

T.C.
GİRESUN ÜNİVERSİTESİ ŞEBİNKARAHİSAR MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMAVE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI
DERS İÇERİKLERİ

I. YARIYIL								
	Kod	Ders Adı	T	U	L	AKTS	Türü	Yöntemi
	AITB-191	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ - I	2	0	0	2	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Avrupa'da reform, rönesans, aydınlanma ve sanayileşme süreci, bunun Osmanlı devleti ve toplumu üzerindeki etkisi, Osmanlı devletinde değişen düşünce akımları ve merkezi idareye alternatif düşünce ve akımlar, Osmanlı devletin çöküşünün iç ve dış nedenleri, I. Dünya savaşına yol açan ekonomik ve siyasal gelişmeler, I. Dünya Savaşı ve Osmanlı İmparatorluğu üzerindeki etkisi, savaş sonrasında oluşan Yeni Dünya düzeni, I. Dünya savaşı sonrasında Osmanlı devleti içindeki gelişmeler ve işgaller dönemi buna bağlı olarak oluşan İstiklal savaşı süreci, Ankara'da da alternatif bir hükümet kurulması, meclisin açılması ve başarı ile biten bir İstiklal savaşı sonrasında diplomasinin devreye girmesi, Lozan Konferansı ve onun I. Dünya savaşı ve sonrasında Sevr Antlaşması ile sıkışan Türk toplumunu Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde verdiği özgürlük mücadelesini ekonomik ve siyasal anlamda tamamlaması, ekonomik siyasal ve toplumsal anlamda tam bağımsız bir Türkiye'ye giden yol, her derste ilgili bölümler Nutuk'tan okumalar yapıp desteklenerek, analiz edilmeye çalışılacaktır.							
	TDB-101	TÜRK DİLİ - I	2	0	0	2	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Bu dersin genel amacı; bireylere dinlediklerini ve okuduklarını incelik ve derinlikleriyle kavratmak; Türk dilinin zengin, köklü ve üretken bir dil olduğunu göstermek; dil sevgisi ve bilinci uyandırmak, okuma zevki ve alışkanlığı kazandırmak; Türk toplumunun temel değerlerini benimsetmek, kısaca bireylerin düşünme ve iletişim becerilerini geliştirmektir.							
	YDB-109	YABANCI DİL - I	2	0	0	2	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Kendini tanıtmaya ilgili temel cümleler , Günler, Aylar , Mevsimleri tanımlama , Vakti söyleyebilme , iyelik sıfatları ve nesnel zamirleri ayırt edebilme , Soru zarflarını kullanarak temel sorular yapabilme , Zorunluluklar yasaklamalar ve yapabilirlik ile ilgili cümleler kurabilme ,Ne kadar ve kaç tane sorularını kullanarak sahip olma ile ilgili cümleler kurabilme , Yer ve konum zarflarını öğrenerek bir şeylerin nerede olduğunu söyleyebilme , Teklif cümleleri yapabilme , içinde bulunduğumuz zamanda cümleler kurabilme ,Her zaman yapılan eylemleri tekrarlanan olayları , bilinen gerçekleri anlatabilme.							
	HIT-101	HALKLA İLİŞKİLER	3	0	0	4	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Halkla ilişkiler kavramı, insan faktörleri, öğeleri, önemi ve hedef kitleler, halkla ilişkilerin reklam ve programda ayırımı ve ortak yönleri, kurumsal reklamcılık ve önemi, kişisel ilişkiler, sosyal yapı içerisinde insan, haberleşme kültür ve çevre, dört adım ilkesi ve halkla ilişkiler çalışmalarında izlenecek yol, halkla ilişkilerde dikkate alınacak ilkeler. Halkla İlişkilerde örgütler, kitlesel ilişkiler ve çalışma düzeni, halkla ilişkilerde aranan özellikler, halkla ilişkilerde kullanılacak araçlar, farklı halkla ilişkiler faaliyetleri.							
	HIT-107	PAZARLAMA İLKELERİ	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Pazarlamanın tanımı, kapsamı ve gelişimi, pazarlama yönetimi, pazarlamanın çevresi stratejik pazarlama ve pazarlamanın rolü, tüketici davranışı, endüstriyel pazar, pazar bölümlendirme, hedefleme, konumlandırma, pazarlama stratejileri.							

