



**T.C.**  
**TRABZON ÜNİVERSİTESİ**  
**Vakıfkebir Meslek Yüksekokulu Müdürlüğü**

**Sayı** : 32343321-105.03-E.176  
**Konu** : Pazarlama ve Reklamcılık  
Bölümü Halkla İlişkiler ve  
Tanıtım Programı Ders İçerikleri

23.07.2020

**İLGİLİ MAKAMA**

Yüksekokulumuz Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı ders içerikleri yazımız ekinde sunulmuştur.

Bilgilerinizi arz/rica ederim.

**e-imzalıdır**  
**Dr. Öğr. Üyesi Soner DEMİRTAŞ**  
**Müdür**

**Ek** : Ders İçerikleri-34 Sayfa



AITB1001	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ - I	T+U+L 2+0+0	ECTS:2
I.Yarıyıl Güz			
<b>Dersin Amacı</b>			
İnkılâp ve benzeri kavramlar, Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılışını hazırlayan sebepler, I. Dünya Savaşı, Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasını hazırlayan sebepler, Mondros Mütarekesi ve sonrasında Anadolu'nun işgali üzerine başlayan ulusal uyanış, Atatürk'ün kişiliği ve Samsun'a çıkışı, Milli Mücadele'ye hazırlık dönemi (kongreler, T.B.M.M.'nin açılışı) ve savaşlar dönemi, Saltanatın kaldırılması. Lozan Barış Antlaşması, Cumhuriyet'in ilanı anlatılır ve kavratılır. Atatürk Devrimleri ve Atatürkçü Düşünce sistemi ile Türkiye Cumhuriyeti Tarihi hakkında doğru bilgiler vermek, Türk gençliğini Atatürkçü Düşünce Sistemi doğrultusunda yetiştirilir.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Osmanlı İmparatorluğu'nun Dağılışı (XIX Yüzyıl) . Tanzimat ve Islahat Fermanı, I. ve II. Meşrutiyet, Trablusgarp ve Balkan Savaşları, I. Dünya Savaşı, Mondros Ateşkes Antlaşması, Wilson İlkeleri, Paris Konferansı, M. Kemal'in Samsun'a çıkışı ve Anadolu'daki Durum, Amasya Genelgesi, Ulusal Kongreler, Mebusan Meclisi'nin Açılışı, TBMM'nin Kuruluşu ve İç İsyanlar, Teşkilat-ı Esasi Kanunu, Düzenli Ordunun Kuruluşu, I. İnönü, Kütahya - Eskişehir, Sakarya Meydan Muharebesi ve Büyük Taarruz, Kurtuluş Savaşı sırasındaki Antlaşmalar, Lozan Barış Antlaşması, Saltanatın Kaldırılması, Siyasi alanda yapılan devrimler, siyasi partiler ve çok partili siyasi hayata geçiş denemeleri, hukuk alanında yapılan devrimler, toplumsal yaşamın düzenlenmesi, ekonomik alanda yapılan yenilikler, 1923-1938 Döneminde Türk dış politikası, Atatürk sonrası Türk dış politikası, Türk Devriminin İlkeleri: (Cumhuriyetçilik, Halkçılık, Laiklik, Devrimcilik, Devletçilik, Milliyetçilik) . Bütünleyici İlkeler.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
<b>Hafta</b>	<b>Detaylı İçerik</b>	<b>Önerilen Kaynak</b>	
Hafta 1	Derse giriş ve kavram analizi		
Hafta 2	Türk İnkılabının nedenleri ve Osmanlı Devleti'nin yıkılışının iç ve dış nedenleri		
Hafta 3	Osmanlı Devleti'nde yenilik hareketleri, Tanzimat Fermanı, Islahat Fermanı, I. Meşrutiyet, II. Meşrutiyet		
Hafta 4	Osmanlı Devleti'nde Fikir Akımları (Osmanlıcılık, İslamcılık, Batıcılık, Türkçülük.) İtihat ve Terakki Partisi'nin iktidara gelmesi. 31 Mart olayı, Trablusgarp Savaşı, Balkan Savaşları		
Hafta 5	Birinci Dünya Savaşı'nın Nedenleri ve Savaşın başlaması, Osmanlı Devleti'nin Savaşa katılması, Cephele ve Sonuçları		
Hafta 6	Osmanlı Devleti'ni Paylaşım antlaşmaları (Boğazlar, Londra, Sykes Picot, St. Jean de Maurienne Ant.) I. Dünya Savaşı'nın Sona Ermesi, Ermeni olayları, Mondros Ateşkes Antlaşması		
Hafta 7	Ulusal Mücadele dönemi, İşgaller karşısında Ulusun ve Ülkenin durumu Cemiyetler ve Faaliyetleri, Mustafa Kemal Paşa'nın İstanbul'a gelişi ve duruma bakışı		
Hafta 8	Mustafa Kemal Paşa'nın Samsun'a çıkışı. Mustafa Kemal Paşa'nın Havza'daki Faaliyetleri, Amasya Genelgesi, Erzurum Kongresi ve önemi,		
Hafta 9	Arasınav		
Hafta 10	Balikesir ve Alaşehir Kongreleri. Sivas Kongresi ve önemi, Ulusal Mücadele döneminde diğer kongreler		
Hafta 11	Amasya Görüşmeleri, Sivas'ta komutanlarla yapılan toplantı. Temsil Heyeti'nin Ankara'ya gelişi. Son Osmanlı Mebuslar Meclisi'nin toplanması, Misak-ı Milli		
Hafta 12	T.B.M.M.'nin açılması, Nitelikleri. Ulusal Mücadele'de Basın, T.B.M.M.'ye karşı ayaklanmalar. Türkiye'yi paylaşma tasarıları		
Hafta 13	Ulusal Ordunun Kurulması (Kuva-yı Milliye, Düzenli Ordu), Güney ve Güney Doğu Cephesi, Doğu Cephesi (TBMM - Sovyet Rusya ilişkileri)		
Hafta 14	Ermeni Sorunu, Ermenilerle yapılan Savaşlar, TBMM - Gürcistan ilişkileri, Batı Cephesi (I. ve II. İnönü Savaşları, Kütahya - Eskişehir Muharebesi)		
Hafta 15	Sakarya Savaşı, Büyük Taarruz, Mudanya Ateşkes Antlaşması, Saltanatın Kaldırılması		
Hafta 16	Final Sınavı		



TDB1001	TÜRK DİLİ - I	T+U+L 2+0+0	ECTS:2
I.Yarıyıl Güz			
<b>Dersin Amacı</b>			
Öğrencilere, Türk dilinin yapı özellikleriyle işleyiş düzenini ve zenginliğini kavratarak onlarda ulusal birliğimizin temel unsuru olan ana dil bilincinin ve sevgisinin uyanmasını sağlamaktır.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Dil ve Diller: Dil Millet İlişkisi, Dil Kültür İlişkisi Yeryüzündeki Diller ve Türk Dilinin Dünya Dilleri arasındaki Yeri; Kaynakları bakımından Dil AileleriTürk Yazı Dilinin tarihi gelişimi; Eski Türkçe, Orta Türkçe, Divanü Lügat-it Türk, Atabetü'l- Hakayık, Harezmi Türkçesi, Eski Türkiye Türkçesi (Eski Anadolu Türkçesi) ; Yeni Türkçe Dönemi, Modern Türkçe Dönemi, Batı, Güney Batı Türkçesi) , Türkiye Türkçesi, Doğu ( Kuzey ) Doğu Türkçesi) , KaratayTürkçesi, Ses Bilgisi (FONETİK) , Ses ve sesin oluşumu, büyük ve küçük ünlü uyumu, Türkçedeki başlıca ses olayları; Türkçe'nin ses özellikleri, Türkçe'nin hece yapısı, cümle vurgusu. Şekil Bilgisi (MORFOLOJİ- BIÇIM BİLGİSİ) , şekil bakımından kelimeler, kökler, gövdeler, ekler (yapım ekleri, çekim ekleri) , anlatım ve vazifeleri bakımından kelimeler; isimler, sıfatlar, zamirler, fiiller, fiil çekimi, şekil ve zaman ekleri, fiilimsiler, edatlar, fiilden türeyenler ve isimden türeyenler, anlam bilimi; kelimedeki anlam, kelimenin anlam çerçevesi, cümle bilgisi; cümle çeşitleri, cümle tahlilleri.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
<b>Hafta</b>	<b>Detaylı İçerik</b>	<b>Önerilen Kaynak</b>	
Hafta 1	Dil( Dil- Millet İlişkisi/ Dil-Kültür İlişkisi).		
Hafta 2	Yeryüzündeki Diller.		
Hafta 3	Kaynakları Bakımından Dil Aileleri. Yapı Bakımından Dil Grupları.		
Hafta 4	Türk Dilinin Tarihi Devirleri. Türk Yazı Dilinin Tarihi Gelişimi.		
Hafta 5	Eski Türkçe- Orta Türkçe- Yeni Türkçe- Modern Türkçe.		
Hafta 6	Türk Dilinin Bugünkü Durumu ve Yayılma Alanları.		
Hafta 7	Ses Bilgisi.		
Hafta 8	Ses Bilgisi. Şekil Bilgisi- Kökler Ekler (Yapım ve Çekim Ekleri)		
Hafta 9	Ara sınav		
Hafta 10	Anlam ve Vazifeleri Bakımından Kelimeler.		
Hafta 11	Anlam Bilimi- Kelimedeki Anlam- Kelimeler Arası İlişkiler.		
Hafta 12	Cümle Bilgisi- Kelime Gruplarının Özellikleri.		
Hafta 13	Kelime Gruplarının Çeşitleri.		
Hafta 14	Cümlelerin Unsurları.		
Hafta 15	Cümle Çeşitleri ve Cümle Tahlilleri.		
Hafta 16	Dönem sonu sınavı		

