

İndirilme Tarihi

06.02.2026 09:31:36

HİT202 - HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Örnek olaylardan yola çıkarak Halkla İlişkileri iyice pekiştirmek

Dersin İçeriği

Sektörü tanıma, Markalar ve alışveriş merkezleri, Belediyeler, Hastaneler, Kamu kurumları,Sendikalar,Sivil toplum kuruluşları ve bunlarla ilgili örnek olay analizleri

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Anadolu, Ü. (2013). Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları. Balta Peltekoğlu, F. (2008). Sektörün penceresinden halkla ilişkiler. İstanbul: Bamm Yayınları. Özkoyuncu, F. (2010) Halkla İlişkiler Uygulamaları. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları. Pala, H. (2007). Halkla ilişkilerde örnek olay analizi. Trabzon: Kristal Kitapları. Kitap, Bilgisayar, Projeksiyon, Görsel ve İşitsel Dökümanlar.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt, Gözlem, Gösterme, Uygulama - Alıştırma, Örnek Olay İncelemesi,

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Öğrenci Uygulamaları

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğretim Elemanı Yardımcısı bulunmamaktadır

Dersin Verilişi

Teorik ve Uygulama

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Rıza Günaydın

Program Çıktısı

1. Sektörü tanıyabilir
2. Halkla ilişkiler uygulamalarını görebilir
3. Örnek olayları analiz edebilir
4. Ekip çalışması yapabilir

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar 'Halkla İlişkilerde Kriz Yönetimi ve Uygulamaları ' Sayfa 2-12		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt, Gözlem, Gösterme, Uygulama - Alıştırma, Örnek Olay İncelemesi	Halkla İlişkilerde Kriz Yönetimi ve Uygulamaları	
2	Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar 'Halkla İlişkilerde Kriz Yönetimi ve Örnek Uygulamalar ' Sayfa 12-20		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt, Gözlem, Gösterme, Uygulama - Alıştırma, Örnek Olay İncelemesi,	Halkla İlişkilerde Kriz Yönetimi ve Örnek Uygulamalar	
3	Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar 'Pazarlama Yönelimli Halkla İlişkiler' Sayfa 26-38		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt, Gözlem, Gösterme, Uygulama - Alıştırma, Örnek Olay İncelemesi,	Pazarlama Yönelimli Halkla İlişkiler	
4	Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar 'Pazarlama Yönelimli Halkla İlişkiler Örneği' Sayfa 38-43		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt, Gözlem, Gösterme, Uygulama - Alıştırma, Örnek Olay İncelemesi,	Pazarlama Yönelimli Halkla İlişkiler Örneği	
5	Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar 'Pazarlama Yönelimli Halkla İlişkiler Örneği' Sayfa 38-43		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt, Gözlem, Gösterme, Uygulama - Alıştırma, Örnek Olay İncelemesi,	Pazarlama Yönelimli Halkla İlişkiler Örnek Olay Analizi	İnteraktif Öğrenci Uygulaması
6	Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar ' Kurum İçi Halkla İlişkiler ve Uygulamaları' Sayfa 48-58		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt, Gözlem, Gösterme, Uygulama - Alıştırma, Örnek Olay İncelemesi,	Kurum İçi Halkla İlişkiler ve Uygulamaları	
7	Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar 'Kurum İçi Halkla İlişkiler Araçları ve Yöntemleri' Sayfa 59-71		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt, Gözlem, Gösterme, Uygulama - Alıştırma, Örnek Olay İncelemesi,	Kurum İçi Halkla İlişkiler Araçları, Yöntemleri ve Örnek Uygulamalar	
8				Ara Sınav	
9	Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar 'Halkla İlişkilerde Etkinlik Yönetimi' Sayfa 78-85		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt, Gözlem, Gösterme, Uygulama - Alıştırma, Örnek Olay İncelemesi,	Halkla İlişkilerde Etkinlik Yönetimi	
10	Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar 'Etkinlik Pazarlaması ve Etkinlik Uygulaması Örneği' Sayfa 85-99		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt, Gözlem, Gösterme, Uygulama - Alıştırma, Örnek Olay İncelemesi,	Etkinlik Pazarlaması ve Etkinlik Uygulaması Örneği	İnteraktif Öğrenci Uygulaması
11	Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar ' Halkla İlişkilerde Sosyal Sorumluluk ve Uygulamalar' Sayfa 104-116		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt, Gözlem, Gösterme, Uygulama - Alıştırma, Örnek Olay İncelemesi,	Halkla İlişkilerde Sosyal Sorumluluk ve Uygulamalar	
12	Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar ' Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları' Sayfa 117-125		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt, Gözlem, Gösterme, Uygulama - Alıştırma, Örnek Olay İncelemesi,	Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamaları	
13	Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar ' Yazılı Basınla Medya İlişkileri' Sayfa 134-143		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt, Gözlem, Gösterme, Uygulama - Alıştırma, Örnek Olay İncelemesi,	Halkla İlişkilerde Medya İlişkileri, Yazılı Basınla ilişkiler	
14	Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar 'Görsel-İşitsel Medya İle İlişkiler' Sayfa 143-150		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt, Gözlem, Gösterme, Uygulama - Alıştırma, Örnek Olay İncelemesi,	Görsel-İşitsel Medya İle İlişkiler	
15	Yeni Medya		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt, Gözlem, Gösterme, Uygulama - Alıştırma, Örnek Olay İncelemesi,	Halkla İlişkilerde Medya İlişkileri Örnek Uygulamalar	İnteraktif Öğrenci Uygulaması

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Uygulama / Pratik	14	1,00
Uygulama / Pratik Sonrası Bireysel Çalışma	6	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	6	3,00
Ara Sınav Hazırlık	6	3,00
Vize	1	1,00
Ödev	5	2,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	4	2,00
Final Sınavı Hazırlık	5	2,00
Final	1	1,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

	P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14
Ö.Ç. 1	4	2	5	3	2	4	2	5	4	1	5	5	2	2
Ö.Ç. 2	4	2	5	3	2	4	2	5	5	1	5	5	2	2
Ö.Ç. 3	5	2	5	3	2	4	2	5	4	1	5	4	2	2
Ö.Ç. 4	3	2	3	3	2	4	5	3	3	1	3	3	3	2

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
- P.Ç. 2 :** İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 3 :** Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
- P.Ç. 4 :** Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
- P.Ç. 5 :** Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
- P.Ç. 6 :** Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
- P.Ç. 7 :** Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.Ç. 8 :** Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
- P.Ç. 9 :** Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir..
- P.Ç. 10 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.Ç. 11 :** Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
- P.Ç. 12 :** Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular
- P.Ç. 13 :** Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi kapsamında sosyal, kültürel, bilimsel ve benzeri etkinlikleri planlayarak organizasyon ve ölçümleme süreçlerini uygular, iletişim kampanyaları için proje yönetimi yaklaşımı ile fikirler oluşturur.
- P.Ç. 14 :** Halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün yönetimi ve marka yönetiminin temel kavramları ve mevzuatı açıklar.
- Ö.Ç. 1 :** Sektörü tanıyabilir
- Ö.Ç. 2 :** Halkla ilişkiler uygulamalarını görebilir
- Ö.Ç. 3 :** Örnek olayları analiz edebilir
- Ö.Ç. 4 :** Ekip çalışması yapabilir

İndirilme Tarihi

06.02.2026 09:31:56

HİT202 - PUBLIC OPINION SURVEYS - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

General Info

Objectives of the Course

Strengthening Public Relations by way of example events

Course Contents

Sector recognition, Markets and shopping centers, Municipalities, Hospitals, Public institutions, Trade unions, Non-governmental organizations and case studies

Recommended or Required Reading

Kitap, Bilgisayar, Projeksiyon, Görsel ve İşitsel Dökümanlar.

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Lecture, Discussion, Question & Answer, Observation, Demonstration, Drill - Practice, Case Study,

Recommended Optional Programme Components

Student Applications

Instructor's Assistants

There is no Assistant Instructor

Presentation Of Course

Theoretical and Application

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Inst. Rıza Günaydın

Program Outcomes

1. Can recognize the sector
2. Can see public relations practices
3. Can analyze case studies
4. Can team work

Weekly Contents

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Anadolu University Public Relations Practices and Case Studies 'Crisis Management and Practices in Public Relations' Page 2-12	Lecture, Discussion, Question & Answer, Observation, Demonstration, Drill - Practice, Case Study,	Crisis Management and Applications in Public Relations	
2	Anadolu University Public Relations Practices and Case Studies 'Crisis Management and Case Studies in Public Relations' Page 12-20	Lecture, Discussion, Question & Answer, Observation, Demonstration, Drill - Practice, Case Study,	Crisis Management in Public Relations and Example Practices	
3	Anadolu University Public Relations Practices and Case Studies 'Marketing Oriented Public Relations' Page 26-38	Lecture, Discussion, Question & Answer, Observation, Demonstration, Drill - Practice, Case Study,	Marketing Oriented Public Relations	
4	Anadolu University Public Relations Practices and Case Studies 'Marketing Oriented Public Relations Example' Page 38-43	Lecture, Discussion, Question & Answer, Observation, Demonstration, Drill - Practice, Case Study,	Pazarlama Yönelimli Halkla İlişkiler Örneği	
5	Anadolu University Public Relations Practices and Case Studies 'Marketing Oriented Public Relations Example' Page 38-43	Lecture, Discussion, Question & Answer, Observation, Demonstration, Drill - Practice, Case Study,	Marketing Oriented Public Relations Case Study Analysis	Interactive Student Application
6	Anadolu University Public Relations Practices and Case Studies 'Intra-Institutional Public Relations and Practices' Page 48-58	Lecture, Discussion, Question & Answer, Observation, Demonstration, Drill - Practice, Case Study,	Internal Public Relations and Practices	

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
7	Anadolu University Public Relations Practices and Case Studies 'Intra-Institutional Public Relations Tools and Methods' Page 59-71	Lecture, Discussion, Question & Answer, Observation, Demonstration, Drill - Practice, Case Study,	Internal Public Relations Tools, Methods and Sample Applications	
8			Exam	
9	Anadolu University Public Relations Practices and Case Studies 'Event Management in Public Relations' Page 78-85	Lecture, Discussion, Question & Answer, Observation, Demonstration, Drill - Practice, Case Study,	Event Management in Public Relations	
10	Anadolu University Public Relations Practices and Case Studies 'Event Marketing and Event Practice Example' Page 85-99	Lecture, Discussion, Question & Answer, Observation, Demonstration, Drill - Practice, Case Study,	Etkinlik Pazarlaması ve Etkinlik Uygulaması Örneği	Interactive Student Application
11	Anadolu University Public Relations Practices and Case Studies 'Social Responsibility and Practices in Public Relations' Page 104-116	Lecture, Discussion, Question & Answer, Observation, Demonstration, Drill - Practice, Case Study,	Social Responsibility and Practices in Public Relations	
12	Anadolu University Public Relations Practices and Case Studies 'Corporate Social Responsibility Practices' Page 117-125	Lecture, Discussion, Question & Answer, Observation, Demonstration, Drill - Practice, Case Study,	Corporate Social Responsibility Practices	
13	Anadolu University Public Relations Practices and Case Studies 'Media Relations with Printed Press' Page 134-143	Lecture, Discussion, Question & Answer, Observation, Demonstration, Drill - Practice, Case Study,	Media Relations in Public Relations, Relations with the Written Press	
14	Anadolu University Public Relations Practices and Case Studies 'Relations with Audiovisual Media' Page 143-150	Lecture, Discussion, Question & Answer, Observation, Demonstration, Drill - Practice, Case Study,	Relationships with Audiovisual Media	
15	New Media	Lecture, Discussion, Question & Answer, Observation, Demonstration, Drill - Practice, Case Study,	Media Relations in Public Relations Example Applications	Interactive Student Application

