



REPUBLIC OF TURKEY
İSTANBUL UNIVERSITY
İLETİŞİM FAKÜLTESİ



DERS İÇERİKLERİ

Number:

Date: 27.11.2017

Diploma Programı: HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM, LİSANS PROGRAMI, (UZAKTAN ÖĞRETİM)

Ders Adı	Ders Kodu	Akts	Kredi	T/U/L
ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ II	ODAI0002	2	2	2/0/0

Osmanlı Devleti'nin yıkılışıyla başlayan süreç Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin kuruluşu için verilen askeri ve siyasi mücadele ve gerçekleştirilen devrimler ayrıntılandırılarak anlatılmaktadır.

GENEL HAKLAR VE MEDYA	GZTK4415	5	3	3/0/0
-----------------------	----------	---	---	-------

Derse ait içerik bulunamamıştır.

GRAFİK TASARIM	HAIT1327	6	3	3/0/0
----------------	----------	---	---	-------

2. nesil halkla ilişkiler hizmetleri içinde yer alan web 2.0, Blogging, görsellerin yönetimi ve temel web sayfalarının, dillerinin anlatımı ve uygulanması.

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI	HAIT1328	6	3	3/0/0
-------------------------------	----------	---	---	-------

Derste halkla ilişkilerin uygulanması üzerinde durularak, bu alanda sektördeki başarılı projeler tartışılacaktır.

İTİBAR YÖNETİMİ	HAIT4309	5	3	3/0/0
-----------------	----------	---	---	-------

İtibar bir kuruluşun hedef kitle tarafından görülmek istediği yapıyı içermektedir, ancak bu yapının da gerçekliğe dayanması beklenmektedir. Kuruluşların kendilerine ait birer kimlik oluşturma çabası çok uzun zamandan beri devam etmektedir. Bu derste de kurumsal kimlik uygulamalarının kökeni ve günümüzdeki yansıması öğrencilere aktarılacaktır

KAMUOYU ARAŞTIRMALARI	HAIT3341	5	3	3/0/0
-----------------------	----------	---	---	-------

Bu derste özellikle II. Dünya Savaşı sonrası gelişen yeni yönetim anlayışının, siyaset biçiminin göz önüne aldığı önemli dinamiklerden biri olan kamunun genel kanaati, ortak düşüncesidir. Bu noktada yönetenlerin, kamuoyuna ilişkin yaklaşımlarının özellikle meşruiyet noktasında önemli bir açılım sergilediği görülmektedir. Özellikle politikanın, bilimsel kaynaklarla, referanslarla kamulara dönük siyasalar, stratejiler, politikalar üretmesi çok daha yoğun tartışmalara yol açan bir eylemlilik olarak dikkatleri üzerine toplamıştır. ?Kamuoyu araştırmaları dersinde de bu yeni yapılanmanın kuramsal yansımaları ve kamunun kanaatlerinin sorgulanmasına ilişkin uygulamaların boyutları, niteliği tartışılacak, sorgulanacaktır.

KİŞİLERARASI İLETİŞİM HAIT3337 5 3 3/0/0

Kişilerarası ilişkilerde, iletişimin gerekliliğini ortaya koyarak iletişim sürecini anlayabilmek, kendini iyi tanımanın önemini kavrayarak, toplumu tanımada ki anlamının belirtilmesi için, kişilerarası iletişim kuramları, çeşitli okumalar, film gibi görseller ve uzman konuklarla söyleşilerle desteklenmektedir.

KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI HAIT1326 6 3 3/0/0

Kitle İletişim Kuramları dersi iletişim alanında geliştirilen kuramları genel sosyal teori içerisinde ele almaktadır.

KİTLE İLETİŞİMİ VE TÜKETİM HAIT2337 5 3 3/0/0

Tüketici davranışlarının şekillenmesine etki eden faktörler ve bu faktörlerin reklam ve pazarlama alanında kullanımının değerlendirilmesi.

MARKA İLETİŞİMİ YÖNETİMİ HAIT4308 5 3 3/0/0

"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

MEDYA ANALİZ YÖNTEMLERİ HAIT2341 5 3 3/0/0

Derse ait içerik bulunamamıştır.

MEDYA ENDÜSTRİSİ RAST4439 5 3 3/0/0

Derse ait içerik bulunamamıştır.

MEDYA ETİĞİ GZTK2387 6 3 3/0/0

Etik ve ahlâk kavramı, medya etiği, basın meslek ilkeleri özdenetim kavramı, özdenetim kuruluşları. Dünya özdenetim uygulamaları. Türkiye'de özdenetimin tarihçesi, basın meslek kuruluşları ve meslek ilkeleri. Türkiye'de medyanın etik sorunları.

