında Yazım Süreci; Haber Nedir? Haber Kavramı Önemi ve Özellikleri Haberde Yer Alan Temel Öğeler; Haberde Üslup ve Önemi Yazım Kuralları, Noktalamalar ve Kısaltmalar vb. Haber Yazma ve Haber Yazma Teknikleri 5N 1 K Kuralı; Haber Yazma Teknikleri Ters Piramit Kuralı Kare Kural ve Diğer Yazım Teknikleri; Halkla İlişkilerde Kullanılan İletişim Araçları ve Medya ile İlişkiler; Basın Bülteni; Gazeteler için basın bülteni hazırlama Dergiler için basın bülteni hazırlama; Basın Bülteni Televizyon için basın bülteni hazırlama Radyo için basın bülteni hazırlama; Basın Makalesi Haber Mektubu (Bülten); Röportaj Broşür, gazete, dergi, kitap, el kitabı; Basın kiti, el ilanı, doğrudan postalama, yıllık, davetiye, hatırlatma notu; Kurumsal Tanıtım Yazarlığı Etkili Sunuş Teknikleri</p>						

BARTIN ÜNİVERSİTESİ
BARTIN MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI
2020-2021 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI “ÇAP” DERS İÇERİKLERİ

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT218	PAZARLAMA İLKELERİ VE YÖNETİMİ	Bahar	2	1	3	4
<p>Pazarlama kavramı, tanımı ve pazarlama anlayışındaki gelişmeler, modern pazarlama anlayışı, pazarlama çeşitleri, pazarlama fonksiyonları, Pazarlama bilgi sistemi ve pazarlama araştırması, Pazarlama Karması – Ürün, Fiyat, Tutundurma, Pazarlama İletişimi, Tüketici pazarları ve tüketici davranışı, Pazar bölümlerinde hedef pazar seçimi ve talep tahminleri, Kişisel satış ve satış yönetimi, Dağıtım ve fiziksel dağıtım stratejileri, Uluslararası Pazarlama, Yeşil Pazarlama, Niş Pazarlama, Gerilla Pazarlama, Reklam, Satış Geliştirme ve Tanıtım, Medya Planlaması, Müşteri Değeri İletişimi, Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM), Pazarlama Amaçlı Halkla İlişkiler (MPR), Franchising, Merchandising (İç Satışlar), E-Ticaret.</p>						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT207	İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI	Güz	2	1	3	5
<p>Bu dersin amacı öğrencinin halkla ilişkiler ve iletişim alanında yapacağı araştırmalarla ilgili olarak plan yapabilme, alanla ilgili kaynak tarayabilme, kaynaklara ulaşma ve kaynaklardan yararlanarak belirlenen kurullarla rapor hazırlayabilme ve hazırladığı konuyu sunmayı hedefler. Bu kapsamda ders içeriğinde bilimsel araştırmalarda yer alan temel kavramlar, bilimsel bilginin niteliği, nicel ve nitel yöntemler, içerik analizi, iletişim araştırmalarının uygulama alanları, örnek programlarla uygulamalı ve etkileşimli olarak anlatılacaktır.</p>						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT209	YENİ MEDYA	Güz	2	1	3	4
<p>Derste; yeni iletişim teknolojilerinin iletişime getirdiği yeni medya ortamlarının belirlenerek, geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş sürecinde meydana gelen oluşumların, kuramsal farklılıkların ve teknolojik altyapıdaki değişmelerin öğrenciye örneklerle kavratılması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda ders içeriğinde yeni medya tarihi, yeni medya ve geleneksel medya arasındaki farklılıklar, yeni medyada internetin önemi ve gelişimi, web 1.0 dan web 4.0'a uzanan dijital dönem, artırılmış gerçeklik ve oyunlaştırma, yeni medya ve değişen reklamcılık, dijital reklam örnekleri, mobil reklamcılık, sosyal medya, sosyal medyanın yapı taşları, sosyal medya araçları, sosyal medyaya özgü kavramlar ve etkinlikler, sosyal medyanın toplumsal etkileri, sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya ekonomisi, sosyal medyada yayıncılık, kurumsal sosyal medya, sosyal medyada kurum itibarı, sosyal medya okuryazarlığı, dijital iletişim, dijital dünya vatandaşlığı, dijital yerliler, dijital göçmenler, dijital gizlilik, dijital zorbalık, sosyal ağlarda güvenlik kavramları ile birlikte ülkemizde kullanılan yeni medya ortamlarının neler olduğu ve yeni medya kapsamında veri madenciliği açıklanmaktadır.</p>						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT222	KAMPANYA PLANLAMASI	Bahar	2	1	3	4
<p>Bu ders, öğrencilere reklam projelerinin hazırlanmasında, uygulanmasında ve tamamlanmasında yol gösterecektir. Ayrıca, reklam kampanyaları ve stratejileri, reklam yapımı ve iletişim araçlarının kullanımı, kampanya çalışmalarıyla desteklenen uygulamalar da bu derste işlenecektir.</p>						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT311	SOSYAL DAVRANIŞ KURALLARI VE PROTOKOL	Seçmeli	2	1	3	4
<p>Derste; Protokol ve Görgü kuralları ile ilgili, öğrencinin hayatını kolaylaştıracak gerekli bilgilere yer verilmiştir. Sosyal çevrede başarılı iletişim sağlayabilmek için protokol ve görgü kuralları dersi öğrencilere rehber olacaktır.</p>						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT313	TEKNOLOJİ OKURYAZARLIĞI VE BİLİŞİM ETİĞİ	Seçmeli	2	1	3	4
<p>Bilişim teknolojileri bağımlılığının etkilerinin incelenerek olası zararlarının bertaraf edilmesi ve bu teknolojilerin kontrollü ve bilişim etiğine uygun kullanımının sağlanması için nelerin yapılması gerektiğine odaklanılmaktadır.</p>						