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Uygulama / Pratik	14	1,00
Uygulama / Pratik Sonrası Bireysel Çalışma	6	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	6	3,00
Ara Sınav Hazırlık	6	3,00
Vize	1	1,00
Ödev	5	2,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	4	2,00
Final Sınavı Hazırlık	5	2,00
Final	1	1,00

Assesments

Activities	Weight (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

	P.O. 1	P.O. 2	P.O. 3	P.O. 4	P.O. 5	P.O. 6	P.O. 7	P.O. 8	P.O. 9	P.O. 10	P.O. 11	P.O. 12	P.O. 13	P.O. 14
L.O. 1	4	2	5	3	2	4	2	5	4	1	5	5	2	2
L.O. 2	4	2	5	3	2	4	2	5	5	1	5	5	2	2
L.O. 3	5	2	5	3	2	4	2	5	4	1	5	4	2	2
L.O. 4	3	2	3	3	2	4	5	3	3	1	3	3	3	2

Table :

- P.O. 1 :** Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
- P.O. 2 :** İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
- P.O. 3 :** Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
- P.O. 4 :** Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
- P.O. 5 :** Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
- P.O. 6 :** Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
- P.O. 7 :** Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.O. 8 :** Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
- P.O. 9 :** Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir..
- P.O. 10 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.O. 11 :** Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
- P.O. 12 :** Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular
- P.O. 13 :** Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi kapsamında sosyal, kültürel, bilimsel ve benzeri etkinlikleri planlayarak organizasyon ve ölçümleme süreçlerini uygular, iletişim kampanyaları için proje yönetimi yaklaşımı ile fikirler oluşturur.
- P.O. 14 :** Halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün yönetimi ve marka yönetiminin temel kavramları ve mevzuatı açıklar.
- L.O. 1 :** Sektörü tanıyabilir
- L.O. 2 :** Halkla ilişkiler uygulamalarını görebilir
- L.O. 3 :** Örnek olayları analiz edebilir
- L.O. 4 :** Ekip çalışması yapabilir

İndirilme Tarihi

06.02.2026 09:32:24

HİT218 - MEDYA OKUR YAZARLIĞI - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Medyanın toplumsal, kültürel ve ekonomik yaşama etkileri ve gücü hakkında öğrencilerin bilgi sahibi olmalarını sağlamaktır.

Dersin İçeriği

Medya okuryazarlığının tanımı, tarihçesi, yaklaşımlar ve kullanılan medya araçları

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Kitap, Bilgisayar, Projeksiyon, Görsel ve İşitsel Dökümanlar.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Konu anlatımı, medya içerikleri üzerinden öğrencilerle tartışma, öğrenci sunumları

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Medya içerik analizi yapabilmek

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Yardımcı Öğretim Elemanı bulunmamaktadır

Dersin Verilişi

Teorik

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Rıza Günaydın

Program Çıktısı

1. Medyanın toplumdaki önemini anlayabilir.
2. Medya mesajlarının etkisini kavrayabilir.
3. Medya mesajlarına eleştirel gözle bakabilir.
4. Medyada çözümlemeler yapabilir.

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim		Uygulama
			Metodları	Teorik	
1	Atatürk Üniversitesi Medya Okuryazarlığı Kitabı 1. Ünite 'Kavramsal Olarak Medya Okuryazarlığı' Sayfa 6-16 https://www.medyakuryazarligi.gov.tr/ İncelenecek		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Medya Okuryazarlığı Nedir?	
2	Atatürk Üniversitesi Medya Okuryazarlığı Kitabı 2. Ünite 'Medya Okur Yazarlığının Tarihsel Gelişimi' Sayfa 26-36		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Medya Okur Yazarlığının Tarihsel Gelişimi	
3	John Fiske İletişim Çalışmalarına Giriş Sayfa 122-132 Öğrenciye Verilen Ders Notları Gösterge bilimsel Açından Coca Cola Ramazan Reklamının Çözümlemesi Makale		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Göstergebilim	
4	Atatürk Üniversitesi Medya Okuryazarlığı Kitabı 'İletişim' Sayfa 150-160 Medyaya Eleştirel Bir Bakış ve The Truman Show Makale Truman Show Film		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	İletişim - İletişim Süreci	
5	Atatürk Üniversitesi Medya Okuryazarlığı Kitabı 'Medya Okuryazarlığı İle İlişkili Kavramlar' Sayfa 45-55		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Medya Okuryazarlığı İle İlişkili Kavramlar	
6	Atatürk Üniversitesi Medya Okuryazarlığı Kitabı 'Medya Okuryazarlığını Gerektiren Koşullar' Sayfa 64-78		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Medya Okuryazarlığını Gerektiren Koşullar	
7	Atatürk Üniversitesi Medya Okuryazarlığı Kitabı 'Medya Okuryazarlığını Gerektiren Koşullar' Sayfa 64-78		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Medya Okuryazarlığını Gerektiren Koşullar	
8				Ara Sınav	
9	Atatürk Üniversitesi Medya Okuryazarlığı Kitabı 'Medya Okuryazarlığının Temel Konuları ve Kavramları' Sayfa 150-160 Reklamlar Aracılığıyla Değişen Genç Ebeveyn Kimlikleri Makale		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Medya Okuryazarlığının Temel Konuları ve Kavramları	
10	Atatürk Üniversitesi Medya Okuryazarlığı Kitabı 'Medya Okuryazarlığında Temel Yaklaşımlar' Sayfa 130-140		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Medya Okuryazarlığında Temel Yaklaşımlar	
11	Atatürk Üniversitesi Medya Okuryazarlığı Kitabı 'Medya Okuryazarlığında Temel Yaklaşımlar' Sayfa 130-140		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Medya Okuryazarlığında Temel Yaklaşımlar	
12	Atatürk Üniversitesi Medya Okuryazarlığı Kitabı 'Medya Okuryazarlığı ve Toplum' Sayfa 170-180 Reklamlardaki Kültür Aktarımının Göstergebilimsel Bir İncelemesi Makale		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Medya Okuryazarlığı ve Toplum	
13	Atatürk Üniversitesi Medya Okuryazarlığı Kitabı 'Medya Okuryazarlığında Temsil Sorunu' Sayfa 210-220 Reklamlar Aracılığıyla Değişen Genç Ebeveyn Kimlikleri Makale		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Medya Okuryazarlığında Temsil Sorunu	
14	Atatürk Üniversitesi Medya Okuryazarlığı Kitabı 'Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Medya' Sayfa 255-265 Becky'nin Hikayesi Film Black Mirror 3. Sezon Dizi		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Medya	
15	Atatürk Üniversitesi Medya Okuryazarlığı Kitabı 'Dijital Medya Okuryazarlığı' Sayfa 230-240 Black Mirror 3. Sezon Dizi		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Dijital Medya Okuryazarlığı	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	7	2,00
Ödev	8	2,00
Ara Sınav Hazırlık	8	2,00
Vize	1	1,00
Final Sınavı Hazırlık	7	2,00
Final	1	1,00

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü / HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM X Öğrenme Çıktısı İlişkisi

	P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14
Ö.Ç. 1	5	2	5	4	3	5	2	5	4	1	2	5	2	2
Ö.Ç. 2	5	2	5	4	3	5	2	5	5	1	3	5	3	3
Ö.Ç. 3	5	2	5	4	3	5	2	5	5	1	2	4	2	2
Ö.Ç. 4	5	2	5	4	5	5	3	5	5	1	3	5	4	2

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
- P.Ç. 2 :** İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 3 :** Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
- P.Ç. 4 :** Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
- P.Ç. 5 :** Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
- P.Ç. 6 :** Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
- P.Ç. 7 :** Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.Ç. 8 :** Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
- P.Ç. 9 :** Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir..
- P.Ç. 10 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.Ç. 11 :** Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
- P.Ç. 12 :** Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular
- P.Ç. 13 :** Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi kapsamında sosyal, kültürel, bilimsel ve benzeri etkinlikleri planlayarak organizasyon ve ölçümleme süreçlerini uygular, iletişim kampanyaları için proje yönetimi yaklaşımı ile fikirler oluşturur.
- P.Ç. 14 :** Halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün yönetimi ve marka yönetiminin temel kavramları ve mevzuatı açıklar.
- Ö.Ç. 1 :** Medyanın toplumdaki önemini anlayabilir.
- Ö.Ç. 2 :** Medya mesajlarının etkisini kavrayabilir.
- Ö.Ç. 3 :** Medya mesajlarına eleştirel gözle bakabilir.
- Ö.Ç. 4 :** Medyada çözümlemeler yapabilir.

İndirilme Tarihi

06.02.2026 09:32:41

HİT218 - MEDIA LITERARY WRITING - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü General Info

Objectives of the Course

The aim of this course is to make students aware of the effects of media on social, cultural and economic life.

Course Contents

Definition, history, approaches and media tools of media literacy

Recommended or Required Reading

Kitap, Bilgisayar, Projeksiyon, Görsel ve İşitsel Dökümanlar.

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Lectures, discussion with students over media content, student presentations

Recommended Optional Programme Components

Ability to analyze media content

Instructor's Assistants

There is no Assistant Instructor

Presentation Of Course

Theoretical

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Inst. Rıza Günaydın

Program Outcomes

1. Can understand the importance of media in society.
2. Can comprehend the effect of media messages.
3. Can critically view media messages.
4. Can analyze the media.

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Ataturk University Media Literacy Book Unit 1 'Media Literacy Conceptually' Pages 6-16 https://www.medyakuryazarligi.gov.tr/ İncelenecek	Lecture, Discussion, Question and Answer	Introduction: What is Media Literacy?	
2	Ataturk University Media Literacy Book Unit 2 'Historical Development of Media Literacy' Page 26-36	Lecture, Discussion, Question and Answer	Medya Okur Yazarlığının Tarihsel Gelişimi	
3	John Fiske Introduction to Communication Studies Page 122-132 Lecture Notes Given to Students Analysis of Coca Cola Ramadan Advertisement from a Semiological Perspective Article	Lecture, Discussion, Question and Answer	Semiotics	
4	Ataturk University Media Literacy Book 'Communication' Page 150-160 A Critical Look at Media and The Truman Show Article Truman Show Film	Lecture, Discussion, Question and Answer	Communication - Communication Process	
5	Ataturk University Media Literacy Book 'Concepts Related to Media Literacy' Page 45-55	Lecture, Discussion, Question and Answer	Concepts Related to Media Literacy	
6	Ataturk University Media Literacy Book 'Conditions Requiring Media Literacy' Page 64-78	Lecture, Discussion, Question and Answer	Conditions Requiring Media Literacy	
7	Ataturk University Media Literacy Book 'Conditions Requiring Media Literacy' Page 64-78	Lecture, Discussion, Question and Answer	Conditions Requiring Media Literacy	
8			Exam	
9	Ataturk University Media Literacy Book 'Basic Topics and Concepts of Media Literacy' Page 150-160 Changing Young Parent Identities Through Advertising Article	Lecture, Discussion, Question and Answer	Basic Topics and Concepts of Media Literacy	
10	Ataturk University Media Literacy Book 'Basic Approaches in Media Literacy' Page 130-140	Lecture, Discussion, Question and Answer	Basic Approaches in Media Literacy	
11	Ataturk University Media Literacy Book 'Basic Approaches in Media Literacy' Page 130-140	Lecture, Discussion, Question and Answer	Basic Approaches in Media Literacy	
12	Ataturk University Media Literacy Book 'Media Literacy and Society' Page 170-180 A Semiotic Analysis of Cultural Transmission in Advertisements Article	Lecture, Discussion, Question and Answer	Media Literacy and Society	
13	Ataturk University Media Literacy Book 'Representation Problem in Media Literacy' Page 210-220 Changing Young Parent Identities Through Advertisements Article	Lecture, Discussion, Question and Answer	The Problem of Representation in Media Literacy	
14	Ataturk University Media Literacy Book 'Media Literacy and Social Media' Page 255-265 Becky's Story Movie Black Mirror Season 3 Series	Lecture, Discussion, Question and Answer	Media Literacy and Social Media	
15	Ataturk University Media Literacy Book 'Digital Media Literacy' Page 230-240 Black Mirror Season 3 Series	Lecture, Discussion, Question and Answer	Digital Media Literacy	

