



T.C.
Istanbul
YENİ YÜZYIL
ÜNİVERSİTESİ

MESLEK YÜKSEKOKULU HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI

2023-2024 Eğitim-Öğretim Yılı

Ders İçerikleri

1. Yarıyıl (1. Sınıf Güz)
2. Yarıyıl (1. Sınıf Bahar)
3. Yarıyıl (2. Sınıf Güz)
4. Yarıyıl (2. Sınıf Bahar)



T.C.
İstanbul
**YENİ YÜZYIL
ÜNİVERSİTESİ**

MESLEK YÜKSEKOKULU
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
PROGRAMI
1.YARIYIL

ZORUNLU DERSLER

ATA 151 Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I (2,0,2) 2 AKTS

Milli Mücadelenin mahiyeti ve hedeflerinin neler olduğu; Türkiye Cumhuriyeti'nin nasıl ve hangi şartlar altında kurulduğu; devletin uluslar arası sistemde nasıl tanındığı ve kabul edildiği; her bakımdan bağımsız bir devlet ve modern bir toplum yaratma hedef ve gayelerinin nasıl hayata geçirildiği; bunların temelini oluşturan Atatürkçü Düşünce Sisteminin ne olduğunu ve nasıl oluştuğunun ortaya konmasıdır.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=183618&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=183618&lang=en&curProgID=1503>

ENG 151 İngilizce I (3,0,3) 3 AKTS

Başlangıç (A1) düzeyindeki öğrenci İngilizce'de kullanılan temel kavramları ve günlük konuşma dilinde kullanılan kalıpları kullanabilecek düzeye gelir. Somut ihtiyaçlarını karşılayabilir (selamlaşma, kendini tanıma, kişisel sorular sorup cevaplayabilme, hoşlandığı şeylerden bahsetme).

Temel (A2) düzeyindeki öğrencinin temel gramer kurallarını, okuma, konuşma ve dinleme becerisini geliştirmeye yöneliktir. Bu seviyede öğrenci interaktif grup çalışmalarında temel düzeyde etkindir.

Alt-Orta (B1) düzeyindeki öğrenci kullanılacak kaynaklar ve materyaller ile günlük yaşantıda kullanılabilecek kalıpları aktif bir şekilde kullanabilir, diyalog kurma becerisini geliştirir. Güncel konularda gramer bilgilerini kullanarak uzun paragraflar yazabilir. Dinleme becerileri daha uzun ve karmaşık konuşmaları anlayabilecek düzeye getirilir.

Orta (B2) düzeyindeki öğrenci ileri seviyedeki gramer konularını öğrenir ve bu kazanımlarını okuma, dinleme, yazma ve konuşma gibi dil becerilerine rahatlıkla aktarabilir. Bilimsel, eleştirel ve yaratıcı metinleri anlayabilir, sorulan sorulara cevap verebilir.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=183619&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=183619&lang=en&curProgID=1503>

TRD 151 Türk Dili I (2,0,2) 2 AKTS

Dil, dil- kültür ilişkisi, yazım ve noktalama kuralları; dilin kaynağı ve doğuşu, dillerin sınıflandırılması; yeryüzündeki diller ve Türkçenin dünya dilleri arasındaki yeri, yapı bakımından dünya dilleri; genel dil kültürü, dil farklılaşmaları, lehçe, şive, ağız, argo; Türk yazı dilinin tarihi devreleri, şahsiyetler ve eserleri; Türk alfabeleri; ses bilgisi, Türkçe sesler ve sınıflandırılması; ses olayları, ses türemesi, ünlü ve ünsüz düşmesi, ünlü daralması; Türkçenin ses özellikleri, vurgu, yapı bakımından kelimeler; Türkçenin hece yapısı, kökler, isim ve fiil kökleri; Türkçenin ekleri, yapım ve çekim ekleri; anlam ve görev bakımından kelimeler, kelime grupları; cümle ve cümlenin öğeleri ve genel değerlendirme.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=183620&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=183620&lang=en&curProgID=1503>

MHIT 107 İletişime Giriş (2,0,2) 4 AKTS

Bu dersin amacı, iletişim kavramını ve iletişimi bir süreç olarak açıklamak ayrıca bu süreci oluşturan öğeleri öğrencilere kavratmaktır. İletişimin temel kavramlarının ele alınacağı derste, ayrıca iletişim düzeyleri, iletişim türleri, iletişim ve algılama, iletişim modelleri, kendini tanıma, savunucu iletişim, işitme ve dinleme, sürtüşme ve çatışmalar, iletişim teknolojileri, kitle iletişim araçları, uluslararası, toplumsal iletişim, etik, kişiler arası ve grup iletişimi konuları incelenecektir.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155353&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155353&lang=en&curProgID=1503>

MHIT101 Genel Ekonomi (2,0,2) 3 AKTS

Genel Ekonomi dersinin amacı öğrencilere temel ekonomik kavramlara dayalı bilgi vermektir. Derslerde; makro ve mikro ekonomi konuları arasındaki farklar, ekonomik sistemler, fiyat teorisi, arz ve arz esnekliğini belirleyen faktörler, talep ve talep esnekliğini belirleyen faktörler, tüketici ve üretici teorileri, piyasa çeşitleri, tam rekabet piyasasında denge, firma dengesi analizleri, faktör fiyatları, milli gelir, ekonomik büyüme ve gelişme, GSMH, GSYİH, enflasyon, işsizlik çeşitleri ve nedenleri, dış ticaret politikası gibi konular öğretilir. Ayrıca ülke ve dünya ekonomisi ile ilgili analizler yapılarak öğrencilerin ekonomik olayları ve sorunları analiz etmeleri ve ileride çalışacakları kamuya veya özel sektöre ait şirketlerde zamanında ve doğru kararlar alabilmeleri için gerekli bilgi ve beceri kazandırılır.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155351&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155351&lang=en&curProgID=1503>

MHIT 103 Reklamcılığa Giriş (3,0,3) 5 AKTS

Bu dersin amacı genel anlamda reklam kuramlarını tanıtmak, reklam mekanizmaları ile işleyişleri hakkında öğrencilerin temel düzeyde bilgi sahibi olmalarını sağlamaktır. Reklamın tanımı, amacı, tarihsel gelişimi, türleri, Reklam Kurulu, Basın İlan Kurumu, Reklamcılık Vakfı vb. faaliyet gösteren dernek ve meslek örgütleri, reklam stratejileri, ortamları, iletişim modelleri, hedef kitle, reklam ve pazar araştırmaları, pazarlama iletişim türleri, dijital reklamcılık konuları işlenmektedir. Ders kapsamında Türkiye'de reklam sektörünün gelişimi de irdelenmektedir. Bir reklam ajansının iç yapısı, çalışanların görev paylaşımı gibi konuların yanı sıra çeşitli reklam kampanyaları örnekleri üzerinde de durulmaktadır.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155354&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155354&lang=en&curProgID=1503>

