

Ders İçerikleri

Türk Dili

Dil hakkında genel bilgi, Türk dilinin dünya dilleri arasındaki yeri, Türk dilinin gelişmesi, tarihi evreleri ve yayılma alanları; Türkçe'nin ses özellikleri ve ses bilgisi ile ilgili kurallar; Türkçe kelimelerde vurgu, imla kuralları, noktalama işaretleri, kelimeler, kelime analizi, cümleler, cümle unsurları, cümle analizi işlenmektedir.

Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi

Kavramların açıklanması, Osmanlı İmparatorluğu'nun çöküşü ve bunun nedenleri, Mondros Mütarekesi'nden başlayarak Mustafa Kemal'in Anadolu'daki çalışmaları ve ulusal mücadele, devrimler iki grup içinde (öncü devrimler ve gelişen devrimler olarak) incelenmekte ve günümüzdeki sonuçları ele alınmaktadır...

Yabancı Dil (İngilizce)

Başlangıç düzeyinde İngilizce öğretimi esas alınmaktadır. Ders, öğrencilerin dinleme -anlama, konuşma, okuma ve yazma becerilerini geliştirme amacını taşır. Bu doğrultuda, İngilizcenin temel dilbilgisi kuralları kavratılır, anadili İngilizce olan birisiyle iletişimi sağlayacak düzeyde sözcük öğretilir.

Temel Bilgisayar Becerileri

Windows İşletim Sistemini diğer paket yazılımları kavrayabilecek seviyede kavrayabilme, Disket kullanımı Microsoft Ofis paket programındaki (Word, Excel, Powerpoint, Outlook) programları temel seviyede kullanabilme, İnternet Explorer ile ilgili temel işlemleri yapabilme, İnternet bağlantı ayarları yapabilme.

Genel İşletme

İşletme ile ilgili genel bilgiler, İşletmenin kuruluş çalışmaları ve de ilgili problemler. İşletmelerin hukuki yapıları büyüklüğü, kuruluş yeri ve seçim kriterleri. İşletmenin yönetim fonksiyonları, yönetimle ilgili problemler ve çözümler, planlama, organizasyon, yöneltme ile ilgili sorunlar. İşletmenin alt fonksiyonları (Üretim, finans, pazarlama v.b.)

Protokol Bilgisi

Sosyal hayatta ve iş ortamında protokolün yeri ve önemi, kamu veya özel bütün kurum ve kuruluşların iş ortamında sürdürdüğü tüm etkinliklerde uyulması gereken protokol bilgileri, protokol çeşitleri ve özellikleri, kurumsal etkinliklerde uygulanacak protokol kuralları, sekreterin günlük işlerinde, kendi bürosunda, kurumu temsil görevlerinde büro içinde uygulayacağı protokol kuralları üzerinde durulur.

Araştırma Yöntemleri

Araştırma sorusu geliştirilmesi, araştırma sorunu ya da durumu tanımlanması, araştırma tasarısı oluşturulması, veri toplama ve metodoloji geliştirilmesi, örneklem çerçevesi çizilmesi, veri analizi yöntemlerinin belirlenmesi, verilerin yorumlanması ve araştırma raporunun yazılması. İletişim stratejilerinin geliştirilmesi aşamasında, araştırmanın önemini kavranması. Odak grup, derinlemesine görüşme, anket ve içerik analizi ve internet araştırmaları gibi konuların incelenmesi.

Fotoğrafçılık

Fotoğraf makinelerinin çalışma ilkeleri, objektiflerin yapısı ve çeşitleri, perspektif, perde hızı ve diyafram açıklığı değişkenleri, pozlama ilkeleri, film seçimi ve fotoğraf işletmeleri uygulama çalışmalarıyla anlatılmaktadır.