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	7	2,00
Ödev	8	2,00
Ara Sınav Hazırlık	8	2,00
Vize	1	1,00
Final Sınavı Hazırlık	7	2,00
Final	1	1,00

Assesments

Activities	Weight (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

	P.O. 1	P.O. 2	P.O. 3	P.O. 4	P.O. 5	P.O. 6	P.O. 7	P.O. 8	P.O. 9	P.O. 10	P.O. 11	P.O. 12	P.O. 13	P.O. 14
L.O. 1	5	2	5	4	3	5	2	5	4	1	2	5	2	2
L.O. 2	5	2	5	4	3	5	2	5	5	1	3	5	3	3
L.O. 3	5	2	5	4	3	5	2	5	5	1	2	4	2	2
L.O. 4	5	2	5	4	5	5	3	5	5	1	3	5	4	2

Table :

- P.O. 1 :** Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
- P.O. 2 :** İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
- P.O. 3 :** Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
- P.O. 4 :** Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
- P.O. 5 :** Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
- P.O. 6 :** Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
- P.O. 7 :** Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemez karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.O. 8 :** Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
- P.O. 9 :** Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir..
- P.O. 10 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.O. 11 :** Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
- P.O. 12 :** Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular
- P.O. 13 :** Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi kapsamında sosyal, kültürel, bilimsel ve benzeri etkinlikleri planlayarak organizasyon ve ölçümleme süreçlerini uygular, iletişim kampanyaları için proje yönetimi yaklaşımı ile fikirler oluşturur.
- P.O. 14 :** Halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün yönetimi ve marka yönetiminin temel kavramları ve mevzuatı açıklar.
- L.O. 1 :** Medyanın toplumdaki önemini anlayabilir.
- L.O. 2 :** Medya mesajlarının etkisini kavrayabilir.
- L.O. 3 :** Medya mesajlarına eleştirel gözle bakabilir.
- L.O. 4 :** Medyada çözümlemeler yapabilir.

İndirilme Tarihi

06.02.2026 09:33:16

HİT220 - SOSYAL MEDYA - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Sosyal medya kavramına bir giriş sağlamak, Sosyal medya kullanımının hayatın farklı alanlarını nasıl değiştirdiğini tartışmak, Farklı iş alanlarında sosyal medyanın nasıl başarılı bir şekilde kullanılabileceğini tartışmaktır.

Dersin İçeriği

Katılımcı ve tartışma odaklı bir şekilde gerçekleşecek olan ders kullanılan taktikler, geliştirilen stratejiler ve amaçlar açısından sosyal medyanın siyasi kullanımını incelemektedir. Ders medya aktivizmi, aktivist pratiklerin incelenmesi, yeni ve eski medyanın yerel, ulusal ve küresel ölçekte kullanımı inceler. Medya aktivizmini yaratıcılık ve verimliliği, politik ve estetik değeri açısından değerlendirir.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Büyükaşan, A., Kırık, A. M. (Ed.) (2013). Sosyal Medya Araştırmaları 1. Konya: Çizgi Kitabevi. Kircova, İ., Enginkaya, E. Sosyal medya pazarlama. İstanbul: Beta Yayınları. Mavnacıoğlu, K. (2015). Kurumsal iletişimde sosyal medya yönetimi. İstanbul: Beta Yayınları. Ders anlatımı, tartışmalar, okumalar, sunumlar

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Öğrenci Uygulamaları ve Sunumları Yapılacak

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğretim Elemanı Yardımcısı Bulunmamaktadır

Dersin Verilişi

Teorik

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Rıza Günaydın

Program Çıktısı

1. Sosyal medyaya ilişkin temel kavramları bilir.
2. Sosyal medyanın sosyal ve kültürel hayatı nasıl değiştirdiğine dair eleştirel bir bakış geliştirebilir.
3. Sosyal medyanın iş hayatında nasıl kullanılabileceğine dair farklı metotları öğrenebilir.
4. Farklı sosyal medya örneklerini inceleyebilir.

Haftalık İçerikler

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim	Teorik	Uygulama
			Metodları		
1	Anadolu Üniversitesi Sosyal Medyaya Giriş 'Sosyal Medya Kavramı, Tarihi ve Geleneksel Medya ile İlişkisi' Sayfa 3-9		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Sosyal Medya Kavramı, Tarihi ve Geleneksel Medya ile İlişkisi	
2	Anadolu Üniversitesi Sosyal Medyaya Giriş ' Sosyal Medyanın İçerik Sağlayıcıları Olarak Belirli Platformları' Sayfa 9-22 Black Mirror 3. Sezon Dibe Vuruş, Arttırılmış Gerçeklik, Sosyal Linç 5. Sezon Rachel, Jack ve Ashley Too		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Sosyal Medyanın İçerik Sağlayıcıları Olarak Belirli Platformları	
3	Anadolu Üniversitesi Sosyal Medyaya Giriş ' Sosyal Medyanın İçerik Sağlayıcıları Olarak Belirli Platformları' Sayfa 9-22 Black Mirror 3. Sezon Dibe Vuruş, Arttırılmış Gerçeklik, Sosyal Linç 5. Sezon Rachel, Jack ve Ashley Too		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Sosyal Medyanın İçerik Sağlayıcıları Olarak Belirli Platformları	
4	Anadolu Üniversitesi Sosyal Medyaya Giriş 'Sosyal Medya Platformlarında Reklam' Sayfa 35-40 Reklamlar Aracılığıyla Değişen Genç Ebeveyn Kimlikleri Makale		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Sosyal Medya Platformlarında Reklam	

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
5	Anadolu Üniversitesi Sosyal Medyaya Giriş 'Sosyal Medyada Görünürlük SEO' Sayfa 40-45		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Sosyal Medyada Görünürlük SEO	
6	Anadolu Üniversitesi Sosyal Medyaya Giriş 'Sosyal Medya, Siyasal İletişim ve Katılımcı Demokrasi İlişkisi' Sayfa 53-59		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Sosyal Medya, Siyasal İletişim ve Katılımcı Demokrasi ilişkisi	
7	Anadolu Üniversitesi Sosyal Medyaya Giriş 'Demokrasi Ve Sosyal Medyanın Demokrasiye Katkıları' Sayfa 60-67		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Demokrasi Ve Sosyal Medyanın Demokrasiye Katkıları	
8				Ara Sınav	
9	Anadolu Üniversitesi Sosyal Medyaya Giriş 'Sosyal Medya ve Katılımcı Demokrasi Sorunsalı' Sayfa 65-68 Yeni Medya ve Dijital Gözetim: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma Makale		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Sosyal Medya ve Katılımcı Demokrasi Sorunsalı	
10	Anadolu Üniversitesi Sosyal Medyaya Giriş 'Sosyal Medyada Dijital Pazarlama' Sayfa 79-86		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Sosyal Medyada Dijital Pazarlama	
11	Anadolu Üniversitesi Sosyal Medyaya Giriş 'Sosyal Medyada Dijital Pazarlama ile Yeni Gelişen Kavramlar' Sayfa 87-91		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Sosyal Medyada Dijital Pazarlama ile Yeni Gelişen Kavramlar	
12	Anadolu Üniversitesi Sosyal Medyaya Giriş 'Ticaretin ve Uluslararası Ticaretin Gelişimi' Sayfa 105-115		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Sosyal Medya, E-Ticaret ve Sınır Ötesi E-Ticaret ilişkisi	
13	Anadolu Üniversitesi Sosyal Medyaya Giriş 'Sosyal Medya Platformlarıyla Sınır Ötesi E-Ticaret' Sayfa 116-120		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Sosyal Medya Platformlarıyla Sınır Ötesi E-Ticaret	
14	Anadolu Üniversitesi Sosyal Medyaya Giriş 'Sosyal Medyada Kişilik Hakları İhlalleri ve Korunma Yolları' Sayfa 173-183		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Sosyal Medyada Kişilik Hakları İhlalleri ve Korunma Yolları	
15	Anadolu Üniversitesi Sosyal Medyaya Giriş 'Sosyal Medyada Kişilik Hakları İhlalleri ve Korunma Yolları' Sayfa 173-183		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Sosyal Medyada Kişilik Hakları İhlalleri ve Korunma Yolları	

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	2,00
Ara Sınav Hazırlık	7	2,00
Vize	1	1,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	4	2,00
Final Sınavı Hazırlık	5	2,00
Final	1	1,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

	P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14
Ö.Ç. 1	5	2	5	4	3	5	2	5	5	1	2	4	2	2
Ö.Ç. 2	5	2	5	4	3	5	2	5	5	1	2	4	2	2
Ö.Ç. 3	5	2	5	4	3	5	2	5	5	1	3	3	2	2
Ö.Ç. 4	5	2	5	4	3	5	2	5	5	1	3	4	2	2

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
- P.Ç. 2 :** İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 3 :** Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
- P.Ç. 4 :** Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
- P.Ç. 5 :** Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
- P.Ç. 6 :** Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
- P.Ç. 7 :** Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.Ç. 8 :** Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
- P.Ç. 9 :** Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir..
- P.Ç. 10 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.Ç. 11 :** Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
- P.Ç. 12 :** Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular
- P.Ç. 13 :** Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi kapsamında sosyal, kültürel, bilimsel ve benzeri etkinlikleri planlayarak organizasyon ve ölçümleme süreçlerini uygular, iletişim kampanyaları için proje yönetimi yaklaşımı ile fikirler oluşturur.
- P.Ç. 14 :** Halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün yönetimi ve marka yönetiminin temel kavramları ve mevzuatı açıklar.
- Ö.Ç. 1 :** Sosyal medyaya ilişkin temel kavramları bilir.
- Ö.Ç. 2 :** Sosyal medyanın sosyal ve kültürel hayatı nasıl değiştirdiğine dair eleştirel bir bakış geliştirebilir.
- Ö.Ç. 3 :** Sosyal medyanın iş hayatında nasıl kullanılabileceğine dair farklı metotları öğrenebilir.
- Ö.Ç. 4 :** Farklı sosyal medya örneklerini inceleyebilir.

HİT220 - SOCIAL MEDIA - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

General Info

Objectives of the Course

To provide an introduction to the concept of social media, Discuss how social media use changes different areas of life, To discuss how to successfully use social media in different business areas.