  
**MUSTAFA GELİR**  
 Yükseköğretim Sekreteri  
 TRAKYA ÜNİVERSİTESİ  
 İZMİR MESLEK YÜRSERİ  
**ASLININ AYNISIDIR**



VHIP1001	İletişime Giriş	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl	I. Yıl / Güz Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
İletişim kavramının temelini, iletişim öğelerini, iletişim çeşitlerini, iletişim modellerini ve teorilerini kavramsal boyutuyla incelemek. İletişimden kitle iletişimimine doğru giden süreci ve bu sürece yönelik yaklaşımları değerlendirmek.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
İletişim olgusu, önemi ve gelişimi, iletişim süreci ve iletişim çeşitleri, kitle iletişim araçlarının işlevleri ve etkileri, medya kuramları ve iletişim modelleri, temel iletişim modelleri.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	İletişime Giriş		
Hafta 2	İletişim Olgusu, Önemi, Gelişimi		
Hafta 3	İletişimle İlgili Kavramlar		
Hafta 4	İletişim Süreci ve Temel Öğeleri		
Hafta 5	İletişim Çeşitleri		
Hafta 6	Kitle İletişim Araçları		
Hafta 7	Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri		
Hafta 8	Kitle İletişim Araçlarının Etkileri ve Etki Araştırmaları Giriş		
Hafta 9	Ara Sınav		
Hafta 10	Etki Araştırmaları Dönemleri		
Hafta 11	Televizyon ve Çocuk: Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Etkileri		
Hafta 12	Medya Kuramları		
Hafta 13	İletişim Modelleri Gelişimi ve Sınıflandırılması		
Hafta 14	Temel İletişim Modelleri		
Hafta 15	Genel Tekrar		
Hafta 16	Dönem Sonu Sınavı		



ASLININ AYNISIDIR

VHIP1003	İktisada Giriş	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl	1. Yıl / Güz Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Öğrencilere giriş düzeyinde mikro ve makro ekonomi hakkında bilgilerini vermektir.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
İktisat ilminin konusu, tanımı, iktisadi sistemler, ana kavramlar, talep, arz çeşitli piyasa analizleri. Makro iktisada ilişkin temel kavramların anlaşılması. Gayri safi milli hasıla, gayri safi yurtiçi hasıla, işsizlik aktif nüfus, işgücü, istihdam ve işsizlik, Fiyatlar genel düzeyi: Enflasyon, deflasyon, Para arzı, para talebi, Dış ticaret, döviz kuru ve ödemeler bilançosu, İktisadi Büyüme ve Kalkınma hakkında bilgiler.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Giriş ve temel kavramlar		
Hafta 2	Sınırsız istekler, kıtlık kanunu, tercih ve alternatif maliyet, tüketim kararlarında alternatif maliyet, üretim kararlarında alternatif maliyet ve üretim olanakları eğrisi		
Hafta 3	Tam kullanım sorunu, etkin kullanım sorunu, iktisadi büyüme ve kalkınma sorunu, kapitalist sistem ve temel sorunların çözümü, karma ekonomik sistem		
Hafta 4	Fiyat, piyasa, talep, talep kanunu, talep eğrisi, talep fonksiyonu		
Hafta 5	Arz fonksiyonu, arz edilen miktardaki değişme, arzdaki değişme ve arzdaki değişmeye neden olan faktörler		
Hafta 6	Piyasa dengesi ve piyasa dengesindeki değişmeler		
Hafta 7	Piyasalar, piyasa türleri, tam rekabet piyasası, tekel piyasası, oligopol piyasası.		
Hafta 8	Tam rekabet ve eksik rekabet piyasaları		
Hafta 9	Ara sınav		
Hafta 10	Milli Gelir Muhasebesi: Gayri safi milli hasıla, gayri safi yurtiçi hasıla, milli gelir, kullanılabilir gelir		
Hafta 11	İstihdama İlişkin Temel Kavramlar: Nüfus, aktif nüfus, işgücü, istihdam ve işsizlik.		
Hafta 12	Enflasyon ve enflasyonu önleme politikaları		
Hafta 13	Para ve Banka: Para arzı, para talebi, para politikası.		
Hafta 14	Dış ticaret, döviz kuru ve ödemeler bilançosu.		
Hafta 15	İktisadi Büyüme ve Kalkınma: Büyüme ve kalkınma kavramları,		
Hafta 16	Dönem sonu sınavı		



VHIP1005	Halkla İlişkiler	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl	1. Yıl / Güz Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Bu ders kapsamında, halkla ilişkiler tanımları, halkla ilişkilerin gelişim süreci ve bu süreci etkileyen faktörler, kuruluşlar ve kişiler için önemi, amaçları, süreçleri, reklam ve propagandanın farklı yönleri, halkla ilişkiler görevlerinin nitelikleri, görevleri ve rolleri öğretilmektedir.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Bu ders, halkla ilişkiler sürecini, uygulamalarını, halkla ilişkiler kuram ve ilkelerini içermektedir.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Tanımlar/kavramlar: Halkla ilişkiler, reklam, tanıtım vd.	Peltekoğlu, Filiz Balta, Halkla İlişkiler Nedir, 7. Basım, Beta Yay., İstanbul, 2012 İŞÇİ, Metin, Halkla İlişkiler, Der Yay., İstanbul, 2002.	
Hafta 2	Halkla ilişkilerin (Dünya'da ve Türkiye'de) tarihsel gelişimi.		
Hafta 3	Pazarlama iletişimi.		
Hafta 4	Pazarlama iletişiminde halkla ilişkilerin yeri.		
Hafta 5	Halkla ilişkiler süreci.		
Hafta 6	Halkla ilişkilerde temel modeller.		
Hafta 7	Halkla ilişkilerde temel modeller (devam).		
Hafta 8	Halkla ilişkiler uygulamalarında hedef kitle.		
Hafta 9	Ara Sınav (VIZE)		
Hafta 10	Halkla ilişkilerde kullanılan yöntem ve araçlar (devam).		
Hafta 11	Halkla ilişkilerde kullanılan yöntem ve araçlar (devam).		
Hafta 12	Halkla ilişkiler aracının seçimi- medya ile ilişkiler.		
Hafta 13	Kurumsal iletişim – kurum kimliği ve kurum kültürü.		
Hafta 14	Kurumsal iletişim – kurumsal imaj.		
Hafta 15	Halkla ilişkiler ve sosyal sorumluluk.		
Hafta 16	Dönem Sonu Sınavı (Final)		





VHIP1007	Hukukun Temel Kavramları	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl	1. Yıl / Güz Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Hukuk dersinin temel kavramlarını öğretilip özel ve kamu hukukuna alt yapı oluşturmak.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Temel hukuk kavramlarının benimsenmesi			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Temel hukuk kavramları		
Hafta 2	Sosyal hayatı düzenleyen kurallar		
Hafta 3	Hukukun kaynakları ve çeşitleri		
Hafta 4	Hukukun dalları		
Hafta 5	Hukukta kişi kavramı		
Hafta 6	Anayasa hukuku		
Hafta 7	1876 Anayasası		
Hafta 8	1921 Anayasası		
Hafta 9	Ara Sınav		
Hafta 10	1924 Anayasası		
Hafta 11	1961 Anayasası		
Hafta 12	1982 Anayasası		
Hafta 13	Temel Hak ve Hürriyetler		
Hafta 14	Yasama, Yürütme ve Yargı		
Hafta 15	İdare Hukuku		
Hafta 16	Dönem Sonu Sınavı		



VHIP1009	Temel Bilgi Teknolojileri Kullanımı	T+U+L-2+2+0	ECTS:3
Yıl / Yarıyıl	1. Yıl / Güz Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Bilgi Teknolojileri kullanımının yaygınlaştırılması, Bilgisayar okur-yazarlığının artırılması, İşletim Sistemi, Kelime İşlem, Elektronik Hesaplama Tablosu, Sunu hazırlama ve İnternet kullanımı konularında deneyim sahibi olunması.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Bilişim teknolojileri, yazılım ve donanım ile ilgili temel kavramlar, genel olarak işletim sistemleri, kelime işlemci programları, elektronik tablolar programları, veri sunumu, eğitimde internet kullanımı, bilişim teknolojilerinin sosyal yapı üzerindeki etkileri ve eğitimdeki yeri, bilişim sistemleri güvenliği ve ilgili etik kavramları.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Bilgi Teknolojilerine ait temel kavramları detaylı şekilde tanınması, bir bilgisayar sistemindeki temel donanım ve yazılım bileşenlerini ve işlevlerinin ayrıntılı olarak kavranması.		
Hafta 2	İşletim sistemlerinin amaçları ve kullanımı konusunda temel seviyede bilgi verilmesi		
Hafta 3	İşletim sistemi ayarları hakkında bilgi verilmesi		
Hafta 4	İşletim sisteminde dosya ve klasör organizasyonu		
Hafta 5	Word yazılımının tanıtılması ve kullanımı hakkında temel bilgilerin verilmesi		
Hafta 6	Word yazılımında veri giriş ve biçimlendirme işlemleri		
Hafta 7	Word yazılımında belge düzenleme, resim tablo vb. bileşenlerin eklenmesi.		
Hafta 8	Genel bir uygulama yapılması		
Hafta 9	Ara Sınav		
Hafta 10	Excel yazılımının tanıtılması ve kullanımı hakkında temel bilgilerin verilmesi		
Hafta 11	Excel yazılımının veri giriş ve biçimlendirme işlemleri		
Hafta 12	Excel yazılımının formüller, fonksiyonlar ve grafiklerin kullanımı		
Hafta 13	PowerPoint yazılımının tanıtılması ve kullanımı hakkında temel bilgilerin verilmesi		
Hafta 14	PowerPoint yazılımının incelenmesi		
Hafta 15	Genel bir uygulama yapılması		
Hafta 16	Dönem Sonu Sınavı		