I. YARIYIL ORTAK SEÇMELİ DERSLER								
	Kod	Ders Adı	T	U	L	AKTS	Türü	Yöntemi
	OSD-01	TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ	2	0	0	2	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Eşitlik ilkesi ve ayrımcılık yasağı ekseninde cinsiyet ve toplumsal cinsiyete ilişkin temel konular, güncel sorunları kuramsal açıdan inceleme, Türkiye ve dünyadaki toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmaları, toplumsal hayatı eşitlikçi perspektiften değerlendirme ve davranış geliştirme yetenekleri.							
	OSD-02	İŞ AHLAKI VE DEĞERLER EĞİTİMİ	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Ahlak kavramı, önemi ve diğer sosyal bilimlerle etkileşimi, ahlak felsefesi, iş ahlakının tarihsel gelişimi ve Türkiye’de iş ahlakının gelişimi, yönetsel ahlak ve işletmelerde ahlaki yönetim, ahlaki iklim, ahlaki karar verme ve ahlaki ikilemler, iş ahlakının kurumsallaşması, çalışma ahlakı, meslek ahlakı, ahlak ve meslek ahlakı, işletmelerde ahlaki anlayışın geliştirilmesi ve ahlak eğitimi, iş ahlakı açısından insan kaynakları yönetimi uygulamaları, sosyal sorumluluk ve iş ahlakı.							
	OSD-03	KADIN VE AİLE HAYATI	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Ailenin tanımı, tarihçesi, Türk toplumunda aile ve kadının konumu, İslam dininin kadına ve aileye bakışı, aile içi şiddet, ailede değer kavramı, insan hakları ve kadın, boşanma ve nedenleri, sosyal değişim sürecinde aile ve kadın, ailede bakıma gereksinimi olan bireyler ve kadın, ailede kriz yönetimi.							
	OSD-04	KARİYER PLANLAMA	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Mesleklerle ilgili temel kavramların anlam bilgisi. Bireyin mesleki kimliğini tanıması, kariyer seçiminin farkındalığı, kariyer seçeneklerini değerlendirebilme, kariyer planlaması yapabilme. Turizm sektöründe kariyer planlaması hakkında bilgi sahibi olma ve sektörü tanıma.							

II. YARIYIL								
	Kod	Ders Adı	T	U	L	AKTS	Türü	Yöntemi
	AITB192	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKİLP TARİHİ II	2	0	0	2	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Cumhuriyet'e doğru yaşanan gelişmeler, Lozan Müzakereleri ve Antlaşması, siyasi ,sosyal ve ekonomik alanda yapılan inkılaplar, siyasi partiler ve çok partili siyasi hayata geçiş denemeleri, , Atatürk Dönemi Türk dış politikası, Atatürk sonrası Türk dış politikası, Türk İnkılabının İlkeleri: (Cumhuriyetçilik, Halkçılık, Laiklik, Devrimcilik, Devletçilik, Milliyetçilik).Bütünleyici İlkeler.							
	TB-102	TÜRK DİLİ II	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Noktalama işaretleri, sözcük türleri, kompozisyon ve paragraf bilgisi, sözlü anlatım türleri(Nutuk, konferans, açık oturum, münazara, sempozyum, panel), yazılı anlatım türleri(Makale, Deneme, Fıkra, Eleştiri, Röportaj, Anı/Hatıra, Gezi Yazısı, Yaşam öyküsü, Öz yaşam öyküsü)							
	YDB-108	YABANCI DİL II	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze

Ders İeriği	Geçmişte gerçekleşen olayları anlatabilme , Gelecek ile ilgili plan ve tahminleri ifade edebilme , Deneyimleri ve etkisi devam eden durumları anlatabilme , Karşılaştırma yapıları kullanarak kişi ve nesneleri kıyaslayabilme , Edilgen yapılar ile süreç ve hizmet odaklı cümleler kurabilme , Koşul cümleleri kullanarak olasılık ve şart bildirebilme , Miktar zarflarını kullanarak derecelendirme yapabilme , Resmi ve yarı resmi e-posta yazabilme , Özgeçmiş hazırlayabilme , Kısa paragraf ve rapor yazabilme , Mesleki diyaloglar kurabilme , Görüş bildirme ve öneride bulunabilme , Geçmiş alışkanlıkları ve geleceğe yönelik hedefleri ifade edebilme , Günlük ve mesleki metinleri anlayabilme.							
	HAIRP-114	REKLAMCILIK	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İeriği	Reklamcılığın tanımı, tarihçesi, türleri, reklam süreçleri, hedef kitle analizi, mesaj stratejileri, medya planlaması, reklam bütçeleri, reklam metin yazarlığı, görsel tasarım temel prensipleri, dijital reklamcılık, reklamcılıkta etik ve yasal sorumluluklar, reklamcılık ve halkla ilişkiler ilişkisi ile güncel reklamcılık trendleri.							
	HIT-102	GRAFİK TASARIM	2	1	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İeriği	Görsel iletişim, grafik tasarımın temel prensipleri, renk teorisi, tipografi, görsel hiyerarşi, sayfa düzeni ve kompozisyon, marka kimliği öğeleri, tanıtım materyalleri tasarımı (afiş, broşür, sosyal medya görselleri), temel tasarım yazılımlarının kullanımı (Canva, Figma, veya açık kaynaklı alternatifler) ve halkla ilişkiler kampanyalarındaki görsel stratejiler.							
	HIT-106	HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYALARI	2	1	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İeriği	Ders, halkla ilişkiler kampanyalarının tanımı, türleri, etik ilkeleri ve planlama modelleri ile başlar. Araştırma, hedef kitle analizi, SMART hedefler belirleme, mesaj geliştirme, strateji ve taktik oluşturma (medya ilişkileri, dijital PR, etkinlik yönetimi), bütçeleme, uygulama ve değerlendirme aşamalarını kapsar. Ayrıca, bütünleşik pazarlama iletişimi ve kriz iletişimi bağlamında halkla ilişkiler kampanyaları incelenir. Ders, proje tabanlı uygulamalarla öğrencilerin pratik becerilerini geliştirmeye odaklanır.							
	HIT-104	PAZARLAMA YÖNETİMİ	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İeriği	Pazarlamanın temel kavramları ve çevresi, pazar analizi, tüketici ve örgütsel pazar davranışları, pazar bölümlendirme, hedefleme ve konumlandırma (STP). Ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma (pazarlama karması) stratejileri. Entegre pazarlama iletişimi (IMC), dijital pazarlama temelleri, marka yönetimi, pazarlama araştırması ve etik pazarlama uygulamaları.							

II. YARIYIL SEÇMELİ DERSLER								
	Kod	Ders Adı	T	U	L	AKTS	Türü	Yöntemi
	HAIRP-217	ARAŞTIRMA YÖNTEM VE TEKNİKLERİ	2	0	0	2	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İeriği	Ders, araştırma sürecinin temel adımlarını, farklı araştırma türlerini (nitel ve nicel), veri toplama araçlarını (anket, mülakat, odak grubu vb.), örnekleme yöntemlerini ve temel veri analiz tekniklerini Halkla İlişkiler ve Tanıtım özelinde ele alır. Etik ilkeler ve raporlama becerileri de dersin kapsamındadır.							
	HIT-108	İLETİŞİM HUKUKU	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze

[illegible]