Course Contents

This participatory and discussion-oriented course explores the use of social media for political goods regarding its tactics, its strategies and its goals. This course will rely on both a survey of the existing theory and scholarship on social media activism, as well as close analyses of actual activist practices within both old and new media and on a local, national and global scale. Special attention will be paid to questions of choreography, impacts of medium on creativity and efficacy and finally questions the value of media activism as both an aesthetic and political activity.

Recommended or Required Reading

Ders anlatımı, tartışmalar, okumalar, sunumlar

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Illustration, Case Studies

Recommended Optional Programme Components

Student Applications and Presentations Will Be Made

Instructor's Assistants

There is no teaching assistant

Presentation Of Course

Theoretical

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Inst. Rıza Günaydın

Program Outcomes

1. Can to learn fundamental concepts about social media,
2. Can develop a critical view of how social media has changed social and cultural life.
3. Can learn different methods of how social mebusiness dia can be used in life.
4. Can examine different social media examples.

Weekly Contents

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Anadolu University Introduction to Social Media 'The Concept of Social Media, Its History and Its Relationship with Traditional Media' Page 3-9		Verbal and Visual Lecture, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	The Concept of Social Media, Its History and Its Relationship with Traditional Media	
2	Anadolu University Introduction to Social Media 'Certain Platforms as Content Providers of Social Media' Page 9-22 Black Mirror Season 3 Hitting Rock Bottom, Augmented Reality, Social Lynching Season 5 Rachel, Jack and Ashley Too		Verbal and Visual Lecture, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Certain Platforms as Content Providers of Social Media	
3	Anadolu University Introduction to Social Media 'Certain Platforms as Content Providers of Social Media' Page 9-22 Black Mirror Season 3 Hitting Rock Bottom, Augmented Reality, Social Lynching Season 5 Rachel, Jack and Ashley Too		Verbal and Visual Lecture, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Certain Platforms as Content Providers of Social Media	
4	Anadolu University Introduction to Social Media 'Advertising on Social Media Platforms' Page 35-40 Changing Young Parent Identities Through Advertising Article		Verbal and Visual Lecture, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Advertising on Social Media Platforms	
5	Anadolu University Introduction to Social Media 'Visibility SEO in Social Media' Page 40-45		Verbal and Visual Lecture, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Social Media Visibility SEO	

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
6	Anadolu University Introduction to Social Media 'Relationship Between Social Media, Political Communication and Participatory Democracy' Page 53-5		Verbal and Visual Lecture, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	The Relationship Between Social Media, Political Communication and Participatory Democracy	
7	Anadolu University Introduction to Social Media 'Democracy and Social Media's Contributions to Democracy' Page 60-67		Verbal and Visual Lecture, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Democracy and Social Media's Contributions to Democracy	
8				Exam	
9	Anadolu University Introduction to Social Media 'Social Media and Participatory Democracy Problem' Page 65-68 New Media and Digital Surveillance: A Study on Social Media Users in Turkey		Verbal and Visual Lecture, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	The Problem of Social Media and Participatory Democracy	
10	Anadolu University Introduction to Social Media 'Digital Marketing in Social Media' Page 79-86		Verbal and Visual Lecture, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Digital Marketing on Social Media	
11	Anadolu University Introduction to Social Media 'Emerging Concepts in Social Media with Digital Marketing' Page 87-91		Verbal and Visual Lecture, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	New Concepts in Digital Marketing on Social Media	
12	Anadolu University Introduction to Social Media 'Development of Trade and International Trade' Page 105-115		Verbal and Visual Lecture, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Relationship Between Social Media, E-Commerce and Cross-Border E-Commerce	
13	Anadolu University Introduction to Social Media 'Cross-Border E-Commerce with Social Media Platforms' Page 116-120		Verbal and Visual Lecture, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Cross-Border E-Commerce with Social Media Platforms	
14	Anadolu University Introduction to Social Media 'Violations of Personal Rights in Social Media and Ways of Protection' Page 173-183		Verbal and Visual Lecture, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Violations of Personal Rights in Social Media and Ways to Protect Them	
15	Anadolu University Introduction to Social Media 'Violations of Personal Rights in Social Media and Ways of Protection' Page 173-183		Verbal and Visual Lecture, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Violations of Personal Rights in Social Media and Ways to Protect Them	

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	2,00
Ara Sınav Hazırlık	7	2,00
Vize	1	1,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	4	2,00
Final Sınavı Hazırlık	5	2,00
Final	1	1,00

Activities	Weight (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü / HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM X Learning Outcome Relation

	P.O. 1	P.O. 2	P.O. 3	P.O. 4	P.O. 5	P.O. 6	P.O. 7	P.O. 8	P.O. 9	P.O. 10	P.O. 11	P.O. 12	P.O. 13	P.O. 14
L.O. 1	5	2	5	4	3	5	2	5	5	1	2	4	2	2
L.O. 2	5	2	5	4	3	5	2	5	5	1	2	4	2	2
L.O. 3	5	2	5	4	3	5	2	5	5	1	3	3	2	2
L.O. 4	5	2	5	4	3	5	2	5	5	1	3	4	2	2

Table :

- P.O. 1 :** Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
- P.O. 2 :** İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
- P.O. 3 :** Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
- P.O. 4 :** Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
- P.O. 5 :** Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
- P.O. 6 :** Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
- P.O. 7 :** Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.O. 8 :** Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
- P.O. 9 :** Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir..
- P.O. 10 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.O. 11 :** Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
- P.O. 12 :** Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular
- P.O. 13 :** Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi kapsamında sosyal, kültürel, bilimsel ve benzeri etkinlikleri planlayarak organizasyon ve ölçümleme süreçlerini uygular, iletişim kampanyaları için proje yönetimi yaklaşımı ile fikirler oluşturur.
- P.O. 14 :** Halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün yönetimi ve marka yönetiminin temel kavramları ve mevzuatı açıklar.
- L.O. 1 :** Sosyal medyaya ilişkin temel kavramları bilir.
- L.O. 2 :** Sosyal medyanın sosyal ve kültürel hayatı nasıl değiştirdiğine dair eleştirel bir bakış geliştirebilir.
- L.O. 3 :** Sosyal medyanın iş hayatında nasıl kullanılabileceğine dair farklı metotları öğrenebilir.
- L.O. 4 :** Farklı sosyal medya örneklerini inceleyebilir.

İndirilme Tarihi

06.02.2026 09:30:47

HİT134 - MEDYA PLANLAMASI - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Dersin amacı, öğrencileri medya ve iletişim araçları konusunda bilgilendirmek ve etkin bir medya planlamasının amaçlarını, esaslarını, prosedürlerini ve planlama yöntemlerini tanıtmaktır.

Dersin İçeriği

Medya planlamasının tanımı, medya araçlarını seçerken uyulması gereken ilkeler, medya reklam ve tüketici arasındaki ilişki, medya planlama faaliyetleri, reklam zamanlamasında strateji türleri, basılı medyada traj ve okuyucu ölçümü, ölçümlerinde kullanılan temel kavramlar, kitle iletişim araçlarının dünyadaki ve Türkiye'deki gelişimi, farklı medya araçlarının kuvvetli ve zayıf yönleri, yeni medya araçlarının medya planlamasındaki rolü, medya planının organizasyonu

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Başal, B. (1998). Medya planlaması. İstanbul: Çantay Kitabevi. Dural,Ç., Dural, C. (1999). Medya planlaması ve reklam verenin ajans seçimi. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayıncılık. Gülbüğ, E. (2007). Reklam ve medya planlaması. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım. Ders kitabı, bilgisayar, internet, sunum cihazları, ses sistemi.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Ders anlatım, öğrenci sunumları

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Öğrenci medya planı hazırlaması

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Yardımcı Öğretim Elemanı bulunmamaktadır

Dersin Verilişi

Teorik

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Rıza Günaydın

Program Çıktısı

1. Medya kavramını ve medyanın işlevlerini açıklayabilir
2. Etkin bir medya planlaması ve uygulaması yapabilir
3. Medya planı için planlama sürecini geliştirebilir ve uygulayabilir.
4. Medya türlerini kavrayabilir.

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	Anadolu Üniversitesi Medya Planlaması 'Medya ve Medya Planlaması' Sayfa 1-6		Anlatım,tartışma,soru,yanıt	Medya ve Medya Planlaması	
2	Anadolu Üniversitesi Medya Planlaması 'Pazarlama Kavramı Ve Medya Planlamasına Olan Etkileri' Sayfa 6-10		Anlatım,tartışma,soru,yanıt	Pazarlama Kavramı Ve Medya Planlamasına Olan Etkileri	
3	Anadolu Üniversitesi Medya Planlaması 'Reklam Kavramı ve Medya Planlamasına Olan Etkileri' Sayfa 10-17		Anlatım,tartışma,soru,yanıt	Reklam Kavramı ve Medya Planlamasına Olan Etkileri	
4	Anadolu Üniversitesi Medya Planlaması 'Medya Planlama Aşamaları' Sayfa 21-28		Anlatım,tartışma,soru,yanıt	Medya Planlama Aşamaları	
5	Anadolu Üniversitesi Medya Planlaması 'Medya Planlama Aşamaları' Sayfa 28-32		Anlatım,tartışma,soru,yanıt	Medya Planlama Aşamaları, Mecra Seçimi	
6	Anadolu Üniversitesi Medya Planlaması 'Medya Planlama Aşamaları' Sayfa 33-36		Anlatım,tartışma,soru,yanıt	Medya Satın Alma ve Satın Alma Sonrası Değerlendirme	
7	Anadolu Üniversitesi Medya Planlaması 'Medya Planlamada Kullanılan Temel Kavramlar' Sayfa 41-47		Anlatım,tartışma,soru,yanıt	Medya Planlamada Kullanılan Temel Kavramlar	Öğrencilerin Tasarladıkları Örnek Reklam ve Medya Planı Sunumu
8				Ara Sınav	
9	Anadolu Üniversitesi Medya Planlaması 'Medya Planlamada Kullanılan Temel Kavramlar' Sayfa 47-56		Anlatım,tartışma,soru,yanıt	Kampanya Etkinliğini Değerlendirmede Kullanılan Kavramlar	Öğrencilerin Tasarladıkları Örnek Reklam ve Medya Planı Sunumu
10	Anadolu Üniversitesi Medya Planlaması 'Medya Planlamada Kullanılan Temel Kavramlar' Sayfa 47-56		Anlatım,tartışma,soru,yanıt	Kampanya Etkinliğini Değerlendirmede Kullanılan Kavramlar	Öğrencilerin Tasarladıkları Örnek Reklam ve Medya Planı Sunumu
11	Anadolu Üniversitesi Medya Planlaması 'Medya Ölçümleri' Sayfa 61-70		Anlatım,tartışma,soru,yanıt	Medya Ölçümleri	Öğrencilerin Tasarladıkları Örnek Reklam ve Medya Planı Sunumu
12	Anadolu Üniversitesi Medya Planlaması 'Medya Ölçümleri' Sayfa 70- 81		Anlatım,tartışma,soru,yanıt	Medya Ölçümleri	Öğrencilerin Tasarladıkları Örnek Reklam ve Medya Planı Sunumu
13	Anadolu Üniversitesi Medya Planlaması 'Farklı Reklam Mecralarının Karşılaştırılması' Sayfa 110-116		Anlatım,tartışma,soru,yanıt	Farklı Reklam Mecralarının Karşılaştırılması	Öğrencilerin Tasarladıkları Örnek Reklam ve Medya Planı Sunumu
14	Anadolu Üniversitesi Medya Planlaması 'Online Mecrada Medya Planlama' Sayfa 121-128		Anlatım,tartışma,soru,yanıt	Online Mecrada Medya Planlama	Öğrencilerin Tasarladıkları Örnek Reklam ve Medya Planı Sunumu
15	Anadolu Üniversitesi Medya Planlaması 'Medya Maliyetleri ve Satın Alma' Sayfa 133-141		Anlatım,tartışma,soru,yanıt	Medya Maliyetleri ve Satın Alma	Öğrencilerin Tasarladıkları Örnek Reklam ve Medya Planı Sunumu