ASLININ AYNISIDIR



VHIP1011	İşletme Bilimine Giriş	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl	1. Yıl / Güz Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı öğrencilerine, gelecekte çalışma alanlarına girebilecek konular açısından işletmenin temel teorik ve yöntemsel bilgilerini vermektir.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
İşletmenin Temel Kavramları, İşletmenin Amaçları, İşletmenin Ekonomi İçindeki Yeri ve Çevresi, İşletmelerin Sınıflandırılması, İşletmenin Kuruluşu, İşletme Büyüklüğü ve Kapasite, İşletmenin Temel Fonksiyonları (Yönetim, Üretim, Pazarlama, Muhasebe ve Finansman, İnsan Kaynakları Yönetimi, Halkla İlişkiler, Araştırma ve Geliştirme)			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	İşletme Kavramı, İşletmeciliğin Kritik Öğeleri ve İşletmecilikte Ağırlıklı Kavramlar		
Hafta 2	İşletmecilik Uğraşısının Kronolojik Trendi ve Diğer Disiplinlerle Bağlantısı- İşletmeleri Etkileyen Çevre Koşulları		
Hafta 3	İşletmenin Amaçları ve Kişileri İşletme Kurmaya Yönlendiren Motiveler		
Hafta 4	İşletmeciliğin Tüm Eylemlerinde Geçerli Olan Rasyonelleştirme İlkeleri (Verimlilik, Etklilik, Etkinlik, Üretkenlik, Karlılık, Globalleşme)		
Hafta 5	İşletmecilikte Başlangıç Faaliyetleri ve Kuruluş Şekilleri		
Hafta 6	İşletmelerin Sınıflandırılması ve İşletmeler Arası İş Birliği Şekilleri ve Yönleri		
Hafta 7	İşletmelerde Genel İşlev Olarak Yönetim		
Hafta 8	İşletmelerde Temel İşlev Pazarlama Yönetimi		
Hafta 9	Ara Sınav		
Hafta 10	İşletmelerde Temel İşlev Üretim Yönetimi		
Hafta 11	İşletmelerde Destekleyici ve Kolaylaştırıcı İşlevler Muhasebe ve Finansman Yönetimi		
Hafta 12	İşletmelerde Destekleyici ve Kolaylaştırıcı İşlev İnsan Kaynakları İşlevi		
Hafta 13	İşletmelerde Değişim ve Gelişim İşlevi AR-GE Yönetimi		
Hafta 14	İşletmelerde Değişim ve Gelişim İşlevi Örgüt Geliştirme		
Hafta 15	İşletmecilik Uğraşısının Kronolojik Trendi ve Diğer Disiplinlerle Bağlantısı- İşletmeleri Etkileyen Çevre Koşulları		
Hafta 16	Dönem sonu sınavı		



YDB1001	İngilizce 1	T+U+L-3+0+0	ECTS:3
Yıl / Yarıyıl	I. Yıl / Güz Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Öğrencilere temel dilbilgisi kurallarını öğretmek, öğrencilerin anlamlı ve doğru İngilizce cümleler kurabilmelerini ve yazılı-sözlü olarak kendilerini ifade edebilmelerini sağlamaktır.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Introducing Yourself, To Be, Occupations, Possessive adjectives, Possessive 's, Demonstrative Adjectives (THIS/THAT/THESE/THOSE), The Simple Present Tense, Likes/Dislikes, Abilities ( Can/Can't)			
<b>Önerilen hususlar</b>			
Teknoloji kullanımı derse entegre edilebilir. Online quizler ders içeriğini pekiştirmek için kullanılabilir.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Introduction: Information about the Course Book and Course Objectives, Giving Essential Information about the course, Sharing Ideas about Learning a foreign language	SMART CHOICE-STARTER, STUDENT'S BOOK AND WORKBOOK, THIRD EDITION by KEN WILSON/THOMOS HEALY (OXFORD PRESS) YARDIMCI KAYNAKLAR: GRAMMARWAY 1-2, JENNY DOOLEY, VIRGINIA EVANS; ESSENTIAL GRAMMAR IN USE, RAYMOND MURPHY; BASIC ENGLISH GRAMMAR, BETTY AZAR	
Hafta 2	Unit 1) A) Speaking: Introducing yourself B) Vocabulary: Occupations C) Grammar: The Present Tense of Be		
Hafta 3	Unit 1) D) Listening: Introductions, Asking for More Personal Information E) Reading and Writing: Occupations, Writing a letter		
Hafta 4	Unit 2) A) Speaking: Asking for and Giving Personal Information, Compiling a Directory B) Vocabulary: Personal Information C) Grammar: The Present tense of Be		
Hafta 5	Unit 2) D) Listening: People Asking for and Giving Personal Information E) Reading and Writing: Personal Details		
Hafta 6	Unit 3) A) Speaking: Talking about Personal Possessions, Role Play B) Vocabulary: Possessions C) Grammar: Demonstrative Adjectives		
Hafta 7	Unit 3) D) Listening: Asking and Talking about Photos and Possessions E) Reading and Writing: Personal Possessions, A letter about your partner's personal info		
Hafta 8	Unit 4) A) Speaking: Expressing likes and dislikes, Role Play B) Vocabulary: Types of Music C) Grammar: The Simple Present Tense (1)		
Hafta 9	Arasınava		
Hafta 10	Unit 4) D) Listening: Talking about Music and Favourite Types of Music E) Reading and Writing: Likes and Dislikes, A letter about your Friends		
Hafta 11	Unit 5) A) Speaking: Describing Activities, A Board Game B) Vocabulary: Leisure Activities C) Grammar: The Simple Present Tense		
Hafta 12	Unit 5) D) Listening: Talking about Weekend Activities E) Reading and Writing: What do you do for fun? A Letter about Your Friends		
Hafta 13	Unit 6) A) Speaking : Talking about Abilities, A Survey on Skills B) Vocabulary: Abilities c) Grammar: Can and Can't		
Hafta 14	Unit 6) D) Listening: Talking about What They can and can't do E) Reading and Writing: People's abilities, A Letter about Your Friends		
Hafta 15	Overall Revision of Topics for Final Examination		
Hafta 16	Dönem sonu sınavı		





AITB1000	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ-II	T+U+L 2+0+0	ECTS:2
Yıl / Yarıyıl	1. Yıl / Bahar Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Atatürk Devrimleri ve Atatürkçü Düşünce sistemi ile Türkiye Cumhuriyeti Tarihi hakkında doğru bilgiler vermek, Türk gençliğini Atatürkçü Düşünce Sistemi doğrultusunda yetiştirmek.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Siyasi alanda yapılan devrimler, siyasi partiler ve çok partili siyasi hayata geçiş denemeleri, hukuk alanında yapılan devrimler, toplumsal yaşamın düzenlenmesi, ekonomik alanda yapılan yenilikler, 1923-1938 Döneminde Türk dış politikası, Atatürk sonrası Türk dış politikası, Türk Devriminin İlkeleri: (Cumhuriyetçilik, Halkçılık, Laiklik, Devrimcilik, Devletçilik, Milliyetçilik) . Bütünleyici İlkeler.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Ulusal Ordunun Kurulması (Kuvay-ı Milliye, Düzenli Ordu) kurulması. Güney ve Güney Doğu Cephesi		
Hafta 2	Doğu Cephesi (TBMM ? Sovyet Rusya İlişkisi, Ermeni Sorunu.Ermenilerle yapılan Savaşlar, TBMM ? Gürcistan ilişkisi		
Hafta 3	Batı Cephesi (I. Ve II. İnönü Savaşları, Kütahya ? Eskişehir Muharebesi), Sakarya Meydan Savaşı, Büyük Taarruz		
Hafta 4	Ulusal Mücadelenin Toplumsal, Parasal ve Silah Kaynakları.Mudanya Ateşkes Antlaşması, Saltanatın Kaldırılması		
Hafta 5	Lozan Konferansı, Lozan Barışı, II. TBMM?nin açılması		
Hafta 6	Türk İnkılap Hareketleri (Siyasal İnkılaplar), Cumhuriyet Döneminin ilk Siyasal Partileri, İzmir Suikastı, Menemen Olayı		
Hafta 7	Hukuk İnkılabı, Eğitim ve Kültür İnkılabı (Cumhuriyet Döneminde Eğitim)		
Hafta 8	Tarih, Dil ve Güzel Sanatlar alanında çalışmalar. Sosyal Alanda yapılan İnkılaplar		
Hafta 9	Arasınav		
Hafta 10	Ekonomik Alandaki Düzenlemeler. Milli Ekonomi Oluşturma Çalışmaları		
Hafta 11	Atatürk Döneminde Türkiye Cumhuriyeti'nin Dış Politikası. 1923-1932 Dönemi Dış Politikası Olayları		
Hafta 12	1932-1939 Dönemi Dış Politika Olayları. Atatürk Dönemi Dış Politikasının Özellikleri Kısa Sınav		
Hafta 13	II. Dünya Savaşı ve Türkiye. II. Dünya Savaşı'nın Türkiye Açısından Sonuçları		
Hafta 14	Atatürk İlkeleri (Cumhuriyetçilik, Milliyetçilik, Halkçılık, Laiklik.)		
Hafta 15	Atatürk İlkeleri ( Devletçilik, Devrimcilik), Atatürk'ün Bütünleyici İlkeleri		
Hafta 16	Dönem sonu sınavı		



ASLİNİN AYNISIDIR



TDB1000	Türk Dili II	T+U+L-2+0+0	ECTS:2
Yıl / Yarıyıl	2. Yıl / Bahar Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Çağın sürekli ilerleyen şartlarına uygun olarak farklı alanlarda öğrenim gören gençlerimize ana dili sevgisini ve bilincini kazandırmak. Hayatın her alanında ve her meslek grubunda gerekli olan dilin doğru, güzel ve etkili kullanılması. Öğrencilere her alanda kendilerini yeterli ve açık bir biçimde ifade edebilme becerisinin kazandırılması. Mesleki yönden çağdaş bilgilerle donanmış bireyleri dil ve edebiyat tarihi yönünden aydınlatmak.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Yazılı ve sözlü anlatım türleri ile bunların unsurları			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Yazılı ve Sözlü Kompozisyon. Yazılı anlatımda plan nasıl yapılmalı? Konularına göre paragraf çeşitleri. Paragrafta anlatım türleri. Düşünceyi geliştirme yolları.		
Hafta 2	Resmî Yazılar: Dilekçe, tutanak, rapor, özgeçmiş, gibi resmî yazı türlerinin tanımları, başlıca özellikleri ve bunlarla ilgili örnekler.		
Hafta 3	Fikrî Yazılar: Makale, fıkra, bildiri, eleştiri, deneme gibi fikrî yazı türlerinin tanımları, başlıca özellikleri ve bunlarla ilgili örnekler.		
Hafta 4	Türk Şiir Gelenekleri: Klasik şiir, Halk şiiri, Modern şiir geleneği ve özellikleri. İçerik bakımından şiir türleri.		
Hafta 5	Tiyatronun tanımı ve önemi, başlıca tiyatro terimleri. Geleneksel sahne oyunlarımız (Meddah, Ortaoyunu, Karagöz-Hacivat). İçerik bakımından tiyatro çeşitleri (Trajedi, komedi, dram).		
Hafta 6	Hikâyenin tanımı ve başlıca özellikleri, kurgu bakımından hikâye türleri. Romanın tanımı ve başlıca özellikleri. Konularına göre roman türleri. Hikâye ve roman arasındaki ayırt edici özellikler.		
Hafta 7	Destan türünün tanımı ve genel özellikleri. Doğal destanlar ve oluşum aşamaları, yapay destanlar. İslamiyet'in kabulünden önceki ve sonraki doğal Türk destanları. Türk destanlarında tipler ve motifler.		
Hafta 8	Masal türünün tanımı, halk masalları ve sanat masalları. Masalların başlıca özellikleri. Gezi yazısının tanımı ve başlıca özellikleri. Bir edebî tür olarak anı ve başlıca özellikleri.		
Hafta 9	Ara Sınav		
Hafta 10	Sözlü kompozisyon ve iletişim kavramı. İletişimin unsurları. İletişimin türleri ve engelleri. Türkçeyi doğru ve güzel kullanmak.		
Hafta 11	Nutuk, konferans, mülakat, panel, seminer, münazara gibi sözlü kompozisyon türlerinin tanımı ve başlıca özellikleri.		
Hafta 12	Biçim ve niteliklerine göre bilgi kaynakları. Bilgi kaynaklarının araştırılması ve kütüphane kullanımı.		
Hafta 13	Kuram, yasa, ilke, sistem, yöntem gibi başlıca bilimsel terimler. Bilimsel yazının tanımı ve bilimsel araştırmanın planı. Bilimsel araştırmada üslup, alıntı yapma ve kaynak gösterme hususunda önemli noktalar.		
Hafta 14	Edebiyatımızda yer alan Tanzimat, Servet-i Fünûn, Fecr-i Atî, Milli Edebiyat gibi başlıca edebî dönemler ve akımlar. Cumhuriyet sonrasında şiir, tiyatro, roman ve hikâye gibi başlıca edebî türlerin seyri.		
Hafta 15	Genel Tekrar		
Hafta 16	Dönem Sonu Sınavı		