MHIT 105 Halkla İlişkilere Giriş (3,0,3) 5 AKTS

Halkla ilişkiler nedir, halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi ve bugünü, *halkla ilişkiler mesleği kapsamı; kurumsal itibar, kurum kimliği*, kurum içi halkla ilişkiler, halkla ilişkiler ve reklam farklılığı, prestij halkla ilişkiler ve sosyal sorumluluk projeleri, özel ve kamu kurumlarında halkla ilişkiler, halkla ilişkiler modelleri, dijital halkla ilişkiler, halkla ilişkilerde planlama ve programlama, stratejik yönetim: strateji ve taktiklerin belirlenmesi, programın yazılması: program planı, hedef kitlenin belirlenmesi, bütçeleme ve programın ön testinin yapılması, mesaj ve medya stratejileri, halkla ilişkiler ve ilişkisi olan alanlar, etik, kriz yönetimi ve kriz iletişimi ilişkisi.

Bu dersin amacı temel halkla ilişkiler kavramları doğrultusunda, öğrencilere bir halkla ilişkiler kampanyası hazırlayabilmek için gerekli olan temel bilgi ve becerileri kazandırmaktır. Bu ders, temel halkla ilişkiler kavramları olan pazar iletişimi, iç iletişim, medya ilişkileri, basın ilişkileri, sosyal sorumluluk kavramlarını iletişim temeline dayanarak ele alırken, bu kavramların iş dünyasında kullanımına yönelik uygulama çalışmalarını da içermektedir.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155352&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155352&lang=en&curProgID=1503>

SEÇMELİ DERSLER

SHIT101 Davranış Bilimlerine Giriş (2,0,2) 3 AKTS

Bu dersin amacı, sosyal bilimlerin temeli olan sosyoloji ve psikolojinin temel kavramlarını birbirleriyle ilgisini açıklamaktır. Öğrencilerin dersin sonunda sosyolojinin temeli olan toplumu anlaması ve toplumsal kurumları inceleyerek, kültür, aile, dil, din, hukuk ve siyaset kavramlarının ortaya çıkışındaki neden ve sonuç ilişkilerini anlaması amaçlanır. Davranış bilimleri, tarihsel gelişimi, toplumsal düşüncenin oluşumu, sosyolojinin tanımı ve kuramsal yaklaşımlar, toplum ve oluşturan parçalar, kültür ve oluşturan parçalar, toplumsallaşmanın tanımı ve kuramları, aile ve toplumsal tabakalaşma, değişme ve modernleşme, psikolojiye giriş, davranış gelişimini açıklamaya yönelik kuramlar, güdüler, duygular, duyum ve algı, kişilik psikolojisine giriş, davranış üzerine sosyal etkiler.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185685&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185685&lang=en&curProgID=1503>

SHIT113 İkna Kuramları ve Retorik (2,0,2) 3 AKTS

İkna kavramı için önem teşkil eden tutumların incelenmesi, ikna kavramının detayları ile incelenmesi, ikna edici iletişimin öğelerinin ele alınması, ikna ve korku arasındaki ilişkinin incelenmesi ve propaganda kavramının detaylandırılması, Aristoteles ve retorik, ikna kuramlarına giriş, kuram kavramının tanımlanması, Skinnerci davranışçılık ve sosyal öğrenme kuramı, kitle psikolojisi (Gustave LeBon), temel kişilik kuramları ve kuramcıları (Freud, Alfred Adler, Carl Gustave Jung, Eric Berne, Karen Horney), ihtiyaç kuramları ve kuramcıları (Maslow, Alderfer, Heizberg, Murray, McClelland ve Atkinson), tek vuruş tutum değişimi kuramı, tutarlılık ve denge ve uyum kuramları (Piaget, Heider, Festinger), bilişsel tepki kuramı, bilişsel çelişki kuramı, zihinsel kuramlar, değer ve beklenti kuramları (Wroom, Porter ve Lawler, Locke, Adams), öykü ve tür kuramları, retorik kuramının detaylandırılması, retorik kuramın örnekler üzerinden incelenmesi.

Bu ders ile öğrencilere ikna ve retorik kavramının tanımı, tarihsel gelişimi, Aristo ikna modeli, İkna süreçleri, iknanın sonuçları, ikna teorileri, halkla ilişkilerde ikna, reklamda ikna, siyasal iletişimde ikna, hedef kitleyi etkileme süreçleri ayrıntılı olarak ders çerçevesinde irdelenecektir.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155356&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155356&lang=en&curProgID=1503>

SHIT115 Web Okuryazarlığı (2,0,2) 3 AKTS

Dersin amacı, Okuryazarlık kavramının tarihsel gelişimini ve yeni okuryazarlıkları açıklayabilmek, web üzerinde yazma ve katılım becerilerini arttırma, Sosyal medya okuryazarlığı olası tehditlere karşı güvenlik tedbiri alma becerisi kazandırmaktır. Okuryazarlık kavramı, tarihsel gelişimi, web okuryazarlığı, web teknolojilerinin gelişim evreleri, domain, hosting, VPN, web okuryazarlığının yazma ve katılım bileşenleri HTML, XML, CSS, JavaScript, Bootstrap teknolojileri, web tasarım ve kodlama araçları, web için oluşturma, arama motorları, e-posta kullanımı, bulut bilişim sistemleri ve kullanımı, sosyal medya okuryazarlığı, web üzerinde mahremiyet, gizlilik ve güvenlik, sosyal mühendislik saldırıları, web etiği, telif hakları ve lisanslama konuları anlatılmaktadır.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155618&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155618&lang=en&curProgID=1503>