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	7	2,00
Araştırma Sunumu	7	2,00
Ara Sınav Hazırlık	7	2,00
Vize	1	1,00
Ödev	5	2,00
Derse Katılım	5	2,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	4	2,00
Final Sınavı Hazırlık	5	4,00
Final	1	1,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

	P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14
Ö.Ç. 1	5	5	5	3	3	4	2	5	3	1	3	4	2	2
Ö.Ç. 2	5	5	5	3	3	4	2	5	3	1	3	4	2	2
Ö.Ç. 3	5	5	5	3	3	4	2	5	3	1	3	4	2	2
Ö.Ç. 4	5	5	5	3	3	4	2	5	3	1	3	4	2	2

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
- P.Ç. 2 :** İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 3 :** Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
- P.Ç. 4 :** Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
- P.Ç. 5 :** Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
- P.Ç. 6 :** Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
- P.Ç. 7 :** Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.Ç. 8 :** Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
- P.Ç. 9 :** Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir..
- P.Ç. 10 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.Ç. 11 :** Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
- P.Ç. 12 :** Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular
- P.Ç. 13 :** Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi kapsamında sosyal, kültürel, bilimsel ve benzeri etkinlikleri planlayarak organizasyon ve ölçümleme süreçlerini uygular, iletişim kampanyaları için proje yönetimi yaklaşımı ile fikirler oluşturur.
- P.Ç. 14 :** Halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün yönetimi ve marka yönetiminin temel kavramları ve mevzuatı açıklar.
- Ö.Ç. 1 :** Medya kavramını ve medyanın işlevlerini açıklayabilir
- Ö.Ç. 2 :** Etkin bir medya planlaması ve uygulaması yapabilir
- Ö.Ç. 3 :** Medya planı için planlama sürecini geliştirebilir ve uygulayabilir.
- Ö.Ç. 4 :** Medya türlerini kavrayabilir.

İndirilme Tarihi

06.02.2026 09:31:10

HİT134 - MEDİA PLANNING - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

General Info

Objectives of the Course

The aim of the course is to inform the students about the media and communication tools and to introduce the aims, principles, procedures and planning methods of effective media planning.

Course Contents

The definition of media planning, principles to follow when choosing media tools, relationship between media advertising and consumer, media planning activities, types of strategies in ad schedule, trace and reader measurement in printed media, basic concepts used in measurement, development of mass media in the world and in Turkey, The strengths and weaknesses of different media tools, the role of new media tools in media planning, organization of the media plan

Recommended or Required Reading

Ders kitabı, bilgisayar, internet, sunum cihazları, ses sistemi.

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Lectures, student presentations

Recommended Optional Programme Components

Öğrenci medya planı hazırlaması

Instructor's Assistants

There is no Assistant Instructor

Presentation Of Course

Theoretical

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Inst. Rıza Günaydın

Program Outcomes

1. can explain the concept of media and the functions of media
2. can done effective media planning and implementation
3. can develop and implement the planning process for the media plan.
4. Can understand media types.

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Anadolu University Media Planning 'Media and Media Planning' Page 1-6		Lecture, Discussion, Question & Answer	Media and Media Planning	
2	Anadolu University Media Planning 'Marketing Concept and Its Effects on Media Planning' Page 6-10		Lecture, Discussion, Question & Answer	Marketing Concept and Its Effects on Media Planning	
3	Anadolu University Media Planning 'The Concept of Advertising and Its Effects on Media Planning' Page 10-17		Lecture, Discussion, Question & Answer	The Concept of Advertising and Its Effects on Media Planning	
4	Anadolu University Media Planning 'Media Planning Stages' Page 21-28		Lecture, Discussion, Question & Answer	Media Planning Stages	
5	Anadolu Üniversitesi Medya Planlaması 'Medya Planlama Aşamaları' Sayfa 28-32		Lecture, Discussion, Question & Answer	Media Planning Stages, Medium Selection	
6	Anadolu University Media Planning 'Media Planning Stages' Page 33-36		Lecture, Discussion, Question & Answer	Media Buying and Post-Purchase Evaluation	
7	Anadolu University Media Planning 'Basic Concepts Used in Media Planning' Page 41-47		Lecture, Discussion, Question & Answer	Basic Concepts Used in Media Planning	Sample Advertising and Media Plan Presentation Designed by Students
8				Exam	
9	Anadolu University Media Planning 'Basic Concepts Used in Media Planning' Page 47-56		Lecture, Discussion, Question & Answer	Concepts Used to Evaluate Campaign Effectiveness	Sample Advertising and Media Plan Presentation Designed by Students
10	Anadolu University Media Planning 'Basic Concepts Used in Media Planning' Page 47-56		Lecture, Discussion, Question & Answer	Concepts Used to Evaluate Campaign Effectiveness	Sample Advertising and Media Plan Presentation Designed by Students
11	Anadolu University Media Planning 'Media Measurements' Page 61-70		Lecture, Discussion, Question & Answer	Media Measurements	Sample Advertising and Media Plan Presentation Designed by Students
12	Anadolu University Media Planning 'Media Measurements'		Lecture, Discussion, Question & Answer	Media Measurements	Sample Advertising and Media Plan Presentation Designed by Students
13	Anadolu University Media Planning 'Comparison of Different Advertising Channels'		Lecture, Discussion, Question & Answer	Comparison of Different Advertising Channels	Sample Advertising and Media Plan Presentation Designed by Students
14	Anadolu University Media Planning 'Media Planning in Online Media' Page 121-128		Lecture, Discussion, Question & Answer	Media Planning in Online Media	Sample Advertising and Media Plan Presentation Designed by Students
15	Anadolu University Media Planning 'Media Costs and Purchasing' Page 133-141		Lecture, Discussion, Question & Answer	Media Costs and Buying	Sample Advertising and Media Plan Presentation Designed by Students

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	7	2,00
Araştırma Sunumu	7	2,00
Ara Sınav Hazırlık	7	2,00
Vize	1	1,00
Ödev	5	2,00
Derse Katılım	5	2,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	4	2,00
Final Sınavı Hazırlık	5	4,00
Final	1	1,00

Activities	Weight (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü / HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM X Learning Outcome Relation

	P.O. 1	P.O. 2	P.O. 3	P.O. 4	P.O. 5	P.O. 6	P.O. 7	P.O. 8	P.O. 9	P.O. 10	P.O. 11	P.O. 12	P.O. 13	P.O. 14
L.O. 1	5	5	5	3	3	4	2	5	3	1	3	4	2	2
L.O. 2	5	5	5	3	3	4	2	5	3	1	3	4	2	2
L.O. 3	5	5	5	3	3	4	2	5	3	1	3	4	2	2
L.O. 4	5	5	5	3	3	4	2	5	3	1	3	4	2	2

Table :

- P.O. 1 :** Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
- P.O. 2 :** İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
- P.O. 3 :** Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
- P.O. 4 :** Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
- P.O. 5 :** Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
- P.O. 6 :** Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
- P.O. 7 :** Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemez karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.O. 8 :** Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
- P.O. 9 :** Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir..
- P.O. 10 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.O. 11 :** Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
- P.O. 12 :** Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular
- P.O. 13 :** Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi kapsamında sosyal, kültürel, bilimsel ve benzeri etkinlikleri planlayarak organizasyon ve ölçümleme süreçlerini uygular, iletişim kampanyaları için proje yönetimi yaklaşımı ile fikirler oluşturur.
- P.O. 14 :** Halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün yönetimi ve marka yönetiminin temel kavramları ve mevzuatı açıklar.
- L.O. 1 :** Medya kavramını ve medyanın işlevlerini açıklayabilir
- L.O. 2 :** Etkin bir medya planlaması ve uygulaması yapabilir
- L.O. 3 :** Medya planı için planlama sürecini geliştirebilir ve uygulayabilir.
- L.O. 4 :** Medya türlerini kavrayabilir.

İndirilme Tarihi

06.02.2026 09:29:56

HİT132 - FOTOĞRAFÇILIK - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Fotoğraf makinesi ve objektifleri tanıtarak temel fotoğraf bilgi ve becerilerini kazandırmaktır.

Dersin İçeriği

Fotoğraf Makineleri, Kullanım Özellikleri, Film Çeşitleri, Sensör Çeşitleri, Görüntü Boyutları ve Çözünürlük, Objektifler, Objektif Seçimine Etki Eden Unsurlar, Işık Kaynaklarının Türleri ve Özellikleri, Fotoğraf Çekiminde Otomatik Program Modlarının Kullanımı, Fotoğraf Çekiminde Kullanılan Temel Ayarlar, Pozlandırma Kontrolünü Sağlamak, Asa/Iso Değerinin Fotoğrafa Etkileri, Fotoğraf Makinelerinde Kullanılan Netleme Sistemleri, Diyafram Değerlerinin Fotoğraf Etkisi, Enstantane Değerlerinin Fotoğraf Etkisi, Eşdeğerlik Yasası, Temel Işık ve Kompozisyon Bilgileri.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Derslik ve fotoğraf stüdyosu, fotoğraf makinesi, objektif, sürekli ışık kaynağı. Anadolu Ü. (2018). Temel fotoğrafçılık. Eskişehir. Kılıç, L. (2007). Fotoğrafa başlarken. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları. Prakes, D. (2011). Fotoğrafta kompozisyon. İstanbul: Homer Yayınları.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

stüdyo ve dış mekan fotoğraf çekim teknikleri uygulamaları

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Dijital fotoğraf makinesi ve objektifleri tanıya bilmek

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğretim Elemanı Yardımcısı Bulunmamaktadır

Dersin Verilişi

Teorik ve Uygulama

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Rıza Günaydın

Program Çıktısı

1. Fotoğraf makinesini kullanabilir.
2. Objektiflerin kullanımını ve ayarlarını bilir.
3. Işık kaynaklarının türlerini ve özelliklerini bilir.
4. Fotoğraf makinelerinde kullanılan netleme sistemleri hakkında bilgi sahibi olur.
5. Diyafram ve enstantane değerlerinin fotoğrafa etkisini bilir.