  
**Mustafa GELİR**  
 Yükseköğretim Sekreteri  
 MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI  
 MESLEK YÜKSEKOKULU  
**ASLININ AYNISIDIR**

VHIP1000	Sosyal Psikoloji	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl	2. Yıl / Bahar Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Sosyal psikolojinin kullanım alanlarını işlemek ve halkla ilişkiler alanında sosyal psikolojiyi nasıl kullandığımızı göstermek amaçlanmaktadır.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Sosyal psikoloji dersinin içeriği; sosyal psikolojinin tanımlanması, sosyal psikolojide kullanılan araştırma yöntemleri, sosyal biliş, sosyal algı, benlik, tutumlar, uyuma, grup süreçleri, kişiler arası çekim, toplum yanlısı davranışlar, saldırganlık ve ön yargıdır.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Giriş ve Dersin Tanıtımı		
Hafta 2	Sosyal Psikolojiye Giriş		
Hafta 3	Yöntem: Sosyal Psikolojide Araştırma Yöntemleri		
Hafta 4	Sosyal Biliş: Sosyal Dünya Üzerine Düşünme Biçimlerimiz		
Hafta 5	Sosyal Algı: Başka İnsanları Nasıl Anlıyoruz?		
Hafta 6	Benlik: Kendimizi Sosyal Bağlam İçinde Anlamak		
Hafta 7	Eylemlerimizi Mazur Gösterme Gerekisini: Çelişkili Azaltmanın Bedelleri ve Getirileri		
Hafta 8	Tutumlar ve Tutum Değişimi: Düşünce ve Duyguları Etkilemek		
Hafta 9	Ara Sınav		
Hafta 10	Uyuma: Davranışları Etkileme		
Hafta 11	Grup Süreçleri: Sosyal Gruplarda Etki		
Hafta 12	Kişiler Arası Çekim: İlk İzlenimlerden Yakın İlişkilere		
Hafta 13	Toplum Yanlısı Davranışlar: Neden Yardım Ederiz?		
Hafta 14	Saldırganlık: Neden Başkalarının Canını Yakarız?		
Hafta 15	Ön Yargı: Nedenleri ve Tedavi Yöntemleri		
Hafta 16	Dönem Sonu Sınavı		

  
Mustafa GELİR  
Yükseköğül Sekreteri  
MERSİNE ÜNİVERSİTESİ  
MERSİNE YÜKSEK ÖĞRETİM ENSTİTÜSÜ  
ASLININ AYNI SIDIR

VHIP1002	Sosyoloji	T+U+L-3+0+0	ECTS:3
Yıl / Yarıyıl	2. Yıl / Bahar Dönemi		
Dersin Amacı	Sosyolojinin temellerinin anlaşılmasını sağlamak; toplumun değişim ve dönüşüm koşullarını incelemek.		
Dersin İçeriği	Toplumsal yapı, sosyalizasyon, değerler ve normlar, kimlik, kültür, statü, sınıf, ırk, etnisite, toplumsal cinsiyet gibi kavramların tanıtılması.		
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Sosyoloji Nedir?		
Hafta 2	Sosyolojinin Kurucuları		
Hafta 3	Toplum Türleri		
Hafta 4	Temel Sosyolojik Kavramlar I		
Hafta 5	Temel Sosyolojik Kavramlar II		
Hafta 6	Temel Sosyolojik Kavramlar III		
Hafta 7	Modernlik-Modernleşme		
Hafta 8	Toplumsallaşma, Bireyselleşme ve Küreselleşme		
Hafta 9	Ara Sınav		
Hafta 10	Gündelik Yaşam ve Sosyolojisi		
Hafta 11	Kurumlar Sosyolojisi I		
Hafta 12	Kurumlar Sosyolojisi II		
Hafta 13	Sosyolojinin Alt Disiplinleri		
Hafta 14	Sosyolojide Araştırma Yöntemleri ve Teknikler		
Hafta 15	Türkiye'de Sosyoloji		
Hafta 16	Dönem Sonu Sınavı		

  
Mustafa GELİR  
Yükseköğül Sekreteri  
MERSİN ÜNİVERSİTESİ  
MERSİN YÜKSEKÖĞÜL  
ASLININ AYNISIDIR



VHIP1004	Pazarlama İlkeleri	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl	2. Yıl / Bahar Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Temel nitelikteki bu dersin amacı, öğrencileri pazarlama kavramları ve yöntemleri ile tanıştırmaktır. Bu anlamda, öğrencilere pazarlamanın genel ilkelerini öğretmenin yanı sıra yaratıcı pazarlama stratejileri için gerekli olan bakış açılarını geliştirebilmelerine de yardım edilecektir.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Pazarlamanın konusu ve tanımı. Pazarlamayı etkileyen çevresel faktörler. Pazarlama karmasının unsurları: Ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım. Halkla ilişkilerin pazarlama içindeki yeri. Pazarlama süreci.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Pazarlama kavramının ve sürecinin tanımlanması		
Hafta 2	Pazarlama çevresi, müşteri istek ve ihtiyaçlarını anlamada pazarlama bilgisinin önemi		
Hafta 3	Tüketici pazarları ve nihai tüketicinin satın alma davranışı		
Hafta 4	Endüstriyel pazarlar ve endüstriyel satın alma davranışı		
Hafta 5	Müşteri odaklı pazarlama stratejisi: Hedef müşteriler için değer yaratma		
Hafta 6	Ürünler, hizmetler ve markalar: Müşteri değeri yaratma		
Hafta 7	Yeni ürün geliştirme ve ürün yaşam eğrisi stratejiler		
Hafta 8	Müşteri değeri anlama ve müşteri değeri oluşturma, fiyatlandırma stratejiler		
Hafta 9	Ara Sınav		
Hafta 10	Pazarlama kanalları: Müşteriye değer sunma, perakendecilik ve toptancılık		
Hafta 11	Pazarlama iletişimi		
Hafta 12	Reklamcılık		
Hafta 13	Halkla İlişkiler		
Hafta 14	Kişisel satış ve satış geliştirme		
Hafta 15	Direkt ve online pazarlama: Müşterilerle doğrudan iletişim		
Hafta 16	Dönem Sonu Sınavı		



VHIP1006	Marka İletişim Stratejileri	T+U+L-3+0+0	ECTS:5
Yıl / Yarıyıl	2. Yıl / Bahar Dönemi		
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, bir markanın pazarlama bileşenleri kullanılarak nasıl ortaya çıkarıldığı ve bir markanın nasıl yönetildiğinin öğretilmesidir.		
Dersin İçeriği	Bu derste markanın ne olduğu, markanın pazarlama açısından önemi, marka sadakati, marka bilinirliği, markanın konumlandırılması, global marka iletişimi, marka yaratma, marka iletişim stratejileri ve pazarlama programı ile ilgili teorik bilgilere sektörden örnekler gösterilerek yer verilecektir.		
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Markanın pazarlama açısından önemi		
Hafta 2	Marka ile ilgili kavramlar		
Hafta 3	Marka başvurusu ve tescil işlemleri		
Hafta 4	Marka yönetim sürecinin planlanması		
Hafta 5	Marka denklğini oluşturma		
Hafta 6	Marka denklği unsurları		
Hafta 7	Markanın görsel ve işitsel unsurları		
Hafta 8	Marka yönetimi ve pazarlama stratejileri		
Hafta 9	Ara Sınav		
Hafta 10	Marka yaratma stratejileri		
Hafta 11	Markanın konumlandırılması		
Hafta 12	Marka iletişimi		
Hafta 13	Global marka yönetimi		
Hafta 14	Pazarlama programı		
Hafta 15	Örnek olaylarla marka stratejileri		
Hafta 16	Dönem Sonu Sınavı		



ASLININ AYNISIDIR

VHIP1008	Pazarlama Araştırması	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl	2. Yıl / Bahar Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Pazarlama araştırmasının önemini kavrayabilme. Pazarlama problemlerine ilişkin bilginin toplanması ve analizinde kullanılan araştırma yöntemlerini, metodolojisini kavrayabilme. Pazarlama araştırmalarının uygulama alanların tanıyabilme.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Pazar araştırmalarının önemi, problemin tanımlanması, veri türleri, veri kaynakları ve örnekleme, birincil ve ikincil veri toplama yöntemleri. Pazarlama araştırmalarında ölçme ve ölçek kavramların kavrama, pazarlama araştırması türleri.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Pazarlama Araştırmasına Giriş		
Hafta 2	Pazarlama Araştırması Sektörü		
Hafta 3	Pazarlama Araştırması Süreci ve Problemin ve Araştırmanın Amaçlarının Tanımlanması		
Hafta 4	Araştırma Tasarımı		
Hafta 5	İkincil Veri ve Paketlenmiş Bilgi		
Hafta 6	Nitel Araştırma Teknikleri		
Hafta 7	Anket Verisi Toplama Yöntemlerinin Değerlendirilmesi		
Hafta 8	Ölçme, Soru Geliştirme ve Anket Tasarımı		
Hafta 9	Ara Sınav		
Hafta 10	Örnekleme Seçimi		
Hafta 11	Örnekleme Büyüklüğüne Karar Verme		
Hafta 12	Saha Çalışması ve Veri Kalitesi Konularını Ele Alma		
Hafta 13	Betimsel Analiz Kullanımı, Anakütle Tahminleri ve Hipotez Testleri		
Hafta 14	İlişki Testlerinin Kullanımı ve Regresyon Analizinin Temelleri		
Hafta 15	Araştırma Raporu		
Hafta 16	Dönem Sonu Sınavı		