BARTIN ÜNİVERSİTESİ
BARTIN MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI
2020-2021 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI “ÇAP” DERS İÇERİKLERİ

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT120	İLETİŞİM HUKUKU	Bahar	3	0	3	4
<p>Ders kapsamında, hukuk kavramı, Sosyal kurallar (Din, Ahlak, Görgü, Hukuk kuralları), Niteliklerine göre hukuk kuralları, Yaptırım kavramı ve çeşitleri; İletişim kavramı, Kitle iletişimi, Kitle iletişim araçları ve fonksiyonları, Kitle iletişimi ve hukuk; Haberleşme özgürlüğü ve temel unsurları; Türkiye’de haberleşme özgürlüğü, Kitle iletişiminde uluslararası çalışmalar; Basın kavramı ve görevleri, Basın rejimine ilişkin temel kavramlar; Süreli yayınlar, Süreli yayın kuruluşlarında çalışanlar, Süreli yayınlarda cevap ve düzeltme hakkı; Basının ceza sorumluluğu; Kitle iletişim araçları yoluyla kişilik haklarına yapılan saldırılarda sorumluluk; Reklamlar ve hukuk, Reklamların denetlenmesi; Radyo televizyon yayıncılığı ile ilgili yasal düzenlemeler; Radyo televizyon yayıncılığında yasaklar ve yaptırımlar; Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu; Sinema Hukuku; İnternet ortamında yapılan yayınların düzenlenmesi ve bu yayınlar yoluyla işlenen suçlarla mücadele edilmesi ile ilgili konulara değinilecektir.</p>						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT312	GİRİŞİMCİLİK	Seçmeli	2	1	3	4
<p>Sorumlu Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi; Girişimcilik Özellikleri, Girişimcilik Türleri, Girişimciliğin Temelleri ve İş Fikri Geliştirme; Girişimin Amaçları, Başarı Faktörleri ve Yaratıcılık Egzersizleri; İşletme Kavramı, İşletmelerin Kuruluş Süreci ve İş Planı Hazırlanması; İşletme Fonksiyonları, Kuruluş Şekilleri, Kapasite ve İşletme Ölçeğinin Belirlenmesi; İşletme Türleri ve Mali-Hukuki Sorumluluklar; Küçük İşletmelerde Yönetim İşlevi, Yeni Yönetim Yaklaşımları ve Yönetim Planı; Küçük İşletmelerde Üretim İşlevi, Yeni Üretim Sistemleri ve Üretim Planı; Küçük İşletmelerde Pazarlama İşlevi, Yeni Pazarlama Yöntemleri ve Pazarlama Planı; İnovasyon , E-Ticaret, Dış Ticaret; KOBİ’lerin Güçlü ve Zayıf Yönleri, Sorunları ve Çözüm Önerileri; İş Modeli ve İş Planına Yönelik Atölye Çalışmaları, İş Planının Tamamlanması.</p>						