

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Bu ders öğrenciye, sözlü, sözsüz, yazılı, biçimsel, biçimsel olmayan ve örgüt içi ile dışı arasında iletişim kurma yeterlikleri kazandırmaktır.

Dersin İçeriği

İletişim süreci, yazılı ve sözlü iletişim, sözsüz iletişim, kitle iletişim araçlarıyla iletişim, biçimsel ve biçimsel olmayan iletişim, uluslararası iletişim, siyasal iletişim, iletişim modelleri.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

“İletişime Giriş” Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. Bilgisayar, internet, sunum cihazları.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

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

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Öğrenci sunumları

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğretim elemanı yardımcısı bulunmamaktadır.

Dersin Verilişi

Yüz yüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Rıza Günaydın

Program Çıktısı

1. İletişim türlerini sınıflayabilir.
2. İletişim yeteneğini geliştirebilir.
3. İletişim modellerini açıklayabilir ve iletişim ortamlarını analiz edebilir.
4. Örgütsel iletişim ve Kurumsal iletişim sürecini açıklayabilir.
5. Medyayı ve küresel haber ajanslarını tanımlayabilir ve analiz edebilir.

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 6-18		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Örnek Olaylar.	İletişim Kavramı ve Süreci	
2	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 25-35		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Örnek Olaylar.	Dil, Kültür ve İletişim	
3	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 43-52		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Örnek Olaylar.	İletişim Modelleri	
4	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 58-69		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Örnek Olaylar.	İletişim Türleri; Bağlamına Göre İletişim Türleri Araca Göre İletişim Türleri	
5	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 76-87		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Örnek Olaylar.	Kişilerarası İletişim	
6	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 115-128		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Örnek Olaylar.	Kitle İletişim Araçları ve Türleri	
7	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 135-147		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Örnek Olaylar.	Kurumsal İletişim	
9	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 155-170		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Örnek Olaylar.	İletişim ve Halkla İlişkiler	
10	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 177-192		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Örnek Olaylar.	Siyasal İletişim	
11	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 200-210		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Örnek Olaylar.	Medya Okuryazarlığı, Dijital Medya Okuryazarlığı	
12	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 219-234		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Örnek Olaylar.	Uluslararası İletişim, İletişim ve Güç: Küresel Medya Sistemleri	
13	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 219-234		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Örnek Olaylar.	Uluslararası İletişim, İletişim ve Güç: Küresel Medya Sistemleri	
14	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 243-254		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Örnek Olaylar.	Yeni İletişim Teknolojileri, Web 2.0 ve Katılım Kültürü Yeni Medya ve Sosyal Medya	
15	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 263-279		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Örnek Olaylar.	İletişim ve Etik	

İş Yükleri

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

Değerlendirme

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	1								1					
Ö.Ç. 2	2		2					2						
Ö.Ç. 3						3						3	3	
Ö.Ç. 4														
Ö.Ç. 5				5	5						5	5		

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 :** İletişim türlerini sınıflayabilir.
- Ö.Ç. 2 :** İletişim yeteneğini geliştirebilir.
- Ö.Ç. 3 :** İletişim modellerini açıklayabilir ve iletişim ortamlarını analiz edebilir.
- Ö.Ç. 4 :** Örgütsel iletişim ve Kurumsal iletişim sürecini açıklayabilir.
- Ö.Ç. 5 :** Medyayı ve küresel haber ajanslarını tanımlayabilir ve analiz edebilir.

General Info

Objectives of the Course

With this course the student to earn qualifications in connect with verbal, nonverbal, written, formal, non formal commication and inside and the outside organization communication.

Course Contents

Communication process, written and verbal communication, non-verbal communication, communication through mass media, formal and informal communication, international communication, political communication, communication models.

Recommended or Required Reading

“Introduction to Communication,” Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2017. Computer, internet, presentation devices.

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.

Recommended Optional Programme Components

Student presentations

Instructor's Assistants

There is no teaching assistant.

Presentation Of Course

face to face

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Inst. Rıza Günaydın

Program Outcomes

1. Classify the types of communication.
2. It can improve communication skills.
3. Explain communication models and analyze communication environments.
4. Explain the organizational communication and corporate communication process.
5. Can identify and analyze media and global news agencies.