SHIT117 Bilişim Güvenliği (2,0,2) 3 AKTS

Öğrenciler Bilgi Güvenliği kavramını anlayabilecek, bilişim sistemlerine yapılan saldırı ve türleri hakkında bilgi sahibi olabilecekler, kötücül yazılımlar ve çeşitleri konusunda bilgi sahibi olabilecekler, kötücül ve casus yazılımlara karşı alınabilecek kişisel tedbirleri alabileceklerdir. Bilişim güvenliği temel kavramlar, bilgi güvenilirliği yöntemi ve standartları, veri güvenliği tehdit eden unsurlar, virüsler, solucanlar, truva atı, fidye yazılımları, reklam yazılımları, klavye dinleme, arka kapılar, oltalama, dağıtık hizmet reddi, ortadaki adam, sosyal mühendislik saldırıları, bilgisayar güvenliği, ağ-web güvenliği, yazılım güvenliği, siber ortamlar ve siber güvenlik konuları işlenmektedir.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155619&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155619&lang=en&curProgID=1503>





T.C.
Istanbul
YENİ YÜZYIL
ÜNİVERSİTESİ

MESLEK YÜKSEKOKULU
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
PROGRAMI
2. YARIYIL

ZORUNLU DERSLER

ATA 152 Atatürk İlkeleri Ve İnkılâp Tarihi II (2,0,2) 2 AKTS

Türkiye Cumhuriyeti'nin hangi koşullarda nasıl kurulduğu çerçevesinde, devletin temelini oluşturan Atatürk İlkeleri anlatılır. Ders kapsamında işlenecek konular şunlardır: İnkılâp kavramı, Türk inkılâbının stratejisi, Türkiye Cumhuriyeti'nin iç ve dış politikası (1938-1950), Demokrat Parti dönemi (1950-1960), 1960 sonrası Türkiye'nin iç ve dış politikası, 21. yüzyılda çağdaş Türkiye.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167648&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167648&lang=en&curProgID=1503>

ENG 152 İngilizce II (3,0,3) 3 AKTS

Bu ders 3 kredi olup haftada 3 saat yapılmaktadır. Dersin amacı öğrencilere İngilizce'nin temel kelime bilgisi ve gerekli dilbilgisi yapısının temelini sağlamaktır. Bu dönem İngilizce ile tanışma ve dile alışma sürecidir. Öğrencinin dönem sonunda kendini tanıtmayı, yaşadığı şehir, yiyecekler ve boş zaman aktiviteleri gibi günlük yaşamda ihtiyacı olabilecek cümleleri kurabilecek düzeyde olması amaçlanır.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167649&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167649&lang=en&curProgID=1503>

TRD 152 Türk Dili II (2,0,2) 2 AKTS

Cümle çeşitleri, fiil cümlesi, isim cümlesi, kurallı, devrik cümle; anlamına göre cümleler; Türkçede genel anlatım bozuklukları; yazılı ve sözlü anlatım türleri, kompozisyon, kompozisyon yazarken dikkat edilmesi gereken hususlar; yazılı anlatım türleri: Konularına göre şiir ve şiir türleri, masal; fabl, hikâye, roman ve roman türleri; tiyatro, gezi yazısı, anı; biyografi, otobiyografi, günlük; fıkra, deneme, eleştiri; mektup ve mektup çeşitleri, röportaj, mülâkat, sohbet; makale, rapor, tutanak; tartışmaya dayalı anlatım türleri: Tartışma, panel, forum, açık oturum, münazara; görüşmeye dayalı anlatım türleri: Konferans, sempozyum (bilgi şöleni), kongre, nutuk (söylev) ve genel değerlendirme. Her dersin sonunda, imla ve noktalama ile ilgili bilgi verilmektedir.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167653&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167653&lang=en&curProgID=1503>

MHIT104 Etkili İletişim ve Güzel Konuşma (2,0,2) 4 AKTS

Bu ders kapsamında öğrenciler, etkili sunum teknikleri, konuşma teknikleri, sunumda teknolojinin kullanılması ve beden dilini doğru kullanma gibi konularda detaylı bilgi sahibi olacaktır. Bu ders ile öğrenci sunum korku ve paniğini yenmeyi öğrenerek, sunum tekniklerini kavramaktadır. Etkili iletişim kavramı, fonetik ve diksiyon alıştırmaları, duyu ve algılama, empati, konuşma ve dinleme becerileri, bireysel ve grup iletişimi, konuşma dili ve yazı dili farkı uygulamaları, beden dili uygulamaları, vurgu ve tonlama, sıkça yapılan hatalar ve çözüm yöntemleri.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167651&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167651&lang=en&curProgID=1503>

MHIT102 Kurumsal Sosyal Sorumluluk (3,0,3) 5 AKTS

Kurum ve sorumluluk kavramlarının detaylandırılması, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının tanımı, tarihi ve gelişimi, kurumsal sosyal sorumlulukla bağlantılı kavramlar, klasik ve modern kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımları, Carroll'un sosyal sorumluluk modeli ve diğer kss modelleri, kurumsal sosyal sorumluluğun kurumlara sağladığı avantajların örneklendirilmesi, kurumsal sosyal sorumluluk sahibi iş uygulamaları, strateji ve kurumsal sosyal sorumluluk (paydaş teorisi ve kss stratejisinin oluşturulması), kurumsal sosyal sorumluluk ve pazarlama uygulamaları, sosyal sorumluluk kampanya örneklerinin incelenmesi, proje sunumları.

Sosyal sorumluluk başlı başına kuruluşlar açısından doğru konumlandırılması gereken bir iletişim stratejisidir. Aslında kurumsal itibarın yönetilmesine ilişkin uygulamada dikkate alınması gereken en önemli etkenler: çalışan, kurumsal kimlik, vizyon, etik değerler ve elbette kurumsal sosyal sorumluluk olarak ön plana çıkmaktadır. Bu ders kapsamında bu kavramlar Sivil Toplum Kuruluşları ile birlikte uygulamalı olarak incelenmektedir.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167650&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167650&lang=en&curProgID=1503>

MHIT106 Medya Okuryazarlığı (3,0,3) 5 AKTS

Bu ders, özellikle halkla ilişkiler öğrencilerinin medya mesajlarını bilinçli ve eleştirel yaklaşımla tüketmelerini sağlamak ve medya okur yazarı olmalarına yardımcı olmak için tasarlanmış bir giriş dersidir. Derste radyo, film, televizyon, gazete ve dergilerle bu medyanın toplum üzerindeki kültürel, siyasal, ekonomik ve eğitsel etkileri irdelenecektir. Medya okuryazarlığının tanımı, medya okuryazarlığını gerektiren temel koşullar, örnek iletilerin çözümlenmesi, medya okuryazarlığında temel yaklaşımlar, medyanın toplumsal ilkeleri, propaganda teknikleri, duygular ve duygu çekiciliği, reklamların çözümlenmesi, haber tüketim sürecini etkileyen faktörler ve öneriler, tık tuzağı habercilik, toplumsal cinsiyet, medyada kadının temsili, medyada önyargı ve stereotipler, yeni medya okuryazarlığı ve yalan haber. Dersin amacı öğrencilerin medyanın işleyişini, örgütlenişini, nasıl anlam yarattığını ve gerçeği nasıl kurguladığını anlamalarına ve medyanın yaşamlarındaki rolünü eleştirel bir bakışla ele almalarına yardımcı olmaktır.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167652&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167652&lang=en&curProgID=1503>