  
**Mustafa GELİR**  
 Yüksekokul Sekreteri  
 MESLEK YÜKSEKOKULU

**ASLININ AYNISIDIR**



VHIP1010	Reklamcılığa Giriş	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl		2. Yıl / Bahar Dönemi	
<b>Dersin Amacı</b>			
Ders içinde öğrencilerin reklamın temel unsurlarını öğrenmeleri amaçlanmaktadır. Reklam türleri, toplumsal, ekonomik ve kültürel açıdan reklam, reklam süreci, müşteri ilişkileri, reklam ortamları ders kapsamında irdelenen konulardır.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Reklamın tanımından başlamak üzere, tarihinin incelenmesi. Günümüz reklamlarının analiz edilmesi. Sosyal medyanın reklamın üzerindeki belirleyici etkisinin öğrenilmesi. Reklam çözümleme teknikleriyle basılı ve görsel reklamların çözümlenmelerinin yapılması.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Reklamcılığın tanımı. Ticari reklamlar, halkla ilişkiler ve kitle iletişimleri		
Hafta 2	Reklamcılığın başlangıcı ve gelişimi		
Hafta 3	Reklamcılığın başlangıcı ve gelişimi (devam)		
Hafta 4	Yeni reklamcılığa giriş		
Hafta 5	Pazar oluşturma, savaşların, toplumsal olayların reklamın yapılışına etkileri		
Hafta 6	I. ve II. Dünya Savaşı'ndaki reklamların özelliklerinin incelenmesi		
Hafta 7	Televizyonun reklama etkisi		
Hafta 8	Basın, ticari televizyon, BBC		
Hafta 9	Ara Sınav		
Hafta 10	Reklamın etkileri		
Hafta 11	Reklamların anlattıkları: Anlam çalışması yaklaşımları, biçim ve içerik yaklaşımları		
Hafta 12	Reklam stratejisinin geliştirilmesi, reklam planlaması, araştırma, hedef kitle tespiti		
Hafta 13	Reklam stratejisinin geliştirilmesi, reklam planlaması, araştırma, hedef kitle tespiti (devam)		
Hafta 14	Medya planının geliştirilmesi, medya planlama stratejileri		
Hafta 15	Medya planının geliştirilmesi, medya planlama stratejileri (devam)		
Hafta 16	Dönem Sonu Sınavı		



AŞLININ AYNISIDIR

YBD1004	İngilizce-II	T+U+L-2+0+0	ECTS:2
Yıl / Yarıyıl	2. Yıl / Bahar Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Öğrencilerin yeterli İngilizce bilgi donanımına ulaşmalarını ve İngilizce'yi etkili bir şekilde anlamayı ve kullanmalarını, konuşma, yazma ve diğer iletişim becerilerini edindirmek.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
To Be, The Simple Present Tense, Abilities ( Can/Can't), The Present Continuous Tense, There is /are, Giving Directions, Countable and Uncountable Nouns, Some / Any, Past Tense of To Be, The Simple Past Tense,			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Review: The Present Tense of Be , The Simple Present Tense, Can and Can't (Ability)		
Hafta 2	Unit 7) A) Speaking:Describing Present Activities A guessing Game B) Vocabulary:Clothing C) Grammar:The Present Continuous Tense		
Hafta 3	Unit 7) D)Listening:Describing oneself and other people E)Reading and Writing:What people are doing, A text message		
Hafta 4	Unit 8) A) Speaking:Describing Your Home and Room B) Vocabulary:Household Items C) Grammar:There is and There are		
Hafta 5	Unit 8) D) Listening:Asking and Talking about where things are located E) Reading and Writing:Describing Rooms, A text Message		
Hafta 6	Unit 9) A) Speaking:Giving Directions,Asking Directions in Your Neighbourhood B) Vocabulary:Places around Town C) Grammar: Giving Directions		
Hafta 7	Unit 9) D) Listening:People Preparing Recipes E) Reading and Writing:Directions, A text Message		
Hafta 8	Unit 10) A) Speaking:Talking about food, A Role Play B) Vocabulary:Food and Drink C) Grammar:Countable and Uncountable Nouns/ Some /Any		
Hafta 9	Ara Sınav		
Hafta 10	Unit 10) D: Listening:Asking for Directions E) Reading and Writing: Food and Drink, A letter about a Trip		
Hafta 11	Unit 11) A) Speaking: Talking about the Past , A Survey about where people were B) Vocabulary:Everyday Places C) Grammar: The Past Form of BE		
Hafta 12	Unit 11) D) Listening:Talking about Where people were E) Reading and Writing:Past activities and Places, A Letter about a Trip		
Hafta 13	Unit 12) A) Speaking : Talking about Past Activities, A Board Game B) Vocabulary: Leisure Activities C)Grammar: The Simple Past		
Hafta 14	Unit 12) D) Listening: Talking about Weekend E) Reading and Writing:Past activities, A Letter about A trip		
Hafta 15	Overall Revision of Topics for Final Examination		
Hafta 16	Dönem Sonu Sınavı		





VHIP2001	Reklam ve Tanıtım Kampanyaları	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl	2. Yıl / Güz Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Bir markanın iletişim sorununu ortaya koyabilmek ve bu sorunu çözebilmek amacıyla iletişim hedefleri ortaya koymak, bu hedeflere ulaşmayı sağlayacak reklam fikrini bularak, belirlenen mecralarda bu fikri uygulamak, hedeflere ulaşıp ulaşılmadığını ölçümleyebilmektir.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Teori ile uygulamayı birleştirerek reklam kampanyalarından örneklerle reklam analizi ve kampanya yürütmeyi kapsamaktadır.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Giriş ve ders izlencesinin aktarılması	Avery, J.. 2000; Kampanya Planlaması: Advertising Campaign Planning, Reklamcılık Vakfı Yayınları, İstanbul. Mete Çandereli, Reklam Arası, Tablet Yayınları	
Hafta 2	Brief vermek ve alma üzerine sunum, bütçeleme		
Hafta 3	Reklam Kampanyalarının tanımı ve aşamaları		
Hafta 4	Kampanya sürecinin başlangıcı, ilk hazırlıklar ve strateji oluşturma		
Hafta 5	Grupların oluşturulması		
Hafta 6	Brief ve ürün-marka belirlenmesi		
Hafta 7	Briefe yönelik temel noktalar ve Durum analizi		
Hafta 8	Medya Planlanması		
Hafta 9	Ara Snav (VIZE)		
Hafta 10	Reklam Kampanyası Uygulamaları		
Hafta 11	Reklam Kampanyası Uygulamaları (Devam)		
Hafta 12	Reklam Kampanyası Uygulamaları (Devam)		
Hafta 13	Reklam Kampanyası Uygulamaları (Devam)		
Hafta 14	Reklam Kampanyası Uygulamaları (Devam)		
Hafta 15	Reklam Kampanyası Uygulamaları (Devam)		
Hafta 16	Final (Proje Teslimi)		





VHIP2003	Örgütsel Davranış	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl:	2. Yıl / Güz Dönemi		
<b>Dersin Amacı:</b>			
Örgüt içerisindeki çalışan bireylerin davranışlarının grup, örgüt ve çevre değişkenlerini dikkate alarak incelenmesi ve analiz edilmesi amaçlanmaktadır.			
<b>Dersin İçeriği:</b>			
Örgütsel davranış bilimi, gerçekleştirdiği araştırma ve çalışmalarla örgüt içerisindeki insan davranışını anlayıp bu konuda geleceğe yönelik örgütlerde bulunarak örgüt başarısını artırmayı hedefleyen bir disiplindir.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği:</b>			
<b>Hafta</b>	<b>Detaylı İçerik</b>	<b>Önerilen Kaynak</b>	
<b>Hafta 1</b>	Giriş ve Dersin Tanıtımı	Örgütsel Davranış (Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları)	
<b>Hafta 2</b>	Örgütsel Davranışa Giriş ve Yöntem		
<b>Hafta 3</b>	Örgüt İçinde Birey ve Kişilik		
<b>Hafta 4</b>	Duygular, Tutumlar ve İş Tatmini		
<b>Hafta 5</b>	Örgüt Kültürü		
<b>Hafta 6</b>	Örgütlerde Çatışma		
<b>Hafta 7</b>	Örgütsel Stres Kaynakları ve Yönetimi		
<b>Hafta 8</b>	Ders Tekrarı		
<b>Hafta 9</b>	<b>VİZE SINAVI</b>		
<b>Hafta 10</b>	Örgütlerde Güç ve Politika		
<b>Hafta 11</b>	Örgütsel Öğrenme, Vatandaşlık ve Adalet		
<b>Hafta 12</b>	Makale İncelemesi: Örgütlerde Mutlak Güç: "Motivasyon" (Nihan Ateiga)		
<b>Hafta 13</b>	Makale İncelemesi: Küreselleşen Dünyanın Getirdikleri ya da Göttürdükleri: "Stres - Tükenmişlik - Çatışma" (Meltem Sungur)		
<b>Hafta 14</b>	Makale İncelemesi: Örgütsel Orkestraların Şefleri: Liderler (Senem Toprak)		
<b>Hafta 15</b>	Makale İncelemesi: Örgütsel Paletin İki Rengi: Halkla İlişkiler ve İnsan Kaynakları (Evrin Onat)		
<b>Hafta 16</b>	<b>FİNAL SINAVI</b>		