III. YARIYIL								
	Kod	Ders Adı	T	U	L	AKTS	Türü	Yöntemi
	HIT-201	MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ	2	0	0	2	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Müşteri İlişkileri Yönetimi dersi kapsamında müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) kavramı ve gelişimi, müşteri odaklılık anlayışı, müşteri yaşam boyu değeri, müşteri memnuniyeti ve sadakati, hedef kitle analizi ve veri tabanı oluşturma, müşteri segmentasyonu, şikâyet ve geri bildirim yönetimi, hizmet kalitesi ve müşteri deneyimi tasarımı, dijital CRM uygulamaları, sosyal medya ve çağrı merkezi yönetimi, satış sonrası hizmetler, performans ölçümleme göstergeleri ile etik ilkeler ve veri güvenliği konuları ele alınır.							
	HIT-202	KURUMSAL VE KAMUSAL HALKLA İLİŞKİLER	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Kurumsal ve Kamusal Halkla İlişkiler dersi kapsamında halkla ilişkiler kavramı ve gelişimi, kurumsal ve kamusal halkla ilişkilerin temel ilkeleri, kamu kurumları ve özel sektör kuruluşlarında halkla ilişkiler uygulamaları, paydaş analizi ve hedef kitle belirleme, kamuoyu oluşturma süreçleri, stratejik iletişim planlaması, kurumsal itibar ve imaj yönetimi, medya ile ilişkiler ve basın bülteni hazırlama, kamusal bilgilendirme kampanyaları, sosyal sorumluluk projeleri, kriz ve risk iletişimi, kamu kurumlarında etik ilkeler ve şeffaflık, dijital kamusal iletişim uygulamaları ile kampanya değerlendirme ve raporlama süreçleri ele alınır.							
	HIT-203	İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	İş Sağlığı ve Güvenliği dersi kapsamında iş sağlığı ve güvenliği kavramı ve önemi, iş kazaları ve meslek hastalıklarının nedenleri, risk değerlendirme ve tehlike analizi süreçleri, çalışma ortamında fiziksel, kimyasal ve biyolojik risk etmenleri, ergonomi ve güvenli çalışma ilkeleri, acil durum planları ve tahliye prosedürleri, yangın güvenliği ve ilk yardım bilgisi, kişisel koruyucu donanımların kullanımı, işveren ve çalışanların yasal sorumlulukları, ilgili mevzuat ve yönetmelikler, iş yerinde güvenlik kültürü oluşturma ve önleyici tedbirler konuları ele alınır.							
	SHAIRP-233	SATIŞ YÖNETİMİ	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Satış Yönetimi dersi kapsamında satış kavramı ve satış yönetiminin temel ilkeleri, satış süreci ve aşamaları, müşteri ihtiyaç analizi, ikna ve müzakere teknikleri, satış planlaması ve hedef belirleme, satış bütçesi hazırlama, satış tahminleme yöntemleri, satış ekibi oluşturma ve performans yönetimi, motivasyon ve prim sistemleri, dağıtım kanalları ve saha satış uygulamaları, müşteri ilişkileri yönetimi ile satış arasındaki ilişki, dijital satış ve e-ticaret uygulamaları, satış sonrası hizmetler ve müşteri memnuniyeti konuları ele alınır.							

III. YARIYIL SEÇMELİ DERSLER								
	Kod	Ders Adı	T	U	L	AKTS	Türü	Yöntemi
	HAIRP-208	İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ	2	0	0	2	Zorunlu	Yüz Yüze

Ders İçeriği	İnsan Kaynakları Yönetimi dersi kapsamında insan kaynakları yönetiminin temel kavramları ve gelişimi, personel planlaması ve iş analizi, işe alım ve seçme süreçleri, eğitim ve geliştirme faaliyetleri, performans değerlendirme sistemleri, ücret ve ödüllendirme yönetimi, kariyer planlama, motivasyon ve çalışan bağlılığı, iş hukuku ve çalışan hakları, iş sağlığı ve güvenliği ile insan kaynakları ilişkisi, kurumsal iletişim ve örgüt kültürü, dijital insan kaynakları uygulamaları ve etik ilkeler konuları ele alınır.							
	HIT-204	MARKA YÖNETİMİ	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Marka Yönetimi dersi kapsamında marka kavramı ve markanın tarihsel gelişimi, marka kimliği ve marka kişiliği, marka konumlandırma stratejileri, hedef kitle analizi ve pazar bölümlendirme, marka değeri ve marka sadakati, marka iletişimi ve bütünleşik pazarlama iletişimi uygulamaları, kurumsal marka ve ürün markası ayrımı, marka imajı ve itibar yönetimi, dijital ortamda marka yönetimi, sosyal medya ve içerik stratejileri, yeniden markalama süreçleri, marka krizleri ve itibarın korunması konuları ele alınır.							
	HIT-205	TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Tüketici Davranışları dersi kapsamında tüketici davranışı kavramı ve temel yaklaşımlar, satın alma karar süreci, algı, motivasyon, öğrenme ve tutum gibi psikolojik faktörler, kültürel, sosyal ve kişisel etkenler, referans grupları ve aile etkisi, yaşam tarzı ve değerler, tüketici segmentasyonu, marka tercihleri ve sadakat, dijital tüketici davranışları, çevrim içi satın alma eğilimleri, tüketici memnuniyeti ve şikâyet davranışı, etik ve bilinçli tüketim konuları ele alınır.							
	HIT-206	KURUMSAL İLETİŞİM	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Kurumsal İletişim dersi kapsamında kurumsal iletişim kavramı ve kapsamı, kurum içi ve kurum dışı iletişim süreçleri, paydaş analizi ve hedef kitle belirleme, kurumsal mesaj tasarımı ve iletişim dili, kurumsal kimlik, imaj ve itibar ilişkisi, medya ile ilişkiler ve basın iletişimi, kriz ve risk iletişimi yönetimi, dijital kurumsal iletişim uygulamaları, sosyal medya stratejileri, sosyal sorumluluk projelerinin iletişimi, iletişim planı hazırlama ve performans değerlendirme süreçleri ele alınır.							
	HIT-210	PAZARLAMA İLETİŞİMİ	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Pazarlama İletişimi dersi kapsamında pazarlama iletişimi kavramı ve temel unsurları, bütünleşik pazarlama iletişimi yaklaşımı, hedef kitle analizi ve pazar bölümlendirme, mesaj stratejisi geliştirme, reklam, halkla ilişkiler, satış tutundurma ve doğrudan pazarlama araçları, dijital pazarlama ve sosyal medya uygulamaları, içerik pazarlaması ve marka iletişimi, medya planlama ile pazarlama iletişimi arasındaki ilişki, kampanya tasarımı ve bütçeleme, performans ölçümleme ve kampanya değerlendirme süreçleri ele alınır.							
	HIT-212	İNTERNET VE MOBİL PAZARLAMA	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	İnternet ve Mobil Pazarlama dersi kapsamında dijital pazarlama kavramı ve gelişimi, internet tabanlı pazarlama stratejileri, arama motoru optimizasyonu (SEO) ve arama motoru pazarlaması (SEM), sosyal medya pazarlaması, içerik üretimi ve içerik stratejileri, e-posta pazarlaması, mobil uygulama ve mobil reklamcılık uygulamaları, veri analitiği ve performans ölçümleme, hedefleme ve yeniden hedefleme teknikleri, kullanıcı deneyimi ve dönüşüm oranı optimizasyonu, dijital kampanya planlama ve bütçeleme, etik ilkeler ve kişisel verilerin korunması konuları ele alınır.							
	HIT-214	REKLAM YAPIM TEKNİKLERİ	2	0	0	3	Zorunlu	Yüz Yüze