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	"Introduction to Communication" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum, 2017. P 6-18	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Concept and Process of Communication	
2	"Introduction to Communication" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum, 2017. P 25-35	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Language, Culture and Communication	
3	"Introduction to Communication" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum, 2017. P 43-52	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Communication Models	
4	"Introduction to Communication" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum, 2017. P 58-69	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Types of Communication Communication Types by Context Communication Types by Medium	
5	"Introduction to Communication" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum, 2017. P 76-87	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Interpersonal Communication	
6	"Introduction to Communication" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum, 2017. P 115-128	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Mass Media and Its Types	
7	"Introduction to Communication" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum, 2017. P 135-147	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Corporate Communications	
9	"Introduction to Communication" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum, 2017. P 155-170	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Communications and Public Relations	
10	"Introduction to Communication" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum, 2017. P 177-192	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Political Communication	
11	"Introduction to Communication" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum, 2017. P 200-210	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Media Literacy, Digital Media Literacy	
12	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 219-234	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	International Communication, Communication and Power: Global Media Systems	
13	"İletişime Giriş" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum, 2017. S 219-234	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	International Communication, Communication and Power: Global Media Systems	
14	"Introduction to Communication" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum, 2017. P 243-254	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	New Communication Technologies Web 2.0 and the Culture of Participation New Media and Social Media	
15	"Introduction to Communication" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum, 2017. P 263-279	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Communication and Ethics	

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	1,00
Ara Sınav Hazırlık	7	1,00
Final Sınavı Hazırlık	7	1,00
Tartışmalı Ders	14	1,00
Gösterim	4	2,00
Araştırma Sunumu	5	1,00
Ödev	5	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	1							1						
L.O. 2	2		2				2							
L.O. 3						3						3	3	
L.O. 4														
L.O. 5				5	5						5	5		

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 :** İletişim türlerini sınıflayabilir.
- L.O. 2 :** İletişim yeteneğini geliştirebilir.
- L.O. 3 :** İletişim modellerini açıklayabilir ve iletişim ortamlarını analiz edebilir.
- L.O. 4 :** Örgütsel iletişim ve Kurumsal iletişim sürecini açıklayabilir.
- L.O. 5 :** Medyayı ve küresel haber ajanslarını tanımlayabilir ve analiz edebilir.

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Öğrencilerin halkla ilişkiler alanında kullanılan iletişim araçlarını tanımalarını, bu araçlara yönelik etkili iletişim dili ve yazım tekniklerini öğrenmelerini, profesyonel iletişim ortamlarında kullanılacak yazılı metinleri etkili, stratejik ve hedef odaklı şekilde hazırlayabilmeleri için gerekli bilgi ve beceriyi kazandırmayı amaçlar.

Dersin İçeriği

Halkla ilişkiler yazarlığı ve ikna süreci, etkili mesaj oluşturma, medya ile ilişkiler, kurumsal metin yazarlığı.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

“Halkla İlişkiler Yazarlığı” Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum 2013. Bilgisayar, Projeksiyon, Görsel ve İşitsel Dokümanlar.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örnekleme, Ödev Uygulamaları,

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Öğrenciler kurumsal iletişim araçları tasarlayarak uygulama yapacak. Kurumsal haber mektubu ve bülten hazırlayacaklardır.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğretim elemanı yardımcısı bulunmamaktadır.

Dersin Verilişi

Yüz Yüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Rıza Günaydın

Program Çıktısı

1. Halkla ilişkiler yazarlığı bilgisini kazanabilir.
2. Yazılı ifade etme yeteneği geliştirebilir.
3. Farklı iletişim araçları için farklı yazım teknikleri öğrenebilir.
4. İletişim araçlarının özellik ve yapılarına göre mesaj tasarlama yeterliği kazanabilir.
5. Hedef kitleleri etkilemek ve ikna etmek için etkili mesaj oluşturma bilgisi kazanabilir.