ASLININ AYNISIDIR

VHIP2005	İnsan Kaynakları Yönetimi	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl:	2. Yıl / Güz Dönemi		
<b>Dersin Amacı:</b>			
Temel yönetim bilgisi, insan kaynakları işlevleri yani iş analizi, işe alım süreçleri, ücretlendirme, motivasyon ve performans yönetimi ile ilgili bilgiler kazandırarak nitelikli insan kaynağı uzmanlarının yetiştirilmesi amaçlanmaktadır.			
<b>Dersin İçeriği:</b>			
İnsan Kaynakları Yönetimi dersi temel olarak dört kısımdan oluşmaktadır: 1. İnsan Kaynakları ve Stratejik Yönetim, 2. İnsan Kaynakları Stratejilerinin Belirlenmesi, 3. İnsan Kaynakları Stratejilerinin Uygulanması, 4. İnsan Kaynakları Stratejilerinin Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesi			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği:</b>			
<b>Hafta</b>	<b>Detaylı İçerik</b>	<b>Önerilen Kaynak</b>	
Hafta 1	Giriş ve Dersin Tanıtımı	Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi (Prof. Dr. İsmet Barutçugil)	
Hafta 2	Değişen Dünyada Yönetim ve İnsan Kaynakları & İnsan Kaynakları Yönetimi		
Hafta 3	Stratejik Yönetim ve İnsan Kaynakları & İnsan Kaynakları Yönetiminde İç ve Dış Çevre Analizi & Gelecekte İnsan Kaynakları ve Bilgi Yönetimi		
Hafta 4	Stratejilerin Belirlenmesi ve İnsan Kaynakları & Kurum Karnesi & Öğrenen Organizasyon & Değişim Yönetimi		
Hafta 5	Organizasyonda Yeniden Yapılanma & Kıyaslama & Kurum Kültürü & Sosyal Sorumluluk; Etik Anlayış ve Farklılıkların Yönetimi		
Hafta 6	İnsan Kaynakları Planlaması ve İş Analizi & Seçme ve İşe Alma		
Hafta 7	Takım Oluşturma ve Takım Yönetimi & Eğitim ve Geliştirme & Kariyer Yönetimi		
Hafta 8	Ders Tekrarı		
Hafta 9	<b>VİZE SINAVI</b>		
Hafta 10	Performans Yönetimi Sistemi & Yönetici Geliştirme, Coaching ve Mentoring		
Hafta 11	Motivasyon ve İş Takvimi & Güçlendirme & Organizasyonel Stres Yönetimi		
Hafta 12	Performans Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesi		
Hafta 13	Ücretlendirme, Ödüllendirme ve Takdir		
Hafta 14	Çalışanları Elde Tutma		
Hafta 15	Ders Tekrarı		
Hafta 16	<b>FİNAL SINAVI</b>		



ASLININ AYNISIDIR

VHIP2007	Müşteri İlişkileri Yönetimi	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl	2. Yıl / Güz Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Bu dersin amacı, öğrencilere Müşteri İlişkileri Yönetiminin (MİY) çalışanlar, müşteriler ve yöneticiler açısından anlamını, içeriğini, özelliklerini ve önemini kavratmaktır.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Tüketici davranışlarının pazarlamada rolü, tüketici davranışlarını etkileyen faktörler, kültürel ve sosyal faktörler, satın alma karar süreci, tüketici davranış modelleri, satın alma davranış türleri, tüketici davranış araştırması			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
<b>Hafta</b>	<b>Detaylı İçerik</b>	<b>Önerilen Kaynak</b>	
Hafta 1	İşletmelerde müşteri ilişkileri anlayışı;	Kaynak : Odabaş, Yavuz.2006: "Müşteri İlişkileri Yönetimi", 6.Baskı, Sistem Yayıncılık, İstanbul.	
Hafta 2	Müşteri, tüketici ve kullanıcı kavramları,		
Hafta 3	Müşteri beklentilerinin değişme nedenleri,		
Hafta 4	İşletme kültürü ve müşteri ilişkileri anlayışının değişmesi		
Hafta 5	Müşteri ilişkilerinde toplam kalite yönetimi,		
Hafta 6	Müşteri hizmet kalitesi		
Hafta 7	Müşteri ilişkileri stratejilerinin belirlenmesi		
Hafta 8	Müşteri tutma modeli, kaybedilen müşterilerin kazanılması stratejileri		
Hafta 9	Arasınnav		
Hafta 10	Müşteri ilişkilerinin ölçülmesi,		
Hafta 11	Müşteri ilişkilerinin ölçülmesi, ölçme tekniklerinden fokus grup		
Hafta 12	Müşteri ilişkileri ölçme tekniklerinden, danışma panelleri,		
Hafta 13	Müşteri ilişkileri ölçme tekniklerinden, danışma panelleri,		
Hafta 14	Müşteri ilişkileri ölçme tekniklerinden, danışma panelleri, kritik olay tekniği		
Hafta 15	Genel Tekrar		
Hafta 16	Dönem sonu sınavı		





VHIP2009	Elektronik Pazarlama	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl	2. Yıl / Güz Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Dersin amacı öğrencilerin dijital çağda pazarlamanın temellerini öğrenmesini sağlamaktır.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Elektronik Pazarlamanın Temelleri, Elektronik Pazarlama Stratejileri ve Taktikleri			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Elektronik Pazarlamaya Giriş		
Hafta 2	Elektronik Pazarlama ve Temel Kavramlar		
Hafta 3	Elektronik Varlıklar ve Kullanıcı Deneyimi		
Hafta 4	Elektronik Pazarlamada Ölçümleme		
Hafta 5	İçerik Pazarlaması & Video Pazarlama		
Hafta 6	Arama Motoru Optimizasyonu		
Hafta 7	Sosyal Medya Pazarlaması		
Hafta 8	İnternet Reklamcılığı & Arama Motoru Reklamcılığı		
Hafta 9	Ara Sınav		
Hafta 10	Müşteri İlişkileri Yönetimi & E-Posta Pazarlaması		
Hafta 11	Örnek Olay İncelemesi		
Hafta 12	Mobil Pazarlama		
Hafta 13	Oyunlaştırma & Büyüme Stratejileri		
Hafta 14	Örnek Olay İncelemesi		
Hafta 15	Örnek Olay İncelemesi		
Hafta 16	Dönem Sonu Sınavı		



ASLININ AYNISIDIR

VHIP2011	Pazarlama Etiği	T+U+L-3+0+0	ECTS:3
Yıl / Yarıyıl	2. Yıl / Güz Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Pazarlama sürecinde ve uygulama aşamasında etik ilkeler doğrultusunda hareket edecek bir bilinç oluşturmak.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Etik kavramı ve kuramları, işletmelerde etik, pazarla kavramı ve etik, ürünlerle ilgili uygulama ve karar süreçlerinde etik, fiyatlandırmada etik, tedarik zincirinde etik, tutundurma da etik, pazarlama amaçlı halkla ilişkiler faaliyetlerinde etik, pazarlama araştırmalarında etik, etik dışı tüketici davranışları, elektronik ticarete etik, haksız rekabet ve etik.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			<b>Önerilen Kaynak</b>
Hafta	Detaylı İçerik		
Hafta 1	İşletme ve pazarlama etiğine giriş		
Hafta 2	Etik pazarlama anlayışı ve modeller		
Hafta 3	Etik dışı davranışların kontrol altına alınması ve etik kodlar		
Hafta 4	Ürünlerle ilgili uygulama ve karar süreçlerinde etik		
Hafta 5	Fiyatlandırmada etik		
Hafta 6	Tüketicileri yanıltan fiyatlandırma yöntemler		
Hafta 7	Tedarik zincirinde etik		
Hafta 8	Tedarik zinciri aşamalarının etik açıdan incelenmesi		
Hafta 9	Ara Sınav		
Hafta 10	Tutundurma da etik		
Hafta 11	Pazarlama amaçlı halkla ilişkiler faaliyetlerinde etik		
Hafta 12	Standartlaştırılmış etik uygulamalar ve pazarlama süreçlerine etkileri		
Hafta 13	Pazarlama araştırmalarında etik		
Hafta 14	Elektronik ticarete etik		
Hafta 15	Haksız rekabet ve etik dışı tüketici davranışları		
Hafta 16	Dönem Sonu Sınavı		



VHIP2013	Halkla İlişkiler Uygulamaları-I	T+U+L-2+2+0	ECTS:5
Yıl / Yarıyıl	2. Yıl / Güz Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>	Öğrencilere teorik ve pratik açıdan bir halkla ilişkiler kampanyasının nasıl hazırlanacağını öğretilmektedir. Bu derste, halkla ilişkiler kampanya planlama modeli, amaçlar, stratejiler ve hedef kitleler, medya, teknikler, bütçe değerlendirme temel alınmaktadır.		
<b>Dersin İçeriği</b>	Teori ile uygulamayı birleştirerek halkla ilişkiler kampanyalarından örneklerle reklam analizleri.		
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
<b>Hafta</b>	<b>Detaylı İçerik</b>	<b>Önerilen Kaynak</b>	
Hafta 1	Genel Olarak Halkla İlişkiler, Halkla İlişkiler ve Reklam Arasındaki İlişki	1. Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları, Aydemir Okay / Ayla Okay 2. Halkla İlişkiler, Ahmet Kalender, Mehmet Fidan	
Hafta 2	Halkla İlişkiler Uygulama Süreci (Araştırma, Planlama, Uygulama, Değerlendirme)		
Hafta 3	Halkla İlişkiler Uygulamalarına Genel Bakış		
Hafta 4	Halkla İlişkiler Uygulamalarında Hedef Kitle (Kurum İçi Hedef Kitle, Kurum Dışı Hedef Kitle)		
Hafta 5	Halkla İlişkilerde Kurumsal Kimlik		
Hafta 6	Halkla İlişkilerde Sponsorluk, Sponsorluk Türleri, Sponsorluk Yapılmasının Nedenleri		
Hafta 7	Halkla İlişkilerde Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Sorumluluk Uygulama Alanları		
Hafta 8	Örnek Halkla İlişkiler Uygulamaları Ödevlerinin Sunumu		
Hafta 9	Ara Sınav (VİZE)		
Hafta 10	Örnek Halkla İlişkiler Uygulamaları Ödevlerinin Sunumu (Devam)		
Hafta 11	Örnek Halkla İlişkiler Uygulamaları Ödevlerinin Sunumu (Devam)		
Hafta 12	Örnek Halkla İlişkiler Uygulamaları Ödevlerinin Sunumu (Devam)		
Hafta 13	Örnek Halkla İlişkiler Uygulamaları Ödevlerinin Sunumu (Devam)		
Hafta 14	Örnek Halkla İlişkiler Uygulamaları Ödevlerinin Sunumu (Devam)		
Hafta 15	Örnek Halkla İlişkiler Uygulamaları Ödevlerinin Sunumu (Devam)		
Hafta 16	Final (Proje Teslimi)		





