

BARTIN ÜNİVERSİTESİ
BARTIN MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI
2024-2025 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.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT102	STAJ	Bahar	0	2	1	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 Olgusu ve Süreci; İletişimin Diğer Disiplinlerle İlişkisi; İletişimin İşlevleri; İletişim Türleri; İletişim Araçları; Kitleli İletişim ve Kitle İletişim Araçları; Haber Ajansları; İnternet ve Yeni Medya; Örgütsel - Kurumsal İletişim; İletişim ve Etik; İletişim Sosyolojisi; İletişim Araştırmaları; Türkiye’de İletişim ve Kitleli İletişim						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT117	İLETİŞİM TARİHİ	Güz	3	0	3	3
İletişim Tarihinin Kapsamı; Sözlü Kültür ve Toplumsal Yapılar; Yazının İcadı ve Sosyolojik Gelişimi; Kitap Kültürü ve Toplumsal Dönüşümler; Matbaa Devrimi ve Gazetelerin Doğuşu; Ağ Kültürü ve Endüstriyel Devrim: Demiryolları, Telgraf, Telefon; Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi; Radyonun Tarihi ve Toplumsal Yansımaları; Elektronik Yayıncılık: Televizyon Kültürü ve Sosyolojisi; Medya ve Kitle Toplumu; Uydu Yayıncılığı ve Küresel Kültür; Neo-liberal Dönüşüm ve Medya; Enformasyon Toplumu Tartışmaları.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT107	HALKLA İLİŞKİLER I	Güz	2	1	3	3
Halkla ilişkiler tanımları, Türkiye’de ve dünyada halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi, halkla ilişkilerle ilişkili diğer alanlar, halkla ilişkiler modelleri ve temel iletişim kuramları, halkla ilişkiler uzmanı, halkla ilişkiler ajansları ve halkla ilişkiler birimleri, halkla ilişkiler süreci, halkla ilişkilerde hedef kitle, halkla ilişkilerde kullanılan araç ve yöntemler.						

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
Temel İletişim Bilgileri; Kişilerarası İletişim Kavramı; Sözlü İletişim; Sözsüz İletişim; Kişilerarası İletişimi Etkileyen Faktörler; Kişilerarası İletişim Engelleri.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT217	REKLAMCILIĞIN TEMEL İLKELERİ	Güz	2	1	3	5
Reklamcılık dersi; reklama ilişkin kavramları, pazarlama ve iletişimin reklamcılıktaki rolünü reklamci 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
2024-2025 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI “ÇAP” DERS İÇERİKLERİ

Temel kavramlar ve tarihsel çerçeve, Egemen İletişim Araştırmaları, Kitle İletişimi, Kitle Kültürü ve Eleştirel Yaklaşımlar; Gramsci ve ‘Hegemonya’, Frankfurt Okulu, Althusser ve Devletin İdeolojik Aygıtları; Kültürel Çalışmalar; Medyanın Eleştirel Ekonomi Politikliği, ABD’de Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım (Schiller, Smythe, Herman ve Chomsky); Avrupa’da Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım (Golding ve Murdock, Garnham, Mattelart); Küreselleşme ve Yeni Medya

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT122	İMAJ VE İTİBAR YÖNETİMİ	Bahar	3	0	3	3
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.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT304	DUYGUSAL ZEKA VE İLETİŞİM	Seçmeli	3	0	3	4
Ders içeriğinde “duygu, zeka, duygusal zeka, iletişim ve iletişim becerileri” konuları ayrıntılı olarak işlenmektedir.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT306	MEDYA OKURYAZARLIĞI	Seçmeli	3	0	3	4
Medya Okuryazarlığı Kavramı, Konumu ve Uygulamaları; Medya Okuryazarlığı Eğitiminde Temel Yaklaşımlar; Medya Okuryazarlığı Eğitiminde Örnek Ülke Uygulamaları; Medya Okuryazarlığı Dersi Temel Konuları; Medya Okuryazarlığında Eğitim Metodları; Bilginin Kalitesi Üzerine Etki Eden Sorunlar; Davranış Üzerine Etki Eden Sorunlar; Medya Okuryazarlığı ile İlişkili Kavramlar (Enformasyon, Misenformasyon, Dezenformasyon, Manipülasyon, Sansür, Propaganda, Önyargı, İkna)						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT301	MEDYA PLANLAMA	Seçmeli	2	1	3	4
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						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT202	HALKLA İLİŞKİLER YAZARLIĞI	Bahar	2	1	3	4
Halkla İlişkilerde Yazarlık; Yazma Süreci; Halkla İlişkiler Yazarlığında İkna; Geleneksel ve Sosyal Medya İçin Yazarlık; Halkla İlişkiler Araçları İçin Yazarlık.						