SEÇMELİ DERSLER

SHIT106 Haber Toplama ve Yazma Teknikleri (2,0,2) 3 AKTS

Bu dersin amacı, haber toplama ve yazma konusunda temel bilgileri aktarmak. Haberin yazım aşamalarını anlatmak. Haber kavramı, olgu ve düşünce, olay ve haber, medyalar bağlamında haberciliğin değerlendirilmesi, kurumsal farklılıklar, ortamlar, çalışma koşulları, haber kaynakları, türleri ve değeri, haberciliğin kuralları, haber toplama teknikleri, haber yazma ve 5n-1 kuralı, haber bölümleri, haber yazma teknikleri (ters piramit ve düz piramit, dörtgen ve kare teknikleri), haberde aktarma türleri (dolaylı ve doğrudan aktarım), yazım kuralları (cümle kuruluşu, yüklem, büyük harf, kısaltmalar, sayılar), değerlendirme ve redaksiyon.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185692&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185692&lang=en&curProgID=1503>

SHIT110 Sosyoloji (2,0,2) 3 AKTS

Sosyolojinin konusu ve metodu, sosyolojinin tarihçesi, sosyolojik temel kavramlar, sosyolojinin diğer sosyal bilimlerle ilişkisi, sosyoloğun toplumdaki rolü, sosyolojik bakışın önemi ve geliştirilmesi, nesnellik sorunu, modern sosyolojinin kurucuları, temel sosyolojik kavram ve tartışmalar, sosyolojinin diğer sosyal bilim disiplinleriyle ilişkisi, Türkiye’de aile kurumu, Türkiye’de demokratikleşme sorunu, bu dersin temel içeriğini oluşturur. Derste ayrıca sosyolojinin ortaya çıkışı ve gelişmesi, kurucu sosyologlar. Küreselleşme ve değişim sosyolojide kuramsal düşünme tabakalaşma ve sınıf yoksulluk, toplumsal dışlanma ve refah küresel eşitsizlik cinsellik ve toplumsal cinsiyet ırk, etniklik ve göç modern toplumda din örgütler ve ağlar çalışma ve ekonomik yaşam gibi genel sosyoloji konuları da işlenmektedir.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185694&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185694&lang=en&curProgID=1503>

SHIT108 Yeni Medyada Reklamcılık (2,0,2) 3 AKTS

Halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi ve halkla ilişkilere ait kavramlarının değerlendirilmesi, reklamcılığın tarihsel gelişimi, yeni medya kavramı ve özellikleri, sosyal medya kavramı ve araçlarının kullanım alanları (Twitter, Facebook, Youtube, Foursquare, Bloglar, Podcasting, Vikiler ve Flickr), dijital ortamda halkla ilişkiler uygulamaları, sosyal medya yönetimi, sosyal medyada kriz yönetimi, dijital itibar yönetimi, sosyal medya reklamcılığında etik, halkla ilişkiler ve reklam kampanya örnekleri.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185693&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185693&lang=en&curProgID=1503>

SHIT112 Kişilerarası İletişim (2,0,2) 3 AKTS

Kişilerarası iletişim nedir? Kişilerarası iletişimin önemi, Kişilerarası iletişim süreci ve öğeleri, iletişim yaklaşımları, varsayımları, fonksiyonları, iletişim teorileri, sözel iletişim ve tarzları, dil ve dilin özellikleri, sözlü ve sözsüz iletişim işlevleri, boyutları ve mesajların evrenselliği, kişilerarası iletişimi etkileyen faktörler, kuramlar ve bireyin kendisi, kültür, duygular ve normlar, mesajlar, karşılıklı konuşma ve yöntemi, iş yerinde iletişim, iletişim engelleri ve dinleme.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185695&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185695&lang=en&curProgID=1503>



T.C.
İstanbul
YENİ YÜZYIL
ÜNİVERSİTESİ

MESLEK YÜKSEKOKULU
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
PROGRAMI
3. YARIYIL

ZORUNLU DERSLER

MHIT 201 Pazarlama (3,0,3) 5 AKTS

Bu ders süresince pazarlama kavramının ve ilkelerinin tanıtımı gerçekleştirilecektir. İletişim disiplini, özellikle de Halkla İlişkiler ve Reklamcılık gibi ticari iletişim içinde yer alan bir alan için önemli bir çatı olan pazarlamanın ilkeleri, modern yaklaşımlar eşliğinde öğrencilere sunulacaktır. Ders kapsamında Müşteri değeri yaratmak, müşteri ilişkileri kurmak için ortaklık, hedef müşteriler için değer yaratmak, pazarlama çevresini analiz etme, stratejik pazarlama ve pazarlama yönetimi, pazarlama bilgi sistemi, fiyatlama, dağıtım, bütünsel pazarlama iletişimi stratejisi, tutundurma karması, veri tabanlı pazarlama, global pazar, kurumsal sosyal sorumluluk, tüketici araştırmaları ve davranışları, tüketicilerin satın alma davranışı ve kararı verme süreci, endüstriyel ve tüketici pazarları ve hedef pazar seçimi gibi konular ele alınacaktır

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs/bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155362&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs/bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155362&lang=en&curProgID=1503>

MHIT203 Reklam Kampanyaları (2,0,2) 4 AKTS

Reklam kavramına genel bir bakış, reklamcılığın taraflarının incelenmesi, reklam modellerinin irdelenmesi, reklamda AIDA ve NAIDAS modelleri, reklam kampanyası kavramının detaylandırılması, brief kavramı ve reklam kampanyasındaki yeri, reklam kampanyasının temel aşamaları, hedef kitle reklam kampanya analizleri reklam kampanyasında durum analizi, reklam amaçlarının ve mesaj stratejisinin belirlenmesi, kampanya uygulamaları ve reklam etkinliğinin ölçülmesi, reklam kampanya örneklerinin incelenmesi, proje sunumları.