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	"Halkla İlişkiler Yazarlığı" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum 2013. S 3-18		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar.	Halkla İlişkiler Yazarlığı ve Etkili Yazma İlkeleri	
2	"Halkla İlişkiler Yazarlığı" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum 2013. S 33-49		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar.	Etkili Yazma Becerisi Geliştirme Süreci	
3	"Halkla İlişkiler Yazarlığı" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum 2013. S 60-76		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar.	Medya ile Birlikte Çalışmak	
4	"Halkla İlişkiler Yazarlığı" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum 2013. S 85-95		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar, Haber yazma.	Haberler ve Halkla İlişkiler Yazarlığı	Öğrencilerin haber bülteni hazırlaması
5	"Halkla İlişkiler Yazarlığı" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum 2013. S 105-116		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar.	Basın Bülteni Hazırlama	Öğrencilerin haber bülteni hazırlaması
6	"Halkla İlişkiler Yazarlığı" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum 2013. S 123-137		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar.	Kurumsal Basın Makalesi ve Haber Mektubu Hazırlama	Öğrencilerin haber bülteni hazırlaması
7	"Halkla İlişkiler Yazarlığı" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum 2013. S 146-157		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar.	Kurumsal El İlanı, Basın Dosyası ve Broşür Hazırlama	Öğrencilerin haber bülteni ve broşür hazırlaması
9	"Halkla İlişkiler Yazarlığı" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum 2013. S 165-175		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar.	Halkla İlişkilerde Röportaj	Öğrenci röportaj uygulaması
10	"Halkla İlişkiler Yazarlığı" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum 2013. S 183-200		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar.	Kurumsal Rapor Hazırlama	Öğrenci röportaj uygulaması
11	"Halkla İlişkiler Yazarlığı" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum 2013. S 210-222		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar.	Kurumsal Kitap, Gazete ve Dergi Hazırlama	Kurumsal yayınların sınıfta öğrenciler tarafından incelenmesi ve tartışılması
12	"Halkla İlişkiler Yazarlığı" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum 2013. S 232-249		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar.	Halkla İlişkiler Yazarlığında Çeşitli Kurumsal Uygulamalar	
13	"Halkla İlişkiler Yazarlığı" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum 2013. S 260-274		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar.	Kurumsal Konuşma ve Mülakat Süreci	Öğrenciler tarafından kurumsal gazete tasarımı
14	"Halkla İlişkiler Yazarlığı" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını Erzurum 2013. S 309-324		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar.	Kurumsal Web Sitesi Tasarımı	Öğrenciler tarafından kurumsal gazete tasarımı
15			Sunumlar	Kurumsal Araç Tasarımı; Öğrenci Kurumsal Gazete Uygulaması Sunumu	Öğrenciler tarafından kurumsal gazete tasarımı

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Uygulama / Pratik	14	1,00
Ödev	8	1,00
Uygulama / Pratik Sonrası Bireysel Çalışma	10	2,00
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Proje	7	2,00
Saha/Arazi Çalışması	1	3,00
Derse Katılım	7	2,00
Final Sınavı Hazırlık	8	2,00
Gösterim	1	1,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Final	60,00
Vize	40,00

	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	1													1
Ö.Ç. 2							2							2
Ö.Ç. 3		3	3	3			3	3	3					
Ö.Ç. 4		4		4					4		4	4	4	
Ö.Ç. 5					5					5	5	5	5	

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 :** Halkla ilişkiler yazarlığı bilgisini kazanabilir.
- Ö.Ç. 2 :** Yazılı ifade etme yeteneği geliştirebilir.
- Ö.Ç. 3 :** Farklı iletişim araçları için farklı yazım teknikleri öğrenebilir.
- Ö.Ç. 4 :** İletişim araçlarının özellik ve yapılarına göre mesaj tasarlama yeterliği kazanabilir.
- Ö.Ç. 5 :** Hedef kitleleri etkilemek ve ikna etmek için etkili mesaj oluşturma bilgisi kazanabilir.

General Info

Objectives of the Course

It aims to provide students with the knowledge and skills necessary to recognize the communication tools used in the field of public relations, to learn the effective communication language and writing techniques for these tools, and to prepare written texts to be used in professional communication environments in an effective, re-creative and goal-oriented manner.

Course Contents

Public relations writing and the persuasion process, creating effective messages, media relations, corporate copywriting.

Recommended or Required Reading

“Public Relations Writing” Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum 2013. Computer, Projection, Audiovisual Documents.