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	Anadolu Üniversitesi Temel Fotoğrafçılık 'Fotoğraf Makineleri' Sayfa 5-15		Anlatım, soru-cevap	Fotoğraf ve Fotoğraf Makineleri	
2	Anadolu Üniversitesi Temel Fotoğrafçılık 'Fotoğraf Makineleri ve Türleri ' 10-15		Anlatı, soru-cevap	Fotoğraf Makineleri ve Türleri	
3	Anadolu Üniversitesi Temel Fotoğrafçılık 'Fotoğraf Makinesinin Ana Elemanları ' Sayfa 10-15		Anlatım, soru-cevap	Fotoğraf Makinesinin Ana Elemanları	Dış Mekan Uygulamaları
4	Anadolu Üniversitesi Temel Fotoğrafçılık ' Işık ve Renk ' Sayfa 30- 45 Roland Barthes Camera Lucida Kitap		Anlatım, soru-cevap	Fotoğrafta Işık ve Renk	Dış Mekan ve Stüdyo Uygulamaları
5	Anadolu Üniversitesi Temel Fotoğrafçılık ' Işık ve Renk ' Sayfa 30- 45 Roland Barthes Camera Lucida Kitap		Anlatım, Soru-Cevap, Uygulamalı Gösteri, Uygulama	Fotoğrafta Işık ve Renk	Dış Mekan ve Stüdyo Uygulamaları
6	Anadolu Üniversitesi Temel Fotoğrafçılık 'Fotoğraf Çekim Teknikleri' Sayfa 58-73		Anlatım, Soru-Cevap, Uygulamalı Gösteri, Uygulama	Fotoğraf Çekim Teknikleri ve Modları, Alan Derinliği	stüdyo çekimleri Dış Mekan Uygulamaları
7	Anadolu Üniversitesi Temel Fotoğrafçılık 'Fotoğraf Çekim Teknikleri' Sayfa 58-73		Anlatım, Soru-Cevap, Uygulamalı Gösteri, Uygulama	Fotoğraf Çekim Teknikleri ve Modları, Alan Derinliği	Dış Mekan Uygulamaları
8				Ara sınav	
9	Anadolu Üniversitesi Temel Fotoğrafçılık 'Pozlama ve Fotoğraf Çekim Teknikleri' Sayfa 70-75		Anlatım, Soru-Cevap, Uygulamalı Gösteri, Uygulama	Aydınlatma: Temel İlke ve Özellikleri	Stüdyo Çekimleri
10	Anadolu Üniversitesi Temel Fotoğrafçılık ' Fotoğraf Okuma ve Kompozisyon' Sayfa 83-86	Anlatım, Soru-Cevap, Uygulamalı Gösteri, Uygulama		Fotoğraf Okuma ve Kompozisyon	Dış Mekan Kompozisyon Uygulamaları
11	Anadolu Üniversitesi Temel Fotoğrafçılık ' Fotoğraf Okuma ve Kompozisyon' Sayfa 90-100		Anlatım, Soru-Cevap, Uygulamalı Gösteri, Uygulama	Fotoğrafta Kompozisyon Öğeleri ve Organizasyonu	Dış Mekan Kompozisyon Uygulamaları
12	Anadolu Üniversitesi Temel Fotoğrafçılık ' Yapısal ve Fotoğrafik Öğeler' Sayfa 90-106		Anlatım, Soru-Cevap, Uygulamalı Gösteri, Uygulama	Fotoğrafta Kompozisyon Öğeleri ve Organizasyonu	Dış Mekan Kompozisyon Uygulamaları
13	Anadolu Üniversitesi Temel Fotoğrafçılık ' Objektifler, Filtreler ve Yardımcı Araçla' Sayfa 187-198		Anlatım, Soru-Cevap, Uygulamalı Gösteri, Uygulama	Objektifler, Filtreler ve Yardımcı Araçlar	
14	Anadolu Üniversitesi Temel Fotoğrafçılık ' Objektifler, Filtreler ve Yardımcı Araçla' Sayfa 187-198		Anlatım, Soru-Cevap, Uygulamalı Gösteri, Uygulama	Objektifler, Filtreler ve Yardımcı Araçlar	
15			Anlatım, Soru-Cevap, Uygulamalı Gösteri, Uygulama	Öğrenci Uygulamaları	Dışmekan Kompozisyon, Alan Derinliği, Perspektif, Diyafram, Enstantene Uygulamaları

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Uygulama / Pratik	14	1,00
Uygulama / Pratik Sonrası Bireysel Çalışma	6	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	6	3,00
Ara Sınav Hazırlık	6	2,00
Vize	1	1,00
Ödev	5	2,00
Alan Çalışması	4	1,00
Final Sınavı Hazırlık	5	4,00
Final	1	1,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Final	100,00

	P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14
Ö.Ç. 1	5	3	5	4	2	3	2	4	2	1	3	3	2	2
Ö.Ç. 2	5	3	5	4	2	3	2	4	2	1	1	3	2	2
Ö.Ç. 3	5	3	5	4	2	3	2	4	2	1	1	3	2	2
Ö.Ç. 4	5	3	5	4	2	3	2	4	2	1	1	3	2	2
Ö.Ç. 5	5	3	5	4	2	3	2	4	3	1	1	3	2	2

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
- P.Ç. 2 :** İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 3 :** Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
- P.Ç. 4 :** Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
- P.Ç. 5 :** Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
- P.Ç. 6 :** Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
- P.Ç. 7 :** Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.Ç. 8 :** Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
- P.Ç. 9 :** Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir..
- P.Ç. 10 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.Ç. 11 :** Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
- P.Ç. 12 :** Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular
- P.Ç. 13 :** Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi kapsamında sosyal, kültürel, bilimsel ve benzeri etkinlikleri planlayarak organizasyon ve ölçümleme süreçlerini uygular, iletişim kampanyaları için proje yönetimi yaklaşımı ile fikirler oluşturur.
- P.Ç. 14 :** Halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün yönetimi ve marka yönetiminin temel kavramları ve mevzuatı açıklar.
- Ö.Ç. 1 :** Fotoğraf makinesini kullanabilir.
- Ö.Ç. 2 :** Objektiflerin kullanımını ve ayarlarını bilir.
- Ö.Ç. 3 :** Işık kaynaklarının türlerini ve özelliklerini bilir.
- Ö.Ç. 4 :** Fotoğraf makinelerinde kullanılan netleme sistemleri hakkında bilgi sahibi olur.
- Ö.Ç. 5 :** Diyafram ve enstantane değerlerinin fotoğrafa etkisini bilir.

İndirilme Tarihi

06.02.2026 09:30:14

HİT132 - PHOTOGRAPHY - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

General Info

Objectives of the Course

To teach the basic photography knowledge and skills by introducing the camera and lenses.

Course Contents

Cameras, User Features, Film Types, Types of Sensor, Image Size and Resolution, Lens, Lens Factors Affecting Selection, Types and Properties of Light Sources, Scene Modes Using the still image, still image and used the basic settings, gaining control of exposure, ASA / Effects of ISO photography, camera on a Focus Systems, Photo Impact of Values of Aperture, Shutter Values Photo Effect, Law of Equivalence, the basic light and composition info.

Recommended or Required Reading

Classroom and lab, camera, lens, continuous light source.

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Applications of studio and outdoor photography techniques

Recommended Optional Programme Components

Knowing digital cameras and lenses

Instructor's Assistants

There is no teaching assistant

Presentation Of Course

Theoretical and Application

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Inst. Rıza Günaydın

Program Outcomes

1. Can use the camera.
2. Can use and settings of the lenses
3. Can know the types and properties of light sources.
4. Can know information about the focusing systems used in the cameras.
5. Knows the impact of Diaphragm and shutter values on the photo.

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Anadolu University Basic Photography 'Cameras' Page 5-15		Lecture, Question-Answer	Cameras	
2	Anadolu University Basic Photography 'Cameras and Types' 10-15		Lecture, Question-Answer	Cameras and Types	
3	Anadolu University Basic Photography 'Main Elements of a Camera' Page 10-15		Lecture, Question-Answer	Main Elements of a Camera	Outdoor Applications
4	Anadolu University Basic Photography 'Light and Color' Page 30- 45 Roland Barthes Camera Lucida Book		Lecture, Question-Answer	Light and Color in Photography	Outdoor and Studio Applications
5	Anadolu University Basic Photography 'Light and Color' Page 30- 45 Roland Barthes Camera Lucida Book		Lecture, Question-Answer, Practical Performance, Practice	Light and Color in Photography	Outdoor and Studio Applications
6	Anadolu University Basic Photography 'Photo Shooting Techniques' Page 58-73		Lecture, Question-Answer, Practical Performance, Practice	Photography Techniques and Modes, Depth of Field	studio shots Outdoor Applications
7	Anadolu University Basic Photography 'Photo Shooting Techniques' Page 58-73		Lecture, Question-Answer, Practical Performance, Practice	Photography Techniques and Modes, Depth of Field	Outdoor Applications
8				exam	
9	Anadolu University Basic Photography 'Posing and Photo Shooting Techniques' 70-75		Lecture, Question-Answer, Practical Performance, Practice	Lighting: Basic Principles and Properties	Studio Shoots
10	Anadolu University Basic Photography 'Photo Reading and Composition' Page 83-86	Lecture, Question-Answer, Practical Performance, Practice		Photo Reading and Composition	Outdoor Composition Applications
11	Anadolu University Basic Photography 'Photo Reading and Composition' Page 90-100		Lecture, Question-Answer, Practical Performance, Practice	Composition Elements and Organization in Photography	Outdoor Composition Applications
12	Anadolu University Basic Photography 'Structural and Photographic Elements' Page 90-106		Lecture, Question-Answer, Practical Performance, Practice	Composition Elements and Organization in Photography	Outdoor Composition Applications
13	Anadolu University Basic Photography 'Lenses, Filters and Auxiliary Tools' Page 187-198		Lecture, Question-Answer, Practical Performance, Practice	Lenses, Filters and Utilities	
14	Anadolu University Basic Photography 'Lenses, Filters and Auxiliary Tools' Page 187-198		Lecture, Question-Answer, Practical Performance, Practice	Lenses, Filters and Utilities	
15			Lecture, Question-Answer, Practical Performance, Practice	Student Applications	Outdoor Composition, Depth of Field, Perspective, Aperture, Shutter Applications

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Uygulama / Pratik	14	1,00
Uygulama / Pratik Sonrası Bireysel Çalışma	6	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	6	3,00
Ara Sınav Hazırlık	6	2,00
Vize	1	1,00
Ödev	5	2,00
Alan Çalışması	4	1,00
Final Sınavı Hazırlık	5	4,00
Final	1	1,00

Assesments

Activities	Weight (%)
Final	100,00

	P.O. 1	P.O. 2	P.O. 3	P.O. 4	P.O. 5	P.O. 6	P.O. 7	P.O. 8	P.O. 9	P.O. 10	P.O. 11	P.O. 12	P.O. 13	P.O. 14
L.O. 1	5	3	5	4	2	3	2	4	2	1	3	3	2	2
L.O. 2	5	3	5	4	2	3	2	4	2	1	1	3	2	2
L.O. 3	5	3	5	4	2	3	2	4	2	1	1	3	2	2
L.O. 4	5	3	5	4	2	3	2	4	2	1	1	3	2	2
L.O. 5	5	3	5	4	2	3	2	4	3	1	1	3	2	2

Table :

- P.O. 1 :** Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
- P.O. 2 :** İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
- P.O. 3 :** Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
- P.O. 4 :** Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
- P.O. 5 :** Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
- P.O. 6 :** Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
- P.O. 7 :** Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemez karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.O. 8 :** Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
- P.O. 9 :** Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir..
- P.O. 10 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.O. 11 :** Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
- P.O. 12 :** Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular
- P.O. 13 :** Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi kapsamında sosyal, kültürel, bilimsel ve benzeri etkinlikleri planlayarak organizasyon ve ölçümleme süreçlerini uygular, iletişim kampanyaları için proje yönetimi yaklaşımı ile fikirler oluşturur.
- P.O. 14 :** Halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün yönetimi ve marka yönetiminin temel kavramları ve mevzuatı açıklar.
- L.O. 1 :** Fotoğraf makinesini kullanabilir.
- L.O. 2 :** Objektiflerin kullanımını ve ayarlarını bilir.
- L.O. 3 :** Işık kaynaklarının türlerini ve özelliklerini bilir.
- L.O. 4 :** Fotoğraf makinelerinde kullanılan netleme sistemleri hakkında bilgi sahibi olur.
- L.O. 5 :** Diyafram ve enstantane değerlerinin fotoğrafa etkisini bilir.