Derste reklamcılık alanlarında teorik bilgiler doğrultusunda bir kampanya tasarımının ilkeleri, planlama ve uygulama süreçleri anlatılacaktır. Değişik alanlarda uygulanan reklam kampanyalarında örnekler değerlendirilerek tartışılacaktır.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs/bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155363&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs/bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155363&lang=en&curProgID=1503>

MHIT207 Marka Yönetimi (3,0,3) 5 AKTS

Ders temel olarak öğrencilerin marka kavramını ve marka yapılandırma konusunda gerekli olan stratejik bilgileri edinmelerini amaçlamaktadır. Marka kavramına ilişkin tüm öğelerinin, marka yönetimi perspektifinde ele alındığı bu derste öğrenciler; Marka ve markayla ilişkili temel kavramları öğrenecek ve markanın nasıl yönetileceği ve yaratılacağıyla ilgili bilgi birikimine sahip olacaklardır. marka nedir? neden markaya ihtiyaç duyulur? ürünleri farklılaştırıcı değer olarak marka, marka imajı, kişiliği, marka çağrışımları ve farkındalığı, yönetimi ve yapılandırma, marka kimliği planlama, markaya yönelik iletişim stratejisi, günümüz tüketici özellikleri ve marka, kuramsal iletişim, Türkiye’de marka yönetimi.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs/bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155361&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs/bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155361&lang=en&curProgID=1503>

MHIT 205 Halkla İlişkiler ve Reklam Yazarlığı (2,0,2) 3 AKTS

Halkla ilişkiler yazarlığı, rol ve sorumluluklar, halkla ilişkiler yazarlığı ve gazetecilik, halkla ilişkiler yazarlığı ve ikna süreci, haber yazma teknikleri (5n1k, ters-düz piramit, basın bülteni, basın makalesi, röportaj, broşür), kurumsal haber üretimi, geleneksel ve sosyal medya için yazarlık, sosyal medya yazarlığı, yaratıcı süreç ve reklam metni yazımı, kitle iletişim araçları ve sosyal medya için reklam yazarlığı, örnek metinlerin incelenmesi, rol ve sorumluluklar halkla ilişkiler yazarlığı.

Bu dersin amacı, reklam metin yazarlığının temel teknik ve prensiplerini öğrencilere sunmaktır. Bu ders bir markanın reklamının reklam ajansında üretilme sürecini, işleyiş yapısı, reklam yazma aşamalarını, farklı iletişim araçlarında reklam metni yazma tekniklerini, yaratıcı süreç kuram ve stratejilerini, reklam yazarının sorumlulukları gibi konuları içermektedir. Ders kapsamında, öğrenciler reklamcılık endüstrisinde metin yazarlarının bütün işlevlerini tanıma ve ayrıca pazarlama iletişimi durumlarında yaratıcı problem çözme sürecini anlama şansına sahip olacaklardır. Ders sürecinde, öğrenciler ayrıca reklam metin yazarlığını tanımak ve üretmek için gerekli teorik ve pratik görüş açısını kazanacaklardır.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155359&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155359&lang=en&curProgID=1503>

MHIT209 Halkla İlişkilerde Kampanya Çalışmaları (2,0,2) 4 AKTS

Halkla ilişkiler kampanyaları genel bilgilendirme, tarihsel gelişim süreci, Türkiye’de halkla ilişkiler kampanyaları, halkla ilişkiler projeleri kapsam, içerik, gelişim süreci, projelendirme süreci, araştırma ve analiz, swot, rekabet, risk analizi, planlama, hedeflerin belirlenmesi aşaması örnekler üstünden irdelenmesi, uygulama aşaması örnekler üstünden irdelenmesi, ölçme değerlendirme aşaması örnekler üstünden incelenmesi, kampanya çeşitleri, kampanya dönemleri, güncel, ödüllü örnek projeler, öğrencilerden kampanya hazırlamaları, seçilen kampanya konuları değerlendirilip, yol haritaları analiz edilecek, halkla ilişkiler kampanyası proje sunumlarının yapılması.

Bu derste, öğrenciye halkla ilişkiler kampanyasının planlanma aşamasından bütçeleme aşamasına kadar tüm evreleri uygulamalı örneklerle anlatılması ve uygulamalarla kampanya planlama bilgi ve becerisini kazandırmak amaçlanmaktadır. Derste; durum analizi, hedef kitleyi belirleme, bütçeleme gibi kampanyaların tüm süreçleriyle ilgili çalışmalar gerçekleştirilecektir.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155360&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155360&lang=en&curProgID=1503>

SEÇMELİ DERSLER

SHIT205 Tüketici Davranışları (2,0,2) 3 AKTS

Tüketici davranışına giriş, tüketim ve tüketici kavramları, pazar bölümlenmesi, pazarlama kavramı, öğrenme, hafıza ve tüketici davranışı, güdülenme ve ilgilenim, algı ve tüketici davranışı, tutum oluşturma ve tüketici davranışı, tüketici davranışı genel modeli, sosyal sınıf, yaşam biçimi ve tüketici davranışı, kültür, danışma grupları ve aile, benlik kavramı, kitle iletişimi ve tüketim, tüketim süreci.

İşletmelerin stratejilerini doğru yapılandırmak amaçlı tüketici davranışlarını doğru tanımlamak. Teorik ve uygulamalı örnek olay çalışmaları ile stratejik anlamda tüketici davranışlarını anlamak ve doğru değerlendirmektir. Pazarlama temel kavramları ve stratejileri, Çağdaş Pazarlama Anlayışında Tüketim, Tüketici Tipleri, Tüketici davranış Modeli, Tüketici psikolojik, sosyolojik, sosyo- psikolojik etkileri, Tüketiciyi etkileyen diğer faktörler, Kültür ve Yaşam Tarzı, Tüketici Satın alma Karar Süreci, Satın alma Sonrası Davranışlar.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155364&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155364&lang=en&curProgID=1503>

SHIT209 Halkla İlişkiler ve Reklam Fotoğrafçılığı (2,0,2) 3 AKTS

Dersin genel amacı, öğrencilerin temel fotoğraf bilgilerini sistematik olarak kazanmalarını sağlamak ve onların fotoğrafın yapısal öğeleri ile tanıştırmaktır. Ayrıca fotoğrafın bulunuşundan itibaren geçirdiği evrim ve başlangıçtan günümüze fotoğrafçıların fotoğraflarının sunumu ile görsel hafızayı güçlendirmek, öğrencilerin fotoğraf üretme sürecine katkı sağlamaktır. Görüntü oluşumu, camera obscura, değişen görme biçimleri, fotoğraf makineleri ve objektifler, diyafram-entantane ve ISO, pozlama, fotoğrafta yardımcı araç ve ekipmanlar, stüdyo, fotoğrafçının rolü, kadraj, ışık, bütünlük ve uyum, karşıtlık ve kontrast, soyutlama.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155358&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155358&lang=en&curProgID=1503>