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Homework Practices,

Recommended Optional Programme Components

Students will practice designing corporate communication tools and preparing corporate newsletters and bulletins.

Instructor's Assistants

There is no teaching assistant.

Presentation Of Course

Face to Face

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Inst. Rıza Günaydın

Program Outcomes

1. Can gain knowledge of public relations writing.
2. It can improve the ability of written expression.
3. Can learn different writing techniques for different communication tools.
4. Can gain competence in designing messages according to the features and structures of communication tools.
5. Gain knowledge of creating effective messages to influence and persuade target audiences.

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	"Public Relations Writing" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum 2013. P 3-18	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Public Relations Writing and Effective Writing Principles	
2	"Public Relations Writing" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum 2013. P 33-49	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	The Process of Developing Effective Writing Skills	
3	"Public Relations Writing" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum 2013. P 60-76	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Working with the Media	
4	"Public Relations Writing" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum 2013. P 85-95	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies, Writing news.	News and Public Relations Writing	Students prepare newsletters
5	"Public Relations Writing" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum 2013. P 105-116	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Press Release Preparation	Students prepare newsletters
6	"Public Relations Writing" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum 2013. P S 123-137	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Preparing Corporate Press Articles and Newsletters	Students prepare newsletters
7	"Public Relations Writing" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum 2013. P S 146-157	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Corporate Flyer, Press File and Brochure Preparation	Students prepare newsletters and brochures
9	"Public Relations Writing" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum 2013. P 165-175	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Interview in Public Relations	Student interview app
10	"Public Relations Writing" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum 2013. P 183-200	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Corporate Report Preparation	Student interview app
11	"Public Relations Writing" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum 2013. P 210-222	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Corporate Book, Newspaper and Magazine Preparation	Student review and discussion of institutional publications in class
12	"Public Relations Writing" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum 2013. P 232-249	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Various Institutional Practices in Public Relations Writing	
13	"Public Relations Writing" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum 2013. P 260-274	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Corporate Speaking and Interview Process	Corporate newspaper design by students
14	"Public Relations Writing" Atatürk University Open Education Faculty Publication Erzurum 2013. P 309-324	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies.	Corporate Website Design	Corporate newspaper design by students
15		Presentations	Corporate Tool Design; Student Corporate Newspaper Application Presentation	Corporate newspaper design by students

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Uygulama / Pratik	14	1,00
Ödev	8	1,00
Uygulama / Pratik Sonrası Bireysel Çalışma	10	2,00
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Proje	7	2,00
Saha/Arazi Çalışması	1	3,00
Derse Katılım	7	2,00
Final Sınavı Hazırlık	8	2,00
Gösterim	1	1,00

Assesments

Activities	Weight (%)
Final	60,00
Vize	40,00

	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	1													1
L.O. 2							2							2
L.O. 3			3	3	3		3	3	3					
L.O. 4			4		4				4		4	4	4	
L.O. 5						5				5	5	5	5	

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 :** Halkla ilişkiler yazarlığı bilgisini kazanabilir.
- L.O. 2 :** Yazılı ifade etme yeteneği geliştirebilir.
- L.O. 3 :** Farklı iletişim araçları için farklı yazım teknikleri öğrenebilir.
- L.O. 4 :** İletişim araçlarının özellik ve yapılarına göre mesaj tasarlama yeterliği kazanabilir.
- L.O. 5 :** Hedef kitleleri etkilemek ve ikna etmek için etkili mesaj oluşturma bilgisi kazanabilir.

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Bu ders, öğrencilere reklamları içerik ve biçim yönünden analiz etme becerisi kazandırmayı amaçlar. Bu ders kapsamında öğrenciler, reklamların ilettiği mesajları, kullandığı ikna yöntemlerini, toplumsal ve kültürel bağlamlarını eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmeyi öğrenirler. Ayrıca öğrencilerin medya okuryazarlığını geliştirmeleri hedeflenir.