İndirilme Tarihi

06.02.2026 09:28:45

HİT130 - REKLAMCILIK - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Öğrencilere, reklamcılık hakkında genel bilgiler vermek, bu konuda yaratıcı projeler ortaya koymaya çalışmak. .

Dersin İçeriği

Bu ders; reklamın tanımı, reklam mecraları, yaratıcı ve etkili reklamının özellikleri, reklam ve senaryo incelemeleri, reklam araçları, reklam örneklerinin incelenmesi konularını içermektedir.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, .
Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını. 'Reklamcılığa Giriş'. Erzurum, 2020
Kitap, Projeksiyon

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

yüz yüze

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Ders öncesi ve sonrası hazırlık

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğr.Gör. Rıza Günaydın

Dersin Verilişi

yüz yüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Doç. Dr. Neşe Acar Öğr. Gör. Rıza Günaydın

Program Çıktısı

1. Reklam ile ilgili temel kavramları tanımlayabilir
2. Reklam araçlarını açıklayabilir
3. Reklam ile ilgili stratejileri uygulayabilir

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:27-30		Anlatım, soru-cevap	Ders Hakkında Bilgi Reklamın Tanımı	
2	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss: 35-40		Anlatım, soru-cevap	Reklamcılığın Gelişmesindeki Etkenler	
3	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:40-47.		anlatım, soru-cevap	Reklamın Yapılış Amaçları Reklamın Özellikleri	
4	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:48-53		Anlatım, soru-cevap	Reklamın Önemi Reklamın Fonksiyonları	
5	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss: 57-80		Anlatım, soru-cevap	İletişim ve Reklam Reklamın Sınıflandırılması	
6	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:163-201		Anlatım, soru-cevap, sunum	Reklam Araçları: Televizyon	öğrenci sunumu
7	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:201-210		Anlatım,soru-cevap, sunum	Reklam Araçları: Radyo	sunum
8				Ara sınav	
9	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:240-246		Anlatım,soru-cevap, sunum	Reklam Araçları: İnternet	Öğrenci Sunumu
10	Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesine Ziyaret		Anlatım,soru-cevap, sunum	Teknik Gezi	sunum
11	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık		Anlatım,soru-cevap, sunum	Reklam Araçları: Niş Reklam	sunum
12	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:221-231.		Anlatım,soru-cevap, sunum	Reklam Araçları: Dış reklam	sunum
13	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:213-214		Anlatım,soru-cevap, sunum	Reklam Araçları: Gazete	öğrenci sunumu teknik gezi
14	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:215		Anlatım,soru-cevap, sunum	Reklam Araçları: Dergi	
15	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:275-286		Anlatım, soru-cevap	Reklam ve Halkla İlişkiler	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Derse Katılım	14	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	1,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	1,00
Araştırma Sunumu	3	10,00
Diğer	3	8,00
Ara Sınav Hazırlık	1	4,00
Final Sınavı Hazırlık	1	4,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Final	100,00

	P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14
Ö.Ç. 1	5	1	5	4	1	4	1	4	5	1	3	4	3	3
Ö.Ç. 2	5	1	5	5	1	4	1	3	4	1	2	5	2	1
Ö.Ç. 3	5	1	5	5	1	3	1	3	3	1	3	5	3	1

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
- P.Ç. 2 :** İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 3 :** Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
- P.Ç. 4 :** Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
- P.Ç. 5 :** Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
- P.Ç. 6 :** Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
- P.Ç. 7 :** Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.Ç. 8 :** Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
- P.Ç. 9 :** Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir..
- P.Ç. 10 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.Ç. 11 :** Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
- P.Ç. 12 :** Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular
- P.Ç. 13 :** Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi kapsamında sosyal, kültürel, bilimsel ve benzeri etkinlikleri planlayarak organizasyon ve ölçümleme süreçlerini uygular, iletişim kampanyaları için proje yönetimi yaklaşımı ile fikirler oluşturur.
- P.Ç. 14 :** Halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün yönetimi ve marka yönetiminin temel kavramları ve mevzuatı açıklar.
- Ö.Ç. 1 :** Reklam ile ilgili temel kavramları tanımlayabilir
- Ö.Ç. 2 :** Reklam araçlarını açıklayabilir
- Ö.Ç. 3 :** Reklam ile ilgili stratejileri uygulayabilir

İndirilme Tarihi

06.02.2026 09:29:06

HİT130 - ADVERTISING - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

General Info

Objectives of the Course

The aim of course is to give information about advertising, to develop creative projects

Course Contents

This course involves; definition of advertising, media of advertising,, characteristics of creative and effective commercial films, advertising and senario analysis, advertising tools, includes the examination of advertising samples.

Recommended or Required Reading

Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, .
Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını. 'Reklamcılığa Giriş'. Erzurum, 2020
Book, projection

Planned Learning Activities and Teaching Methods

face to face

Recommended Optional Programme Components

Pre- and post-lesson preparation

Instructor's Assistants

Lecturer Rıza Günaydın

Presentation Of Course

face to face

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Assoc. Prof. Dr. Neşe Acar Inst. Rıza Günaydın

Program Outcomes

1. Can define basic concepts related to advertising
2. Can explain advertising tools
3. can practice advertising strategies

Weekly Contents

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
1			Teaching, question-answer	Information About the Course Definition of Advertisement	
2	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss: 35-40		Teaching, question-answer	Factors in the Development of Advertising	
3	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:40-47.		teaching, question-answer	Purposes of Advertising Features of the Advertisement	
4	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:48-53		Teaching, question-answer	Importance of Advertising Functions of Advertising	
5	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss: 57-80		Teaching, question-answer	Communication and Advertising Classification of Advertisement	
6	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:163-201		Teaching, question-answer, presentation	Advertising Tools: Television	student presentation
7	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:201-210		Teaching, question-answer, presentation	Advertising Tools: Radio	presentation
8				Midterm exam	
9	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:240-246		Teaching, question-answer, presentation	Advertising Tools: Internet	Student Presentation
10	Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesine Ziyaret		Teaching, question-answer, presentation	Technical Trip	Presentation
11	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık		Teaching, question-answer, presentation	Advertising Tools: Niche advertising	presentation
12	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:221-231.		Teaching, question-answer, presentation	Advertising Tools: Outdoor advertising	presentation
13	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:213-214		Teaching, question-answer, presentation	Advertising Tools: Newspaper	student presentation technical trip
14	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:215		Teaching, question-answer, presentation	Advertising Tools: Magazine	
15	Tayfur, G. & Yılmaz, M.K.(2022). Reklamcılık, İstanbul: Seçkin Yayıncılık, ss:275-286		Teaching, question-answer	Advertising and Public Relations	

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Derse Katılım	14	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	1,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	1,00
Araştırma Sunumu	3	10,00
Diğer	3	8,00
Ara Sınav Hazırlık	1	4,00
Final Sınavı Hazırlık	1	4,00

Assesments

Activities	Weight (%)
Final	100,00

	P.O. 1	P.O. 2	P.O. 3	P.O. 4	P.O. 5	P.O. 6	P.O. 7	P.O. 8	P.O. 9	P.O. 10	P.O. 11	P.O. 12	P.O. 13	P.O. 14
L.O. 1	5	1	5	4	1	4	1	4	5	1	3	4	3	3
L.O. 2	5	1	5	5	1	4	1	3	4	1	2	5	2	1
L.O. 3	5	1	5	5	1	3	1	3	3	1	3	5	3	1

Table :

- P.O. 1 :** Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
- P.O. 2 :** İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
- P.O. 3 :** Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
- P.O. 4 :** Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
- P.O. 5 :** Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
- P.O. 6 :** Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
- P.O. 7 :** Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemez karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.O. 8 :** Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
- P.O. 9 :** Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir..
- P.O. 10 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.O. 11 :** Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
- P.O. 12 :** Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular
- P.O. 13 :** Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi kapsamında sosyal, kültürel, bilimsel ve benzeri etkinlikleri planlayarak organizasyon ve ölçümleme süreçlerini uygular, iletişim kampanyaları için proje yönetimi yaklaşımı ile fikirler oluşturur.
- P.O. 14 :** Halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün yönetimi ve marka yönetiminin temel kavramları ve mevzuatı açıklar.
- L.O. 1 :** Reklam ile ilgili temel kavramları tanımlayabilir
- L.O. 2 :** Reklam araçlarını açıklayabilir
- L.O. 3 :** Reklam ile ilgili stratejileri uygulayabilir

İndirilme Tarihi

06.02.2026 09:25:04

HİT114 - HABER TOPLAMA VE YAZMA TEKNİKLERİ - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Dersin amacı, öğrencilere ilk etapta hangi olayların haber olmaya değer olduğu anlatılarak haber olma niteliğine sahip olayları haber haline dönüştürmelerini sağlamaktır. Haber toplama ve yazma dersinde öğrencilere olay yerinden haber bilgilerini toplamak ardından da kendilerine verilen kısıtlı sürede haber yazmanın öğretilmesi amaçlanmaktadır. Yapılan uygulamaların yanında habercilerin taşıması gereken özellikler, etik kurallar gibi konular da verilerek öğrencilere bir gazetecinin sahip olması gereken ilkeler öğretilmektedir.

Dersin İçeriği

Haber toplama ve yazma yöntemleri, Haber bülteni, Haber kaynağı, Olay ve haber arasındaki fark, Etkili haber başlığı oluşturma.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Bilgisayar, internet, sunum cihazlar, yazılı ve görsel örnek uygulamalar

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretim Yöntemleri

Anlatma ve Haber Uygulaması

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Öğrencilerin röportaj hazırlaması

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Yardımcı Öğretim Elemanı bulunmamaktadır

Dersin Verilişi

Teorik

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Rıza Günaydın

Program Çıktısı

1. Olayla haber arasındaki farkı, hangi olayın haber değeri taşıdığını, haber olmayı hak ettiğini öğrenir.
2. Haber yazarken başlığı nasıl atacağını, girişte hangi unsurları vurgulayacağını hangi yöntemle haber yazacağını öğrenir.
3. Haberciliğe has dili, haber aktarma yüklemelerini, haberde kullanılan zaman kiplerini öğrenir.
4. Karşısına çıkacak bir olayı nasıl bir üslupla ve yöntemle haber haline dönüştüreceğini kavrayabilir.