SHIT201 Protokol Esasları (2,0,2) 3 AKTS

Bu ders öğrenciye kurumu temsil etme ve diğer çalışanlara örnek olabilme adına resmi ortamlarda protokol bilgisini kazandırmak, bu bilgileri uygun yer ve zamanda iletişim içinde bulunduğu kişi ve kurumlarla çalışırken davranış olarak sergileme ve uygulama becerisini kazandıracaktır. Protokol kavramı ve protokol tarihi, amacı ve türleri, tanışma ve tanıştırılma, kıyafet protokolü, selamlama, ziyaret ve görüşme, toplantı ve yemek, karşılama ve uğurlama, hediyeleşme.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185696&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185696&lang=en&curProgID=1503>

SHIT207 Dijital Halkla İlişkiler (2,0,2) 3 AKTS

Bu derste, sosyal medya kavramları vurgulanarak, küreselleşmeyle beraber halkla ilişkiler uygulamalarındaki yeni stratejiler değerlendirilir. Reklamcılığın tarihsel gelişimi, yeni medya kavramı ve özellikleri, sosyal medya kavramı ve araçlarının kullanım alanları (Twitter, Facebook, Youtube, Foursquare, Bloglar, Podcasting, Vikiler ve Flickr), Dijital ortamda halkla ilişkiler uygulamaları, sosyal medya yönetimi, dijital itibar yönetimi, sosyal medyada halkla ilişkiler ve reklam kampanya örnekleri.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185698&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185698&lang=en&curProgID=1503>

SHIT213 Medya Sosyolojisi (2,0,2) 3 AKTS

Bu derste, iletişim çalışmalarının temel yaklaşımlarından biri olarak kabul edilen kültürel çalışmaların ortaya çıkışı ve alana getirdiği bakış açısı ile birlikte medya iletilerinin kimlik, ideoloji, söylem, iktidar, hegemonya kavramları bağlamında nasıl çözümlenebileceği anlatılmaktadır. Marksizm ve kültürel çalışmalara etkisi, yüksek kültür / düşük kültür tartışmaları, Matthew Arnold ve F.R. Leavis, Adorno ve Horkheimer: Kültür endüstrisi, kültürelciler: Richard Hoggart, E. P. Thompson, Raymond Williams, Stuart Hall, Temsil ve Alımlama, Gramsci ve Althusser – hegemonya ve ideoloji, kültürel çalışmalar, toplumsal cinsiyet ve kimlik, Türkiye’de arabesk tartışmaları, göç ve kültür, popüler kültür ve reality showlar, kültürel çalışmalar ve Türkiye.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185699&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185699&lang=en&curProgID=1503>

SHIT215 İtibar Yönetimi (2,0,2) 3 AKTS

Bu dersi alan öğrencilere, kurumsal itibar, itibar yönetimi ve kriz yönetimi ile ilgili temel kavramlar öğretilerek, kriz çeşitleri, kriz durumunda yapılması gerekenler, itibar yönetiminin kriz durumları ile ilişkisi anlatılır. Kurumsal İtibar ile İlgili Kavramlar (Kurumsal Kültür, Kurumsal Kimlik, Kurumsal Sosyal Sorumluluk) kurumsal itibarı etkileyen faktörler, kurumsal imaj, itibar yönetimin temel bileşenleri (duygusal cazibe, ürünler ve hizmetler, finansal performans, vizyon ve liderlik, çalışma ortamı), kurumsal itibar yönetimi süreci, ölçülmesi, kriz kavramı ve özellikleri, krizde olasılık planları, kriz iletişiminin değerlendirilmesi, kriz yönetimi ve kriz iletişim planı.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185700&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185700&lang=en&curProgID=1503>

SHIT217 Sağlık Kurumlarında Halkla İlişkiler (2,0,2) 3 AKTS

Bu derste sağlık çalışanı ve özellikle hassas olarak kabul edilebilecek bazı hasta grupları arasındaki iletişimin daha etkili ve doğru bir yolla sürdürülebilmesi için gerekli olan iletişim tekniklerinin öğrenilmesi amaçlanmıştır. İletişim, mail ve dilekçe yazım kuralları, hasta ile iletişim, çocuk, yaşlı, engelli ve özel durumlarda hasta ile iletişim, cinsel kimlik, yönelim farklılığı, madde bağımlıları ile iletişim, onkoloji hastaları ile iletişim.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185701&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185701&lang=en&curProgID=1503>

SHIT211 Girişimcilik-I (2,0,2) 3 AKTS

Girişimcilik dersinin temel amacı katılımcıların girişimciliğe ait temel bilgileri edinmesidir. Bu amaca yönelik olarak girişimin ve girişimcinin bir ekonomiye, kültüre ve topluma olan etkileri, türleri, fonksiyonları ve belli başlı özellikleri işlenmektedir. Bununla birlikte iş kurma sürecinin başlangıç aşamaları dersin kapsamını oluşturmaktadır. İş fikrinin doğuşundan iş planı ile şekillenmesine, inovasyon ve yenilik çalışmalarından tasfiye süreçlerine kadar gerekli olan temel bilgilerin kazandırılması amaçlanmaktadır. Bu ders kapsamında öğrencilere; girişimcilik faaliyetinin nasıl başlaması gerektiği, nelere dikkat edilmesi gerektiği, fiyatlamının ve pazar stratejilerinin nasıl belirleneceği aktarılacaktır. Bununla birlikte girişimcilik faaliyetleri çerçevesinde uluslararası bir pozisyon belirlenmesi durumunda karşımıza çıkmakta olan kurum ve kuruluşlar ile gerekli belgeler ile girişimcilere destek sağlayan kuruluşlara ait bilgiler aktarılacaktır. Girişimcilikte vizyon, misyon, amaç strateji, kişilik ve kültür, organizasyon, girişimci olmak için gerekli olan kalite, yetenek ve fon kaynakları, Türkiye’de girişimcilere ve KOBİ’lere sağlanan destekler, girişimin sonlanması, tasfiye, iflas ve birleşme.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155357&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=155357&lang=en&curProgID=1503>