BARTIN ÜNİVERSİTESİ
BARTIN MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI
2024-2025 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
Tüketicinin pazarlama süreçlerinin merkezinde yer aldığının keşfedilmesine odaklanan Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi dersi pazarlama kavramı, pazarlama çevresi, tüketici davranışları, pazarlama bilgi sistemi, pazar bölümlendirme, konumlandırma, hedef pazar seçimi, ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma kararları ve stratejilerini kapsamaktadır.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT219	HALKLA İLİŞKİLER ARAŞTIRMALARI	Güz	2	1	3	5
Ders içeriğinde bilimsel araştırmalarda yer alan temel kavramlar, bilimsel bilginin niteliği, nicel ve nitel yöntemler, içerik analizi, iletişim araştırmalarının uygulama alanları etkileşimli olarak anlatılacaktır. Dersi kapsamında, final notları klasik sınav yerine dönem boyunca yürütülen araştırma projesine dayalı olarak değerlendirilmektedir.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT209	YENİ MEDYA	Güz	2	1	3	4
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, yeni medya ve propaganda, 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.						

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

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT311	SOSYAL DAVRANIŞ KURALLARI VE PROTOKOL	Seçmeli	2	1	3	4
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.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT313	TEKNOLOJİ OKURYAZARLIĞI VE BİLİŞİM ETİĞİ	Seçmeli	2	1	3	4
Okuryazarlık ve teknoloji okuryazarlığı kavramı, teknolojinin getirdiği imkân ve tehditleri, insan,teknoloji ve toplum anlayışı, dijital medyanın işleyiş ve doğru kullanımı, internet ve sosyal medyanın bilinçli kullanımı; sosyal medyanın bireyler üzerindeki etkileri; bilgi yayma ve yanıltma gücü; haber yayma gücü; bilişimde etik kuralları ve bilgi güvenliği konuları işlenmektedir.						

BARTIN ÜNİVERSİTESİ
BARTIN MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI
2024-2025 EĞİTİM-ÖĞRETİM YILI “ÇAP” DERS İÇERİKLERİ

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT120	İLETİŞİM HUKUKU	Bahar	3	0	3	4
İletişim, Kitle İletişim, Hukuk Kavramları; İletişim Özgürlüğü; Basın Rejimi; Cevap ve Düzeltme Hakkı; Kitle İletişim Araçları Yoluyla Kişilik Haklarına Yapılan Saldırılarından Doğan Hukuki Sorumluluk; Reklamlar ve Hukuk; Radyo-Televizyon Yayıncılığı ve Hukuk; Sinema Hukuku.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT312	GİRİŞİMCİLİK	Seçmeli	2	1	3	4
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.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT314	SİYASAL İLETİŞİM	Seçmeli	3	0	3	4
Siyasal İletişim Olgu ve Süreci, Siyasal İletişimin Diğer Disiplinlerle İlişkisi, Siyasal İletişim Aktörleri, Siyasal İletişim Türleri, Yöntem ve Teknikleri, Medyada Siyasal İletişim, Siyasal İletişimin Karakteristikleri, Siyasal İletişimde Etik/Ahlak, Siyasal Partilerde Siyasal İletişim, Siyasal Kampanyalar, Türkiye'de Siyasal Partiler ve Seçimler, Türkiye'de Siyasal Reklamlar ve Siyasal Kampanyalar, Siyasal İletişim Araştırmaları.						

Dersin Kodu	Dersin Adı	Yarıyılı	TE	PR	KR	AKTS
HİT315	MARKA YÖNETİMİ	Seçmeli	2	1	3	4
Ürün Kavramı; Marka Kavramı; Markalaşma Süreci ve Marka Yaratma Stratejileri; Marka Konumlandırma; Marka Estetiği; Marka Denkliği; Marka Kişiliği; Marka İmajı; Marka İle İlgili Diğer Kavramlar; Marka İletişimi.						