VHIP2015	Mesleki Deneyim - I	T+U+L-0+2+0	ECTS:2
Yıl / Yarıyıl	2. Yıl / Güz Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Staj programının amacı devamlı olarak bir işe başlamadan önce öğrencilere özel bir kariyer alanında ilgilerini test etme olanağı sunmak, öğrencilerin edinilen teorik bilgileri uygulamaya aktarma becerisi ile kariyerleri alanında yetenek ve teknikler geliştirmelerini sağlamak, öğrencilerin akademik ortamdan çalışma ortamına uyum sağlamasına katkı yapmak ve öğrencilerin sorumluluk anlayışlarını artırmaktır.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Staj, eğitim program esnasında edinilen teorik bilgilerin uygulama aşamasına geçirilmesi alanında öğrenciye olanaklar sunar. Bu nedenle işe ilgili her türlü faaliyeti kapsar. Öğrenciler bu staj kapsamında çalışma alanlarının kapsayan herhangi bir iş alanında 20 gün fiili olarak çalışmak durumundadır. Yapılan iş detaylı bir şekilde günlük olarak kaydedilir ve raporlanır. Bu staj raporu çalışma ortamındaki ilgili kişi tarafından onaylanır ve onaylanan rapor değerlendirilmek ve notlandırılmak üzere bölümdeki ilgili akademik personele teslim edilir.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
<b>Hafta</b>	<b>Detaylı İçerik</b>	<b>Önerilen Kaynak</b>	
Hafta 1	Seçilmiş olan çalışma bölgesinde yetkili eleman tarafından verilen işi yapmak.	Kitaplar, bildirimler, planlar, grafikler ve çalışma ortamı sorumlu personeli tarafından verilen diğer malzeme.	
Hafta 2	Seçilmiş olan çalışma bölgesinde yetkili eleman tarafından verilen işi yapmak (Devam).		
Hafta 3	Seçilmiş olan çalışma bölgesinde yetkili eleman tarafından verilen işi yapmak (Devam).		
Hafta 4	Raporu sonuçlandırma ve bölümdeki ilgili akademik personele teslim etme.		

  
ASLININ AYNISIDIR

VHIP2000	Toplam Kalite Yönetimi	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl:	2. Yıl / Bahar Dönemi		
<b>Dersin Amacı:</b>			
Toplam Kalite Yönetimi alanındaki temel bilgi ve çözümlerin yanısıra ülkemizdeki ve dünyadaki ortaya çıkan yenilikler ve uygulamalar hakkında karşılaştırmalı bilgi vermek, vakalarla konular hakkında çözüm bulma becerisi kazandırmak amaçlanmaktadır.			
<b>Dersin İçeriği:</b>			
Toplam kalite yönetimi dersinin içeriği; kalite fonksiyonunun işletme organizasyonundaki rolü ve önemi, rekabet gücüne etkileri, kalite problemlerini tanımlamak, sınıflandırmak ve çözümlenektir.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği:</b>			
<b>Hafta</b>	<b>Detaylı İçerik</b>	<b>Önerilen Kaynak</b>	
Hafta 1	Giriş ve Dersin Tanıtımı		
Hafta 2	İşletme Felsefesi Olarak Kalitenin Yerleştirilmesi: Halkla İlişkiler Penceresinden Bakış		
Hafta 3	Toplam Kalite Hedefinde Müşteri Memnuniyetinden Müşteri Sadakatine		
Hafta 4	Halkla İlişkiler ve Üretici-Tüketici İlişkisinde Kalite Yönetimi		
Hafta 5	İşletmeler İçin Sosyal Sorumluluk Bilincinin Yerine Getirilmesinde Toplam Kalite Yönetimi Yönetim Felsefesinin Etkileri		
Hafta 6	Organizasyonlarda Toplam Kalite Yönetimi		
Hafta 7	Toplam Kalite Yönetimi Açısından Örnek Edinme (Benchmarking) Yaklaşımı		
Hafta 8	Ders Tekrarı		
Hafta 9	<b>VİZE SINAVI</b>		
Hafta 10	Toplam Kalite Yönetiminin Halkla İlişkiler Açısından Anlam ve Önemi		
Hafta 11	Örgüt Kuramları Perspektifinden Halkla İlişkilerin Gelişimi		
Hafta 12	Toplam Kalite Yönetiminin Pazarlama Süreci Açısından İrdelenmesi		
Hafta 13	Toplam Kalite Yönetimi ve Örgüt İçindeki Yeri		
Hafta 14	Toplam Kalite Yönetiminin Temel Kavramları		
Hafta 15	Ders Tekrarı		
Hafta 16	<b>FİNAL SINAVI</b>		



ASLININ AYNISIDIR

VHIP2002	Tüketici Davranışları	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl:	2. Yıl / Bahar Dönemi		
<b>Dersin Amacı:</b>			
Tüketici davranışının çeşitli bileşenlerini açıklamak ve bunları kar amaçlı olan ve/veya kar amaçlı olmayan örgütlerdeki pazarlama uygulamalarını geliştirebilmek için değerlendirmek amaçlanmaktadır.			
<b>Dersin İçeriği:</b>			
Tüketici Davranışları dersi temel olarak dört kısımdan oluşmaktadır: 1. Tüketici Davranışına Giriş, 2. Psikolojik Etkiler, 3. Sosyo-Kültürel Etkiler, 4. Tüketici Satın Alma Süreci			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği:</b>			
<b>Hafta</b>	<b>Detaylı İçerik</b>	<b>Önerilen Kaynak</b>	
<b>Hafta 1</b>	Giriş ve Dersin Tanıtımı	Tüketici Davranışı (Yavuz Odabaşı, Gülfidan Barış)	
<b>Hafta 2</b>	Tüketici Davranışlarına Giriş & Tüketici Davranışının Pazarlamadaki Önemi		
<b>Hafta 3</b>	Tüketici Davranışı Kavramı ve Özellikleri & Tüketici Davranışında Disiplinler Arası Yaklaşım		
<b>Hafta 4</b>	Tüketici Davranışı Genel Modeli & Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi İlişkisi		
<b>Hafta 5</b>	Öğrenme ve Bellek & Güdüleme ve İlgiilenim		
<b>Hafta 6</b>	Duyum ve Algılama & Tutumlar, Tutumların Değiştirilmesi ve Duygular		
<b>Hafta 7</b>	Kişilik ve Benlik & Değerler ve Yaşam Biçimi		
<b>Hafta 8</b>	Grup Dinamiği ve Danışma Grubu		
<b>Hafta 9</b>	<b>VİZE SINAVI</b>		
<b>Hafta 10</b>	Aile & Kişisel Etkiler ve Yeniliklerin Yayılması		
<b>Hafta 11</b>	Sosyal Sınıf & Kültür		
<b>Hafta 12</b>	Tüketici Karar Alma Sürecinin Yapısı & Sorunun Belirlenmesi		
<b>Hafta 13</b>	Bilgi Arayışı ve Seçeneklerin Değerlendirilmesi		
<b>Hafta 14</b>	Satın Alma ve Satın Alma Sonrası Davranışlar		
<b>Hafta 15</b>	Ders Tekrarı		
<b>Hafta 16</b>	<b>FİNAL SINAVI</b>		



**ASLININ AYNISIDIR**



VHIP2004	Bütünleşik Pazarlama İletişimi	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl		2. Yıl / Bahar Dönemi	
<b>Dersin Amacı</b>			
Pazarlamada iletişim yöntemlerinin etkin bir şekilde kullanılmasına yönelik bilgilerin verilmesi, pazarlama iletişimi kavramı hakkında bilgi verilmesi ve pazarlama iletişimi uygulamalarının nasıl gerçekleştiği, hangi amaçlara yönelik olduğu hakkında teorik ve pratik olarak işlenmesi.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Pazarlama iletişimi kavramı ekseninde pazarlama disiplininde iletişim uygulamaları.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Temel kavramlar	<p>Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2007). Pazarlama İletişimi Yönetimi. İstanbul: MediaCat.</p> <p>Clow, K. E. ve Baack, D. (2016). Bütünleşik Reklam, Tutundurma ve Pazarlama İletişimi. (Çev. Edi: R. G. Öztürk). Nobel Akademik Yayıncılık.</p>	
Hafta 2	Tutundurma karması		
Hafta 3	Reklam ve halkla ilişkiler		
Hafta 4	Satış geliştirme ve kişisel satış		
Hafta 5	Doğrudan satış ve bütünleşik pazarlama uygulamaları		
Hafta 6	Mevcut bütünleşik pazarlama iletişimi uygulamalarının değerlendirilmesi		
Hafta 7	Mevcut bütünleşik pazarlama iletişimi uygulamalarının değerlendirilmesi (Devam)		
Hafta 8	Mevcut bütünleşik pazarlama iletişimi uygulamalarının değerlendirilmesi ve bütünleşik pazarlama iletişimi kampanyası geliştirme süreci		
Hafta 9	Ara Sınav (VİZE)		
Hafta 10	Bütünleşik pazarlama iletişimi kampanyası geliştirme süreci		
Hafta 11	Bütünleşik pazarlama iletişimi kampanyası geliştirme süreci ve bir uygulama, marka yönetimi		
Hafta 12	Bütünleşik pazarlama iletişimi kampanyası geliştirme süreci ve bir uygulama, internette pazarlama		
Hafta 13	Bütünleşik pazarlama iletişimi kampanyası geliştirme süreci ve bir uygulama, ürün yerleştirme		
Hafta 14	Bütünleşik pazarlama iletişimi kampanyası geliştirme süreci ve bir uygulama, sponsorluk		
Hafta 15	Bütünleşik pazarlama iletişimi kampanyası geliştirme süreci ve bir uygulama, pazarlama iletişiminde etik		
Hafta 16	Final		