T.C.
İstanbul
**YENİ YÜZYIL
ÜNİVERSİTESİ**

MESLEK YÜKSEKOKULU
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
PROGRAMI
4. YARIYIL

ZORUNLU DERSLER

MHIT202 Staj (0,0,0) 6 AKTS

Zorunlu staj uygulaması, öğrencilerin üniversitede kazandıkları teorik ve pratik donanımlarını sektörel alanda nasıl kullanacaklarını kavramaları amacıyla mezun olmadan önce reklamcılık ve halkla ilişkiler alanını kapsayan mesleki kurum ve kuruluşlarda deneyim kazanmalarına yönelik bir süreci kapsamaktadır.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167654&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167654&lang=en&curProgID=1503>

MHIT204 Siyasal İletişim ve Kampanyalar (3,0,3) 5 AKTS

Siyasi düşünceler tarihi, siyasal iletişim olgu ve süreci, siyasal iletişimin diğer disiplin ve kavramlarla ilişkisi, kitle iletişim araçlarının siyasal davranışa etkileri, siyasal iletişim aktörleri, yöntem ve türleri, siyasal partilerde siyasal iletişim, siyasal kampanyaların hazırlık aşamaları, örnek siyasal kampanyaların incelenmesi, Türkiye’de siyasal partiler ve seçimler, küresel ve yerel ölçekte siyasal kampanya örneklerinin incelenmesi.

Siyasal iletişim alanına ilişkin temel kavramları ele alarak, siyasal iletişim alanının diğer disiplinlerle olan bağıntısını ve siyasal iletişim türlerini irdelenmesini sağlamak, siyasal kampanya sürecinde reklam ve halkla ilişkilerin yerini ve dünyadan çeşitli siyasal kampanya örneklerini incelemek amaçlanmaktadır. Bu ders siyasal iletişim araştırmalarında son yıllarda yoğun bir biçimde tartışılan siyasal kampanyaların tarihsel gelişimini, önemini ve işlevini örnek sunumlarla birlikte açıklamayı amaçlamaktadır

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167655&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167655&lang=en&curProgID=1503>

MHIT206 Stratejik Halkla İlişkiler (3,0,3) 5 AKTS

Strateji kavramının tanımı ve özellikleri, yönetim kavramı, yönetim sürecinin evreleri (hazırlık, uygulama, denetim), stratejik yönetim ve halkla ilişkiler, stratejik yönetim kavramı ve özellikleri, stratejik yönetim süreci, stratejik yönetimde durum analizleri, SWOT analizi, stratejik iletişimin halkla ilişkiler açısından önemi, halkla ilişkilerin stratejik yönetim açısından değerlendirilmesi, Stratejik halkla ilişkiler modelleri (altı basamaklı model, Smith’in 4 aşamalı modeli, Cutlip, Center ve Broom’un 4 basamaklı modeli), halkla ilişkilerde reaktif ve proaktif stratejiler, kriz ve kriz yönetimi ve kriz yönetiminin halka ilişkilerle ilişkisi, örnek kriz vakalarının ve yönetim süreçlerinin incelenmesi.

Halkla ilişkiler ve işletmelerde beklenilmeyen ve önceden seziilemeyen mevcut durumu tehdit eden gerilim yaratan durumların ortadan kaldırılmasına yönelik yapılan çalışmaların öğretilmesidir. Kriz yönetimi dersinin amacı kriz ortamında nasıl bir yöntem uygulanacağı ve mevcut krizin giderilmesi için nelerin yapılması gerektiği konuları üzerinde durulur.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167656&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzuil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167656&lang=en&curProgID=1503>

MHIT208 Medya Planlaması (2,0,2) 4 AKTS

Temel medya terimleri, pazarlama stratejisi ve medya planlama, medya stratejisi oluşturma ilkeleri, çok mecralı kampanya planlama, medya maliyetleri ve satın alma problemleri, temel ölçümler ve değerlendirme, medya tüketim alışkanlıkları araştırmaları, medya ölçümleme araştırmaları ve data okuyabilme, dijital medya satın alma ve planlama, sosyal medya satın alma ve planlama, yerel medya satın alma ve planlama.

Bu dersin amacı medya planlama sürecinin kuramsal ve uygulamalı olarak tüm öğelerini ve aşamalarını öğrencilere aktarmaktır. Öğrencilerin bir reklam ya da halkla ilişkiler kampanyasının medya planını oluşturacak teknik ve kuramsal bilgilere sahip olmaları için ders kapsamında; Medya Planlamasına Giriş, Medya, Reklam Tüketici Arasındaki İlişki, Medya Planlama Faaliyetleri, Medya Planlamasında Kullanılan Kavramlar, Yeni Planlama Modelleri, Medya Planının Organizasyonu başlıklı konular işlenecektir.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167657&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167657&lang=en&curProgID=1503>

MHIT210 Yeni Medyada Halkla İlişkiler (2,0,2) 4 AKTS

Etkin bir mecra olan internetin halkla ilişkiler sürecinde kullanımı ve işlevleri irdelenerek, internet üzerinden yapılan halkla ilişkiler kampanyalarının planlaması ve uygulanması incelenecektir. Bu kapsamda yeni medyanın tanımı ve çeşitleri, Facebook ve halkla ilişkiler, Twitter ve halkla ilişkiler, Instagram ve halkla ilişkiler, sosyal medyada kurumsal itibar yönetimi, dijital ortamda halkla ilişkiler uygulamaları, sosyal medya yönetimi, dijital itibar yönetimi, sosyal medyada halkla ilişkiler ve reklam kampanya örnekleri konuları ders kapsamında işlenecektir.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167658&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=167658&lang=en&curProgID=1503>

SEÇMELİ DERSLER

SHIT204 Dijital Pazarlama (2,0,2) 3 AKTS

Bu derste; dijital pazarlama yönteminin kavramsal, teorik ve analitik unsurları öğretilecek, dijital ortamda pazarlama uygulamaları irdelenecek, gelecek kurgulamaları yapılarak dijital marka ve dijital pazarlama eğilimleri ile e-ticaret uygulamaları işlenecektir. İnternetin gelişimi, internetin pazarlama ve günlük yaşamımızdaki dönüşümü ekseninde ihtiyaçlarımızın yeniden tasarımı ve pazarlamanın yeni hedefleri, e-ticaret kavramı ve uygulamaları, mobil pazarlama ilkeleri ve unsurları, e-posta pazarlama, CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi) kavramı, özellikleri ve dijital ortam uygulamaları, arama motoru pazarlaması, kavramlar ve stratejileri, dijital kampanya kavramı, stratejileri ve uygulama örnekleri, sosyal ağların pazarlama yönetimindeki artan önemi ve sosyal ağlarda marka yönetimi, kurumsal itibar ve yeni medyada kurumsal itibar uygulamaları. Bunun yanında, dijital ortamlarda gelişen pazarlama modelleri, reklam ve halkla ilişkiler uygulamaları, gelişen pazarlama stratejileri, dijital pazarlama kampanyaları, dijital ortamda markaların konumlanması, e-ticaret ve mobil pazarlama uygulamaları konuları anlatılacaktır.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185703&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185703&lang=en&curProgID=1503>