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Haber Toplama ve Yazma 2010. S. 11-18		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Haber nedir? Özellikleri nelerdir?	Anadolu Ajansından Gündem Haberleri Okunup İncelenecek
2	İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Haber Toplama ve Yazma 2010. S. 25-35		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Haber değeri tanımı ve örneklerle tartışılması.	
3	İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Haber Toplama ve Yazma 2010. S. 42-48		Anlatım, Tartışma, Soru-Yanıt	Haber Yazma Sürecinin Dört Aşaması	
4	İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Haber Toplama ve Yazma 2010. s. 49-54		Anlatma, Tartışma, Soru-Yanıt, Uygulama	Haber Yazma Teknikleri. Öğrencilerin Yazdığı Haberler Derste İncelenecek.	Anadolu Ajansından haberler incelenecek ve her öğrenci haber yazacak.
5	İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Haber Toplama ve Yazma 2010. s. 49-54		Anlatma, Tartışma, Soru-Yanıt, Uygulama	Haber Yazma Teknikleri. Öğrencilerin Yazdığı Haberler Derste İncelenecek.	Anadolu Ajansından haberler incelenecek ve her öğrenci haber yazacak.
6	İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Haber Toplama ve Yazma 2010. s. 58-72		Anlatma, Tartışma, Soru-Yanıt, Uygulama	Haber Metninin Kurgulanması ve Başlık Türleri	Öğrenciler Ters Piramit Tekniği ile Haber Yazacak
7	İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Haber Toplama ve Yazma 2010. s. 58-72		Anlatma, Tartışma, Soru-Yanıt, Uygulama	Haber Metninin Kurgulanması ve Başlık Türleri	Öğrenciler Ters Piramit Tekniği ile Haber Yazacak
8				Ara Sınav	
9	İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Haber Toplama ve Yazma 2010. s. 80-94		Anlatma, Tartışma, Soru-Yanıt	Haber Kurgusunda Kullanılan Bağlantı Kelimeleri, Sayılar ve Yüklemeler	Öğrenciler ders sonrası öğrendiği bağlaçları ve yüklemeleri kullanarak haber yazacak.
10	İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Haber Toplama ve Yazma 2010. s. 80-94		Anlatma, Tartışma, Soru-Yanıt	Haber Kurgusunda Kullanılan Bağlantı Kelimeleri, Sayılar ve Yüklemeler	Öğrenciler ders sonrası öğrendiği bağlaçları ve yüklemeleri kullanarak haber yazacak.
11	İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Haber Toplama ve Yazma 2010. s. 104-114		Anlatma, Tartışma, Soru-Yanıt	6N1K, Rutin Haber, Özel Haber	Ders sonrası öğrenciler özel bir haber yazacak.
12			anlatma, uygulama	Haberde Giriş, Giriş Türleri ve Bu Türlerin Tek Bir Olaya Uygulanması Çalışması	Derste öğrencilerle birlikte haber girişi yazma
13	İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Haber Toplama ve Yazma 2010. s. 215-223		Anlatma, Tartışma, Soru-Yanıt, Örnek Haber İnceleme	Röportaj Haber Hazırlama	Öğrenciler röportaj haber hazırlayacak
14	İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Haber Toplama ve Yazma 2010. s. 224-230		Anlatma, Tartışma, Soru-Yanıt	Söyleşi, Röportaj ve Söyleşi Arasındaki Farklar	
15	İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Haber Toplama ve Yazma 2010. s. 303-312		Anlatma, Tartışma, Soru-Yanıt	İnternet Gazeteciliği	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Vize	1	1,00
Ara Sınav Hazırlık	7	3,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	1,00
Derse Katılım	14	2,00
Final Sınavı Hazırlık	5	5,00
Final	1	1,00

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü / HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM X Öğrenme Çıktısı İlişkisi

	P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14
Ö.Ç. 1	5	1	5	1	5	4	1	4	5	1	4	4	2	2
Ö.Ç. 2	5	1	5	5	5	5	1	5	5	1	4	5	2	2
Ö.Ç. 3	5	1	5	5	3	5	1	5	5	1	4	5	2	2
Ö.Ç. 4	5	1	5	5	3	5	1	2	5	1	4	5	2	2

Tablo :

- P.Ç. 1 :** Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
- P.Ç. 2 :** İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
- P.Ç. 3 :** Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
- P.Ç. 4 :** Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
- P.Ç. 5 :** Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
- P.Ç. 6 :** Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
- P.Ç. 7 :** Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.Ç. 8 :** Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
- P.Ç. 9 :** Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir..
- P.Ç. 10 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.Ç. 11 :** Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
- P.Ç. 12 :** Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular
- P.Ç. 13 :** Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi kapsamında sosyal, kültürel, bilimsel ve benzeri etkinlikleri planlayarak organizasyon ve ölçümleme süreçlerini uygular, iletişim kampanyaları için proje yönetimi yaklaşımı ile fikirler oluşturur.
- P.Ç. 14 :** Halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün yönetimi ve marka yönetiminin temel kavramları ve mevzuatı açıklar.
- Ö.Ç. 1 :** Olayla haber arasındaki farkı, hangi olayın haber değeri taşıdığını, haber olmayı hak ettiğini öğrenir.
- Ö.Ç. 2 :** Haber yazarken başlığı nasıl atacağını, girişte hangi unsurları vurgulayacağını hangi yöntemle haber yazacağını öğrenir.
- Ö.Ç. 3 :** Haberciliğe has dili, haber aktarma yüklemelerini, haberde kullanılan zaman kiplerini öğrenir.
- Ö.Ç. 4 :** Karşısına çıkacak bir olayı nasıl bir üslupla ve yöntemle haber haline dönüştüreceğini kavrayabilir.

HİT114 - NEWS COLLECTION AND WRITING TECHNIQUES - Meslek Yüksekokulu - Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

General Info

Objectives of the Course

The aim of the course is to enable students to turn newsworthy events into news by explaining which events are newsworthy in the first place. In the news gathering and writing course, it is aimed to teach students to collect news information from the scene and then to write news in the limited time given to them. In addition to the practices, the characteristics that journalists should have and the ethical rules are given, and the principles that a journalist should have are taught to the students.

Course Contents

News gathering and writing methods, Newsletter, News source, Difference between event and news, Creating effective news headlines.

Recommended or Required Reading

Bilgisayar, internet, sunum cihazlar, yazılı ve görsel örnek uygulamalar

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Narration and News Application

Recommended Optional Programme Components

Students preparing interviews

Instructor's Assistants

There is no Assistant Instructor

Presentation Of Course

Theoretical

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Inst. Rıza Günaydın

Program Outcomes

1. Can Learn the difference between event and news, which event is newsworthy and deserves to be news
2. Can He/she learns how to write the headline, which elements to emphasize in the introduction, and which method to write the news while writing the news.
3. Can learns the language specific to journalism, the predicates of reporting, and the tenses used in the news.
4. can understand how to turn an event he/she encounters into news in a style and method.

Weekly Contents

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Istanbul University Open and Distance Education Faculty, News Gathering and Writing 2010. pp. 11-18		Lecture, Discussion, Question-Answer	What is news? What are its characteristics?	Anadolu Ajansından Gündem Haberleri Okunup İncelenecek
2	Istanbul University Open and Distance Education Faculty, News Gathering and Writing 2010. Pp. 25-35		Lecture, Discussion, Question-Answer	The definition of news value and its discussion with examples.	
3	Istanbul University Open and Distance Education Faculty, News Gathering and Writing 2010. Pp. 42-48		Lecture, Discussion, Question-Answer	The Four Stages of the News Writing Process	
4	Istanbul University Open and Distance Education Faculty, News Gathering and Writing 2010. pp. 49-54		Explanation, Discussion, Question-Answer, Application	News Writing Techniques. News articles written by students will be reviewed in class.	News from Anadolu Agency will be reviewed, and each student will write a news article.
5	Istanbul University Open and Distance Education Faculty, News Gathering and Writing 2010. pp. 49-54		Explanation, Discussion, Question-Answer, Application	News Writing Techniques. News articles written by students will be reviewed in class.	News from Anadolu Agency will be reviewed, and each student will write a news article.
6	Istanbul University Open and Distance Education Faculty, News Gathering and Writing 2010. pp. 58-72		Explanation, Discussion, Question-Answer, Application	News Text Structure and Headline Types	Students will write news articles using the inverted pyramid technique.

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
7	Istanbul University Open and Distance Education Faculty, News Gathering and Writing 2010. pp. 58-72	Explanation, Discussion, Question-Answer, Application	News Text Structure and Headline Types	Students will write news articles using the inverted pyramid technique.
8			exam	
9	Istanbul University Open and Distance Education Faculty, News Gathering and Writing 2010. pp. 80-94	Explanation, Discussion, Question-Answer	Keywords and Verbs Used in News Editing	Students will write news articles using the conjunctions and verbs they learned in class.
10	Istanbul University Open and Distance Education Faculty, News Gathering and Writing 2010. pp. 80-94	Explanation, Discussion, Question-Answer	Keywords and Verbs Used in News Editing	Students will write news articles using the conjunctions and verbs they learned in class.
11	Istanbul University Open and Distance Education Faculty, News Gathering and Writing 2010. pp. 104-114	Explanation, Discussion, Question-Answer	6N1K, Routine News, Special News	After class, the students will write a special news story.
12		explanation, application	The study of the introduction in the news, the types of entries and the application of these types to a single event.	
13	Istanbul University Open and Distance Education Faculty, News Gathering and Writing 2010. pp. 215-223	Narration, Discussion, Question-Answer, Sample News Analysis	Interview News Preparation	Students will prepare interview news stories.
14	Istanbul University Open and Distance Education Faculty, News Gathering and Writing 2010. pp. 224-230	Explanation, Discussion, Question-Answer	The Differences Between Interview, Reportage, and Conversation	
15	Istanbul University Open and Distance Education Faculty, News Gathering and Writing 2010. pp. 303-312	Explanation, Discussion, Question-Answer	Internet Journalism	

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Vize	1	1,00
Ara Sınav Hazırlık	7	3,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	1,00
Derse Katılım	14	2,00
Final Sınavı Hazırlık	5	5,00
Final	1	1,00

Assesments

Activities	Weight (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

	P.O. 1	P.O. 2	P.O. 3	P.O. 4	P.O. 5	P.O. 6	P.O. 7	P.O. 8	P.O. 9	P.O. 10	P.O. 11	P.O. 12	P.O. 13	P.O. 14
L.O. 1	5	1	5	1	5	4	1	4	5	1	4	4	2	2
L.O. 2	5	1	5	5	5	5	1	5	5	1	4	5	2	2
L.O. 3	5	1	5	5	3	5	1	5	5	1	4	5	2	2
L.O. 4	5	1	5	5	3	5	1	2	5	1	4	5	2	2

Table :

- P.O. 1 :** Mesleği ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
- P.O. 2 :** İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
- P.O. 3 :** Mesleği için güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
- P.O. 4 :** Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
- P.O. 5 :** Mesleki problemleri ve konuları bağımsız olarak analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
- P.O. 6 :** Bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunabilir, anlaşılır biçimde ifade eder.
- P.O. 7 :** Alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır.
- P.O. 8 :** Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
- P.O. 9 :** Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir..
- P.O. 10 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki bilgileri takip eder ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.O. 11 :** Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
- P.O. 12 :** Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular
- P.O. 13 :** Halkla ilişkilerde etkinlik yönetimi kapsamında sosyal, kültürel, bilimsel ve benzeri etkinlikleri planlayarak organizasyon ve ölçümleme süreçlerini uygular, iletişim kampanyaları için proje yönetimi yaklaşımı ile fikirler oluşturur.
- P.O. 14 :** Halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri yönetimi, ürün yönetimi ve marka yönetiminin temel kavramları ve mevzuatı açıklar.
- L.O. 1 :** Olayla haber arasındaki farkı, hangi olayın haber değeri taşıdığını, haber olmayı hak ettiğini öğrenir.
- L.O. 2 :** Haber yazarken başlığı nasıl atacağını, girişte hangi unsurları vurgulayacağını hangi yöntemle haber yazacağını öğrenir.
- L.O. 3 :** Haberciliğe has dili, haber aktarma yüklemelerini, haberde kullanılan zaman kiplerini öğrenir.
- L.O. 4 :** Karşısına çıkacak bir olayı nasıl bir üslupla ve yöntemle haber haline dönüştüreceğini kavrayabilir.