Dersin İçeriği

Reklamın tanımı, tarihçesi ve temel kavramlar. Reklam türleri ve reklamın iletişim sürecindeki yeri. Hedef kitle belirleme ve tüketici davranışları. Reklam stratejileri ve yaratıcı süreçler. Reklam metinlerinin çözümlemesi: görsel, dilsel ve işitsel öğeler. Göstergebilimsel reklam analizi. Toplumsal cinsiyet, kimlik ve kültür bağlamında reklam analizi. Medya okuryazarlığı, dijital reklamcılık, örnek reklam analizleri ve uygulamalı çalışmalar.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

“Reklam Analizleri” Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını, Erzurum, 2013. Bilgisayar, projeksiyon, ses sistemi.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretim Yöntemleri

Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Reklam Analizi

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Öğrenciler her hafta reklam analizi yapacak.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğretim elemanı yardımcısı bulunmamaktadır.

Dersin Verilişi

Yüz Yüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Rıza Günaydın

Program Çıktısı

1. Tanım olarak reklamı, Türkiye’de ve dünyada reklamın tarihini, reklamın amaçlarını, reklamcılığın diğer bilim dallarıyla ilişkisini, reklamın ekonomik ve toplumsal etkilerini bilir.
2. Reklamın fonksiyonlarını, reklamın sınıflandırılmasını (türleri), reklamın yararlarını, reklam sürecini bilir
3. Reklam ortamlarını, reklam ortamı seçimini, reklam ortamı türlerini ve özelliklerini bilir.
4. Reklam ve yaratıcılık, reklam kampanyalarında kullanılan temel yaratıcı stratejileri bilir.
5. Reklamın taşıdığı mesajları, ikna yöntemlerini toplumsal cinsiyet, kimlik, kültür, hedef kitle ve stratejik unsurlar bağlamında eleştirel bir bakış açısıyla analiz edebilir.

Haftalık İçerikler

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	“Reklam Analizleri” Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını, Erzurum, 2013. S 6-18 Kitap okunacak; Claude Levi Strauss Mit ve Anlam		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Reklam Analizi	Reklam Analizi Kavramı, Görsel Okuryazarlık Bağlamında Reklam Analizi, Reklam Analizlerinde İçerik Çözümlemesi	
2	“Reklam Analizleri” Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını, Erzurum, 2013. S 28-42		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Reklam Analizi	Yaratıcı Strateji ve Reklam Analizi	
3	“Reklam Analizleri” Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını, Erzurum, 2013. S 28-42		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Reklam Analizi	Yaratıcı Strateji ve Reklam Analizi	

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
4	"Reklam Analizleri" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını, Erzurum, 2013. S 51-65		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örnekleme, Örnek Reklam Analizi	Basılı Reklamların Analizinde Görsel Tasarım İlkeleri	
5	"Reklam Analizleri" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını, Erzurum, 2013. S 74-83		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örnekleme, Örnek Reklam Analizi	Görüntüde Kompozisyonel Öğelerin Düzenlenmesi ve Reklam Filmlerinde Anlatı	Her öğrenci bir reklam filmi analiz edecek.
6	"Reklam Analizleri" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını, Erzurum, 2013. S 145-162 Kitap okunacak; George Ritzer'in "Toplumun McDonaldlaştırılması"		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örnekleme, Örnek Reklam Analizi	Küreselleşme ve Tüketim Kültürü: Reklam Analizleri İçin Genel Bir Çerçeve	The Truman Show filmi izlenecek
7	"Reklam Analizleri" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını, Erzurum, 2013. S 171-186 Kitap okunacak; George Ritzer'in "Toplumun McDonaldlaştırılması"		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örnekleme, Örnek Reklam Analizi	Küreselleşme ve Tüketim Kültürü: Reklam Analizleri İçin Genel Bir Çerçeve	The Truman Show filmi izlenecek
9	"Reklam Analizleri" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını, Erzurum, 2013. S 171-186 Reklamalarda Yaratıcılık Ve Özgünlük Bağlamında Reklam Etiği: THY'nin Reklam Filminin Karşılaştırmalı Göstergebilimsel Analizi Makale		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örnekleme, Örnek Reklam Analizi	Göstegebilimsel Reklam Analizi	Her öğrenci "Göstegebilimsel Analiz" çerçevesinde bir reklam fotoğrafı analiz edecek.
10	"Reklam Analizleri" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını, Erzurum, 2013. S 171-186 Reklamalarda Yaratıcılık Ve Özgünlük Bağlamında Reklam Etiği: THY'nin Reklam Filminin Karşılaştırmalı Göstergebilimsel Analizi Makale		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örnekleme, Örnek Reklam Analizi	Göstegebilimsel Reklam Analizi	Her öğrenci "Göstegebilimsel Analiz" çerçevesinde bir reklam fotoğrafı analiz edecek.
11	"Reklam Analizleri" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını, Erzurum, 2013. S 195-206		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örnekleme, Örnek Reklam Analizi	Marksist Analiz	
12	"Reklam Analizleri" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını, Erzurum, 2013. S 214-227		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örnekleme, Örnek Reklam Analizi	Marksist Bakış Açısıyla Tüketim Kültürü Reklam İlişkisine Örnek Çözümler	Her öğrenci "Marksist Analiz" çerçevesinde bir reklam fotoğrafı analiz edecek.
13	"Reklam Analizleri" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını, Erzurum, 2013. S 234-247		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örnekleme, Örnek Reklam Analizi	Psikanalitik Analiz	
14	"Reklam Analizleri" Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını, Erzurum, 2013. S 274-286		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örnekleme, Örnek Reklam Analizi	Toplumsal Cinsiyet ve Reklam	Her öğrenci "Toplumsal Cinsiyetin" sunumunu bir reklamda analiz edecek.