SHIT214 Reklam Çözümlemeleri (2,0,2) 3 AKTS

Genel reklam kavramına giriş yapılması, reklamın amaçlarının ve işlevlerinin ele alınması, reklam bileşenleri, türleri ve taraflarının detaylandırılması, Ferdinand de Saussure göstergebilim, Charles Sanders Pierce göstergebilim, postyapısalcılık, Roland Barthes göstergebilim, rus biçimciliği ve dilbilim ekolü, Umberto Eco ve Levi Strauss, fotoğraf, sinema ve halkla ilişkiler göstergebilim, reklamlarda sıklıkla kullanılan modellerin incelenmesi, ikna kavramı ve reklam ilişkisi, reklamda göstergebilim kavramının incelenmesi, teorik bilgiler kapsamında örnek reklamların çözümlemeleri.

Dersin amacı, öğrencilerin reklamları farklı bir bakış açısıyla irdeleme yetisine sahip olmaları sağlamaktır. Reklamların ve afişlerin ışık, renk, açı, ölçek gibi teknik özellikler açısından ve aynı zamanda dil düzeyi, anlatım biçimi, slogan, seslenme biçimi gibi dilsel özellikler açısından irdelenmesini sağlamak amaçlanmaktadır.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185708&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185708&lang=en&curProgID=1503>

SDTC206 Medya ve Kamuoyu (2,0,2) 3 AKTS

Bu derste, tarihsel gelişim süreçleri içerisinde kamuoyu ve medya kavramları anlatılacak; kamuoyunu oluşturmaya yardımcı olan unsurlar ile araçlara değinilerek, teknik yöntemler çerçevesinde medyanın kamuoyu üzerindeki etkileri tartışılacaktır. İletişim araçlarının rolü, çalışma sistemleri ve etkinlikleri, medya ve toplum ilişkisinde kitle, içerik ve kurumsal yapı, medya ve popüler kültür, medya ve kamuoyu oluşturma, propaganda aracı olarak medya, toplumsal bellek ve medya: toplumsal belleğin popülerleşmesinde medya içerikleri, medya ve toplumsal cinsiyet, medyada gerçeklik üretimi: temsil, öteki, nefret söylemi.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185704&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185704&lang=en&curProgID=1503>

SDTC212 Girişimcilik II (2,0,2) 3 AKTS

Girişimcilik I dersi ile öğrencilere kazandırılan bilgilerin devamı olarak; bir iş kurma sürecinin aşamaları işlenecektir. Bu kapsamda; iş planlarının oluşturulması, pazar stratejilerinin belirlenerek girişim faaliyetinin başlatılması, girişimcilerin özellikleri ve fonksiyonları ile birlikte girişim türlerinin açıklanması amaçlanmakta olup, uluslararası girişimcilik faaliyetlerinin temelinde yer alan fiyatlama, destekler ve kuruluşlar hakkında bilgi verilecektir. Bu ders kapsamında öğrencilere; girişimcilik faaliyetinin nasıl başlaması gerektiği, nelere dikkat edilmesi gerektiği, fiyatlamamanın ve pazar stratejilerinin nasıl belirleneceği aktarılacaktır. Bununla birlikte girişimcilik faaliyetleri çerçevesinde uluslararası bir pozisyon belirlenmesi durumunda karşımıza çıkmakta olan kurum ve kuruluşlar ile gerekli belgeler ile girişimcilere destek sağlayan kuruluşlara ait bilgiler aktarılacaktır.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185707&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185707&lang=en&curProgID=1503>

SDTC210 Toplam Kalite Yönetimi (2,0,2) 3 AKTS

Ders; standardizasyonun tarihi gelişimi, ilgili kuruluşlar ve çalışmaları, kalite, kalite kontrol, toplam kalite yönetimi, sorun çözme yöntemleri, yeni kalite araçları, kalite güvence sistemleri ve mesleğe göre standartları konularından oluşturmaktadır. Kalite kavramı, kavramın tarihsel süreçte evrilerek toplam kalite yönetimi anlayışının ortaya çıkması ve toplam kalite anlayışının ortaya çıkmasının nedenleri, Kalite Yönetim Sistemleri Standart ve standardizasyon, Toplam kalite yönetimi unsurları ve bu unsurların toplam kalite yönetimi açısından önemi, standardın üretim ve hizmet sektöründe önemi, yönetim kalitesi ve standartları, toplam kalite yönetimi, ISO 9000 standartları, kalite yönetim sistemi modelleri, çevre standartları.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185706&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185706&lang=en&curProgID=1503>

SDTC202 İnsan Kaynakları (2,0,2) 3 AKTS

Bu ders, insan kaynakları yönetimi kavramı, amacı ve işlevleri; insan kaynakları yönetimini etkileyen faktörler; iş analizleri ve iş dizaynı; insan kaynakları planlaması; insan kaynakları sağlanması ve seçimi; insan kaynakları yönetiminde eğitim ve geliştirme; iş gücü planlaması, iş analizleri, performans değerlendirme; kariyer planlama; işletmelerde ücret yönetimi; iş değerlendirme kavramı ve yöntemleri; insan kaynakları yönetiminde iş güvenliği ve işçi sağlığı; çalışanların iş ortamına uyumlaştırılması; bireysel ve toplu düzeyde işçi-işveren ilişkileri; motivasyon ve mobbing, performans yönetimi ve ödüllendirme sistemi insan kaynakları bilgi sistemleri konularında pratik ve güncel bilgileri sunmayı amaçlamaktadır.

Detaylar:

TR <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185702&lang=tr&curProgID=1503>

ENG <https://obs.yeniyuzyil.edu.tr/oibs//bologna/progCourseDetails.aspx?curCourse=185702&lang=en&curProgID=1503>