[illegible]

IV. YARIYIL								
	Kod	Ders Adı	T	U	L	AKTS	Türü	Yöntemi
	HİT.UYG-202	İŞYERİ UYGULAMASI	0	33	0	14	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	İş Yeri Uygulaması dersi kapsamında öğrenciler, eğitim süreci boyunca edindikleri kuramsal bilgileri uygulama ortamında pekiştirir; basın bülteni hazırlama, sosyal medya içerik üretimi, medya takibi yapma, organizasyon planlama, hedef kitle analizi ve raporlama gibi mesleki faaliyetlerde görev alır. Öğrencilerin problem çözme, iletişim kurma ve profesyonel davranış geliştirme becerileri desteklenir; iş yeri sorumlusu tarafından yönlendirilerek gerçek iş süreçlerine uyum sağlamaları hedeflenir.							
	HİT.UYG-204	İŞYERİ EĞİTİMİ	5	0	0	12	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	İş Yeri Eğitimi dersi kapsamında öğrenciler, 3+1 öğretim modeli doğrultusunda son yarıyıl da kamu kurumları, özel sektör kuruluşları veya ajanslarda mesleki alanlarına uygun birimlerde tam zamanlı olarak görev alır; kurumsal iletişim, medya ilişkileri, sosyal medya yönetimi, etkinlik organizasyonu, müşteri ilişkileri ve kampanya süreçlerine aktif katılım sağlar. Öğrenciler, kurum içi işleyişi gözlemleyerek mesleki etik, iş disiplini, ekip çalışması ve zaman yönetimi becerilerini geliştirir; görev ve sorumluluklarını iş yeri danışmanı ve bölüm koordinatörü rehberliğinde yerine getirir. Süreç, düzenli performans değerlendirmesi ve raporlama ile takip edilir; öğrencinin teorik bilgisini uygulama ile bütünleştirilmesi amaçlanır.							
	HİT.UYG-206	STAJ	0	2	0	4	Zorunlu	Yüz Yüze
Ders İçeriği	Staj dersi kapsamında öğrenciler, belirlenen süre içerisinde meslek alanlarına uygun kurum ve kuruluşlarda uygulamalı eğitim alır; kurum yapısını, çalışma düzenini ve mesleki sorumlulukları tanır. Staj sürecinde günlük faaliyet raporları hazırlar, verilen görevleri yerine getirir ve iş yeri yetkilisi tarafından performans açısından değerlendirilir. Stajın sonunda hazırlanan staj dosyası ve iş yeri değerlendirme formu bölüm tarafından incelenir; öğrencinin mesleki deneyim kazanması ve iş hayatına uyum sağlaması amaçlanır.							