Kurumsal İletişim

Hızla değişen çevre ve rekabet koşulları karşısında kurumların kendilerini yeni koşullara uyarlamaları sağlıklı kurumsal iletişim kurmaları ile sağlanabilir. Dersin amacı, öğrencilere kurumsal iletişim konsepti için zengin bir perspektif sağlamak, hem pratik hem de stratejik örnek olaylar ile stratejik planlamanın kurumsal iletişim çatısı altında önemini ortaya koymaktır. Derste, kurumsal iletişim pratikleri öğretilerek global toplumlara etkisi tartışılacak ve stratejik planlama çalışmalarıyla kurumsal iletişim çalışmaları ilişkilendirilerek çağdaş global toplumlarda ana iletişim konsepti olması irdelenecektir. Bu derste öğrenciler; kurumun amaç ve hedeflerine ulaşması ve sağlıklı işleyişini sağlamak üzere yönetim sürecinin bir fonksiyonu olarak kurumsal iletişimin yönetiminde öne çıkan konuları ve aşamaları öğrenecekler.

Kriz yönetimi

Çevredeki belirsizlik ve değişiklik durumu, kurumları sürekli olarak beklenmedik tehlike veya fırsatlarla karşı karşıya bırakmaktadır. Kurumların varlığını devam ettirebilmeleri, bu tehlikelerden korunmalarına veya fırsatları değerlendirebilmelerine bağlı kalmaktadır. Bu ders kapsamında kurumlarda **Kriz dönemlerinde halkla ilişkiler dersinde** krizin tanımı, kriz dönemleri, krizin nedenleri, kriz anında halkla ilişkiler yönetimi, kriz boyutları, kriz yönetim planı oluşturma, kriz dönemi personel politikası geliştirme, kriz koşullarında yürütmeyi sağlama, kriz iletişim planlaması oluşturma, kriz şartlarında karar alma, kriz sonrası halkla ilişkiler, kriz sonrası durum analizi, kriz sonrası faaliyet ölçeğini belirleme, kriz sonrası durum değerlendirmesi gibi başlıklar ders kapsamında tartışılacak konu başlıkları arasındadır.

Marka İletişiminde Temel kavramlar:

Derste marka ile ilgili marka farkındalığı, marka çağrışımları, marka imajlı, marka kimliği, marka kişiliği, marka denkliliği ve marka bağlılığı gibi temel kavramların neler olduğu, marka yaratırken ve konumlandırırken nelere dikkat edilmesi gerektiği gibi "marka" ile ilgili temel kavramlar uygulamalı çalışmalarla öğretilecektir. Marka kavramının reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarıyla nasıl oluşturulduğu aktarılacaktır.

Marka kültürü:

İşletmeler açısından Marka kültürü oluşturma sürecinde kullanılan iletişim ve yönetim stratejileri; müşteri ilişkileri yönetimi, kurumsal iletişim, kurum kültürü gibi ilgili kavramlar ile bağlantılı olarak ele alınacaktır.

Marka İletişiminde Temel kavramlar

Derste marka ile ilgili marka farkındalığı, marka çağrışımları, marka imajlı, marka kimliği, marka kişiliği, marka denkliliği ve marka bağlılığı gibi temel kavramların neler olduğu, marka yaratırken ve konumlandırırken nelere dikkat edilmesi gerektiği gibi "marka" ile ilgili temel kavramlar uygulamalı çalışmalarla öğretilecektir. Marka kavramının reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarıyla nasıl oluşturulduğu aktarılacaktır.

Reklamcılıkta Temel Kavramlar

Reklamcılığın tanımı, alt başlıkları, genel konseptleri ve yaklaşımları, iletişim sürecindeki temel işlevleri gibi temel tanım ve sınıflandırmalarının, komşu uygulamalarla ilişkileri kurularak ele alınması. Reklamcılık konusunda temel ve elementer bilgilerin aktarılması

Pazarlamanın Temel İlkeleri

Pazarlamanın, serbest pazarlardaki seçim provizyonu çerçevesinde ana mekanizma olarak ele alınması. Pazarlamanın temel felsefesi irdelenerek; pazarlama yönetiminin ilkeleri çerçevesinde temel pazarlama yaklaşımlarının, pazarlama kavramlarının uygulamasının, pazarlama yönetiminin öğelerinin değerlendirilmesi . Pazarlamanın toplumsal ve yönetsel işlevleri, pazarlama yaklaşımları ve farklı organizasyon yapılarındaki işleyişi, müşteri-pazarlama karşılaşmaları, karar verme süreçleri, toplumsal ve kişisel etkenlerin etkileri, markalama, segmentasyonun rolü, hedefleme ve konumlandırma ve pazarlama karması gibi öğelerin ele alınması.