ASLININ AYNISIDIR

VHIP2006	Satış Yönetimi	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl:	2. Yıl / Bahar Dönemi		
<b>Dersin Amacı:</b>			
Satış yönetimi alanında gerekli güncel bilgilerin verilmesi ile satış sunumuyla ilgili öğrenciler için gerekli becerilerin kazandırılması amaçlanmaktadır.			
<b>Dersin İçeriği:</b>			
Satış yönetimi dersinin içeriği; satış teknikleri, satışta başarılı olmanın yolları ve bunların uygulamaya geçirilmesidir.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği:</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Giriş ve Dersin Tanıtımı	Satış Küpü (Kürşat Tuncel)	
Hafta 2	Tattik Satış & Değer Satışı		
Hafta 3	İkna Teknikleri ile Satış & Beden Diliyle Satış		
Hafta 4	Kişisel İmaj ile Satış & Etkili Sunum ile Satış		
Hafta 5	Beyne Hitap Eden Satış & Duyulara Hitap Eden Satış		
Hafta 6	Cinsiyet Bazlı Satış & Telefonda Satış		
Hafta 7	Çocuklara Satış & Yaşlılara Satış		
Hafta 8	Hikayelerle Satış & Etkili Müzakere ile Satış		
Hafta 9	<b>VİZE SINAVI</b>		
Hafta 10	Fiyat Stratejileriyle Satış & Reklam Yardımıyla Satış		
Hafta 11	Teşhir Yöntemiyle Satış & Yeşil Satış		
Hafta 12	Hizmet Satışı & Dijital Satış		
Hafta 13	Çok Katlı Satış & Prim ile Satış		
Hafta 14	Kitap İncelemesi: Dünyadaki En Büyük Satıcı (Og Mandino)		
Hafta 15	Ders Tekrarı		
Hafta 16	<b>FİNAL SINAVI</b>		



ASLININ AYNISIDIR



VHIP2008	Medya Planlama	T+U+L-3+0+0	ECTS:3
Yıl / Yarıyıl	2. Yıl / Bahar Dönemi		
<b>Dersin Amacı</b>			
Bir ürün ya da hizmetin mecralarda yayınlanacak olan reklamları için nasıl bir medya planlaması yapılması gerektiğinin öğretilmesi, geleneksel ve dijital mecraların etkin bir şekilde kullanımı, medya planlama sürecinin nasıl ilerlediğini ve bir medya planlama çizelgesinin nasıl hazırlandığının öğretilmesi.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
medya planlama, medya planlama ilgili temel kavramlar, medya planlama süreci, stratejik medya planlama, geleneksel mecralar, dijital mecralar, doğru mecra seçimi.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Medya planlamasına giriş		
Hafta 2	Medya planlamasının anlamı, günümüzde medya planlama uzmanının değişen rolü ve değişim nedenleri		
Hafta 3	Medya planlama süreci		
Hafta 4	Stratejik medya planlamada hedefler ve bir medya planlama örneği		
Hafta 5	Stratejik planlamada endekslerin önemi ve uygulama örnekleri		
Hafta 6	Hedef tüketici kitlesinin tanımlanması		
Hafta 7	Reklam kampanya zamanlaması ve uzunluğu		
Hafta 8	Medya planlamasında coğrafik pazarların rolü		
Hafta 9	Ara Sınav		
Hafta 10	Medya planlamada reklam mesajına en uygun olan medya ortamının belirlenmesi: Dijital medya		
Hafta 11	Medya planlamada reklam mesajına en uygun olan medya ortamının belirlenmesi: Açık hava mecrası		
Hafta 12	Medya planlamasında kullanılan temel kavramlar		
Hafta 13	Yeni bakış açısıyla etkin erişim ve görme sıklığı		
Hafta 14	Medya ölçümleri		
Hafta 15	Dijital medya planlamasının beş boyutu		
Hafta 16	Dönem Sonu Sınavı		





VHIP2010	Kitle İletişimi ve Araçları	T+U+L-3+0+0	ECTS:4
Yıl / Yarıyıl		2. Yıl / Bahar Dönemi	
<b>Dersin Amacı</b>			
Kitle iletişim alanındaki temel kuramsal yaklaşımlarının kazandırılması.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Kitle iletişim kuramlarını ve iletişim araçlarını öğretmek.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Ders hakkında genel açıklamalar		
Hafta 2	İlk kuram ve araştırmalar: Başlangıçlar ve temel varsayımlar		
Hafta 3	Propaganda/Uyarıcı-Tepki/Sihirli Mermi/Hipodermik İğne Modeli		
Hafta 4	Shannon ve Weaver'in Enformasyon Kuramı	Işık, Metin. Kitle iletişim teorilerine giriş. Eğitim Yayınevi, 2012.	
Hafta 5	Laswell'in Genel İletişim Modeli		
Hafta 6	İki Aşamalı Akış Modeli		
Hafta 7	1950'ler: İletişim sosyolojisi ve psikolojisi: Kuramlar ve anlamları	Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar. "Öteki kuram: Kitle iletişim kuram ve araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirmesi." Erk, 2010.	
Hafta 8	1950'ler: İletişim sosyolojisi ve psikolojisi: Kuramlar ve anlamları (Devam)		
Hafta 9	Ara Sınav (VİZE)		
Hafta 10	1960'lar ve 1970'ler: Yapısal Görevselcilik, Kullanımlar ve Duyumlar		
Hafta 11	İletişime Teknolojik Yaklaşımlar		
Hafta 12	Kültürel Göstergeler	Levent Yaylagül, Kitle İletişim Kuramları, Dipnot Yayınları, İstanbul:2006	
Hafta 13	1980'ler: Gündem Belirleme ve Suskunluk Sarmalı		
Hafta 14	Kitle iletişimi ve kitle kültürü/popüler kültür		
Hafta 15	1990'lar ve 2000'ler: Küreselleşme ve İletişim		
Hafta 16	Final		



ASLININ AYNISIDIR

VHIP2012	Halkla İlişkiler Uygulamaları-II	T+U+L-2+2+0	ECTS:5
Yıl / Yarıyıl		2. Yıl / Bahar Dönemi	
<b>Dersin Amacı</b>			
Türkiye'de Halkla İlişkiler Uygulamaları I'nın devamı niteliğindeki bu derste temel amaç bir takım örnek olay çalışmaları üzerinde durarak halkla ilişkiler uygulamalarının ne şekilde hayata geçtiğine ilişkin bir çerçeve oluşturmaktır.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Bu ders, birinci dönemde kamu ve özel sektör kuruluşlarının, halkla ilişkiler uygulamalarına ilişkin oluşturulan genel perspektif üzerinde yükselir. Bu çerçevede öğrenciler sunulacak örnek olaylar ışığında halkla ilişkiler ve reklam uygulamalarını tartışırlar.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
Hafta	Detaylı İçerik	Önerilen Kaynak	
Hafta 1	Halkla İlişkiler Uygulamalarına Genel Bakış	1. Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları, Aydemir Okay / Ayla Okay 2. Halkla İlişkiler, Ahmet Kalender, Mehmet Fidan	
Hafta 2	Halkla İlişkiler Uygulamaları içerisinde olan Kriz Yönetimini inceleme		
Hafta 3	Halkla İlişkiler Uygulamaları içerisinde olan Kriz İletişimini inceleme (Devam)		
Hafta 4	Halkla İlişkiler Uygulamaları içerisinde olan Kriz Yönetimi ve İletişimi örneklerini inceleme		
Hafta 5	Halkla İlişkiler Uygulamaları içerisinde olan Etkinlik Yönetimini inceleme		
Hafta 6	Halkla İlişkiler Uygulamaları içerisinde olan Etkinlik Yönetimi örneklerini inceleme		
Hafta 7	Halkla İlişkiler Uygulamaları içerisinde olan Kurumsal Reklamcılığı inceleme		
Hafta 8	Halkla İlişkiler Uygulamaları içerisinde olan Kurumsal Reklamcılık örneklerini inceleme		
Hafta 9	Ara Sınav (VIZE)		
Hafta 10	Örnek Halkla İlişkiler Uygulamaları Ödevlerinin Sunumu		
Hafta 11	Örnek Halkla İlişkiler Uygulamaları Ödevlerinin Sunumu (Devam)		
Hafta 12	Örnek Halkla İlişkiler Uygulamaları Ödevlerinin Sunumu (Devam)		
Hafta 13	Örnek Halkla İlişkiler Uygulamaları Ödevlerinin Sunumu (Devam)		
Hafta 14	Örnek Halkla İlişkiler Uygulamaları Ödevlerinin Sunumu (Devam)		
Hafta 15	Örnek Halkla İlişkiler Uygulamaları Ödevlerinin Sunumu (Devam)		
Hafta 16	Final (Proje Teslimi)		



ASLININ AYNISIDIR

VHIP2014	Mesleki Deneyim - II	T+U+L-0+2+0	ECTS:2
Yıl / Yarıyıl		2. Yıl / Bahar Dönemi	
<b>Dersin Amacı</b>			
Staj programının amacı devamlı olarak bir işe başlamadan önce öğrencilere özel bir kariyer alanında ilgilerini test etme olanağı sunmak, öğrencilerin edinilen teorik bilgileri uygulamaya aktarma becerisi ile kariyerleri alanında yetenek ve teknikler geliştirmelerini sağlamak, öğrencilerin akademik ortamdan çalışma ortamına uyum sağlamasına katkı yapmak ve öğrencilerin sorumluluk anlayışlarını artırmaktır.			
<b>Dersin İçeriği</b>			
Staj, eğitim programı esnasında edinilen teorik bilgilerin uygulama aşamasına geçirilmesi alanında öğrenciye olanaklar sunar. İşle ilgili her türlü faaliyeti kapsar. Öğrenciler staj kapsamında çalışma alanlarını kapsayan herhangi bir iş alanında 20 iş günü fiili olarak çalışmak durumundadır. Yapılan iş detaylı bir şekilde günlük olarak kaydedilir ve raporlanır. Bu staj raporu çalışma ortamındaki ilgili kişi tarafından onaylanır ve onaylanan rapor değerlendirilmek ve notlandırılmak üzere bölümdeki ilgili akademik personele teslim edilir.			
<b>Haftalık Detaylı Ders İçeriği</b>			
<b>Hafta</b>	<b>Detaylı İçerik</b>	<b>Önerilen Kaynak</b>	
Hafta 1	Seçilmiş olan staj yerinde yetkili eleman tarafından verilen işi yapmak	Kitaplar, bildiriler, planlar, grafikler ve çalışma ortamı baş personeli tarafından verilen diğer malzeme.	
Hafta 2	Seçilmiş olan staj yerinde yetkili eleman tarafından verilen işi yapmak (Devam)		
Hafta 3	Seçilmiş olan staj yerinde yetkili eleman tarafından verilen işi yapmak (Devam)		
Hafta 4	Staj raporunu tamamlama ve değerlendirilmek ve notlandırılmak üzere ilgili akademik personele teslim etme.		