MEDYA OKUR YAZARLIĞI HAIT3338 5 3 3/0/0

Medya Okuryazarlığı dersi tüm dünyada (50'den fazla ülkede) olduğu gibi Türkiye'de de 2007-2008 öğretim yılında İlköğretim 6,7,8. sınıfları için seçmeli ders olarak müfredat programına girmiştir. 2008-2009 öğretim yılında da Medya Okuryazarlığı dersi seçmeli ders olarak okutulmaktadır: Halen İstanbul'da 600 ve Ankara'da bir o kadar ilköğretim okulunda 6, 7 ve 8. sınıflarda 400 bin civarında öğrenci bu dersi seçmiş ve ders tüm Türkiye'de hayata geçirilmiş durumdadır. Bu bağlamda, Fakültemiz 2. sınıf (III.YY) öğrencilerine bu dersin önemini, getirilerini, yöntemini açıklamak ve Medya Yazarlığı konusunda bilgi vermek dersin içeriğini oluşturmaktadır.

MEDYA PLANLAMASI HAIT4307 5 3 3/0/0

Öğrenciye medya izleyicilerinin ve kampanya hedef kitlelerinin tanımlanması, ölçülmesi ve sunulması süreçlerinde varolan ileri ve yeni teknolojileri ve medya planlama modelleri hakkında bilgi verilecektir.

REKLAM YAPIM YÖNETİM **HAIT1329** **6** **3** **3/0/0**

İkna edici ve tüketici davranışları üzerinde etkin olabilmeyi hedefleyen reklâmın, mesajını kuvvetlendirici, hatırlanabilirliğini arttırıcı olabilmesi için reklam oluşum sürecinde dikkat edilmesi gerekenler üzerinde durulacaktır.

SOSYAL MEDYA **HAIT3339** **5** **3** **3/0/0**

Yeni medya hayatımızın her alanını değişime uğratmaya başlamıştır. Sosyal medya, geleneksel medyanın tek düze anlayışını değiştirerek interaktif bir medya ortamı sağlamıştır. Bu bağlamda ders, herkesin bilgi sahibi olduğu ve kullandığı fakat tam manasıyla felseefsini kavrayamadığı bu alanı inceleyecektir.

SOSYAL PSİKOLOJİ **HAIT2336** **5** **3** **3/0/0**

Sosyal Bilimlerdeki gelişmelerden önemli bir sahasını teşkil eden Sosyal Psikoloji, toplumsal gelişme/değişme ve etkileşimle doğrudan irtibatlı olan iletişim bilimlerinin vazgeçilmez bir ilgi alanını teşkil etmektedir. Dersin kapsamı içinde, bilgilendirici ve saha araştırmalarının yapılabilceği, iletişim becerilerini artırıcı, sosyal olguların aktarılması amaçlanmıştır. Sosyal Psikolojinin tarihî gelişimi, konuları, yaklaşımı, yöntemleri, sosyal etki ve uyuma davranışının incelenmesi, tutumlar, tutum değiştirme, önyargı, iletişim ve propagandanın uygulamalı çerçevesinde tutumlar, toplumsal roller, statü, otorite, gruplar arası iletişim , kültür vb konular ele alınmaktadır.

SOSYAL SERMAYE YÖNETİMİ **HAIT4310** **5** **3** **3/0/0**

Derse ait içerik bulunamamıştır.

TÜRK DİLİ II **ODTD0002** **2** **2** **2/0/0**

Türk Dili 2 dersi, öğrencinin hem edebi hem akademik konularda başarılı yazılı ve sözlü uygulamalar yapabilmesini sağlamak için gerekli olan konuları içerir.. Yazılı anlatım kuralları, yazı türleri, anlatım şekilleri, yazılı anlatım becerisini geliştirmek amacıyla yazılı anlatım uygulamaları, yazılı ve sözlü anlatımda başarı için yazılı metinler üzerinde çalışmalar, sözlü anlatım kuralları ve türleri hakkında bilgi verilerek anlatım çalışmalarını ve uygulamalarını yapılacaktır.

ULUSLARARASI İLETİŞİM **GZTK3401** **5** **3** **3/0/0**

Derse ait içerik bulunamamıştır.

ULUSLARARASI VE KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM KAMPANYALARI **HAIT2335** **5** **3** **3/0/0**

Derse ait içerik bulunamamıştır.

VERİ GAZETECİLİĞİ **HAIT2342** **5** **3** **3/0/0**

Derse ait içerik bulunamamıştır.

YABANCI DİL II **ODYD0002** **2** **2** **2/0/0**

Yabancı Dil olarak İngilizce'nin iyi şekilde öğretilmesi temel amaçtır. Bununla birlikte öğrencilerimizin yabancı dil bilen gençler olarak yetişmelerini ve karşılaşabilecekleri yabancı dil ortamlarına yeterli dil seviyesiyle yaklaşabilmelerini sağlamak ve buna uygun bir şekilde tutum ve davranış kazandırmak da hedeflenmektedir.

YENİ İLETİŞİM ORTAMLARI **RAST3443** **5** **3** **3/0/0**

Derse ait içerik bulunamamıştır.