Reklamda Yaratıcılık

Reklamcılığın ikna edici bir iletişim biçimi olduğu düşünülerek iletişimim etkileri ve hedefleri. İletişim sorunlarını belirleme ve sorunlara çözümler üretme. Etkili reklam fikrinin gelişmesi ve buna yönelik kavramsal çerçeve oluşturulması. Marka konumlandırmanın temelleri ve mesaj stratejilerine bakış.

Reklamda Örnek Uygulamalar

Kuramsal olarak öğrenilen bilgilerin pratiğe dönüştürüldüğü ders. Reklamda yaratıcılık dersinin ana başlıkları olan ikna edici iletişim türü, iletişimin hedefleri, etkili reklam, mesaj stratejileri gibi konuların reklamlar örnek gösterilerek anlatılması.

Reklamcılık ve Toplum

Bu ders reklamcılık sektörüne ve reklamlara eleştirel bakış ve derinlemesine değerlendirme yapmayı amaçlar. Tüketicinin rolü ve çağdaş toplumlar üzerindeki sosyal sonuçları, dünyadaki farklı uygulamalar ışığında incelenecektir. Öğrencilerin okuyup seyrettikleri değişik reklam metinleri üzerine inceleme ve sınıfiçi tartışma yapılacaktır. Ders kapsamında reklamcılığın çağdaş dünyadaki etkisi üzerinde durulacaktır.

Popüler Kültür

Bu ders kapsamında iletişim yollarını, benimsenen kültürel bakışı farklı düzeyde seçilmiş metinlere uygulamak; sosyal, kişisel ve küresel düzeyde nerede, nasıl ve niçin iletişim kurulacağına anlaşılması; Sinema, Televizyon, Gazete, reklam, Popüler müzik vb. kaynaklardan elde edilen metinlerin değerlendirilmesi; bireylerin dili ve sözsüz iletişim yöntemlerini kullanarak iletişimin nasıl kurulacağı; medyanın iletişim stratejilerini kullanarak birey üzerinde control sağlanması; teknolojinin geleceğin iletişimini nasıl şekillendirdiği vb. konular işlenecektir.

Medya Planlaması

Medyadaki reklamların planlanması; stratejisi, seçimi ve değerlendirilmesi sürecinde kullanılan terimlerin, kavramların, yöntem ve usullerin anlatılması; Kitle İletişim araçlarına yön veren ekonomik, sosyal ve kültürel etkenler ile ilgili bilgiyi artırma. Reklam verenler ve ajanslarının değişik medya araçlarından nasıl

yararlandıklarının değerlendirilmesi; Bu ders kapsamında medyanın geniş hedef kitlelere ulaşmadaki etkinlik ve verimliliği incelenecektir.

Reklamcılık ve Uygulamaları

Reklâm kampanyalarının hazırlanması (metin yazarlığı, yaratıcı süreç, müşteri temsilciliği) öğrencilerin hazırlayacakları projelerle ve örnek uygulamalarla anlatılmaktadır.

Senaryo ve Metin Yazarlığı

Televizyonda metnin ve metin yazmanın önemi, senaryo'nun tanımı, önemi ve biçimleri ve öyküleme teknikleri örnek uygulamalarla anlatılmaktadır.

İletişim Hukuku ve Etiği

Anayasa ve yasalarda yer alan kitle iletişimine ilişkin maddelerle; basın kanunu, haberleşme hürriyeti, düşünceyi açıklama ve yayma hürriyeti, yayıncıların sorumlulukları, yayınlarda uyulması gereken kural ve ilkeler işlenmektedir

Mesleki İngilizce

Sektörde kullanılan terimlerin kavranması, değişik projelerde karşılaşılabilecek mesleki terimlerin anlam ve içeriklerinin açıklanması, mesleki konularda okuma ve okuduğunu anlama, kelime dağarcığının geliştirilmesi, kullanma ve bakım kılavuzlarının tercüme ilkelerini uygulayabilme, teknik rapor, CV, sipariş ve iş mektubu yazım ilkelerini uygulayabilme, mesleki konularda tercüme, doküman hazırlama, basit iş mektupları yazma gibi konularda öğrencilerin kendilerini geliştirebilecekleri ödev ve uygulamalar.