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
15	“Reklam Analizleri” Atatürk Üniversitesi AÖF Yayını, Erzurum, 2013. S 295-305		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Reklam Analizi	Feminist Analiz	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Uygulama / Pratik	8	1,00
Uygulama / Pratik Sonrası Bireysel Çalışma	8	1,00
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Ara Sınav Hazırlık	7	1,00
Final Sınavı Hazırlık	7	1,00
Gösterim	10	1,00
Ödev	10	2,00

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	1		1											1
Ö.Ç. 2			2					2						2
Ö.Ç. 3				3									3	3
Ö.Ç. 4				4	4		4				4	4	4	
Ö.Ç. 5					5	5	5		5		5	5	5	

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 öngörülemez 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 :** Tanım olarak reklamı, Türkiye’de ve dünyada reklamın tarihini, reklamın amaçlarını, reklamcılığın diğer bilim dallarıyla ilişkisini, reklamın ekonomik ve toplumsal etkilerini bilir.
- Ö.Ç. 2 :** Reklamın fonksiyonlarını, reklamın sınıflandırılmasını (türleri), reklamın yararlarını, reklam sürecini bilir
- Ö.Ç. 3 :** Reklam ortamlarını, reklam ortamı seçimini, reklam ortamı türlerini ve özelliklerini bilir.
- Ö.Ç. 4 :** Reklam ve yaratıcılık, reklam kampanyalarında kullanılan temel yaratıcı stratejileri bilir.
- Ö.Ç. 5 :** Reklamın taşıdığı mesajları, ikna yöntemlerini toplumsal cinsiyet, kimlik, kültür, hedef kitle ve stratejik unsurlar bağlamında eleştirel bir bakış açısıyla analiz edebilir.

General Info

Objectives of the Course

This course aims to equip students with the skills to analyze advertisements in terms of content and form. Students will learn to critically evaluate the messages they convey, the persuasive methods they employ, and their social and cultural contexts. It also aims to develop students' media literacy.

Course Contents

Definition, history, and basic concepts of advertising. Types of advertising and their place in the communication process. Target audience identification and consumer behavior. Advertising strategies and creative processes. Analysis of advertising texts: visual, linguistic, and auditory elements. Semiotic advertising analysis. Advertising within the context of gender, identity, and culture. Media literacy, digital advertising, sample advertising analyses, and applied studies.

Recommended or Required Reading

"Advertising Analysis" Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2013. Computer, projection, sound system.

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Sample Advertising Analysis

Recommended Optional Programme Components

Students will analyze advertising every week.

Instructor's Assistants

There is no teaching assistant.

Presentation Of Course

Face to Face

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Inst. Rıza Günaydın

Program Outcomes

1. Can will be able to know the definition of advertisement, advertisement, history of Turkey and the world, purposes of advertisement, relation with other disciplines, economic and social effects of advertisement.
2. He/she can know the functions of the advertisement, the classification (types) of the advertisement, the benefits of the advertisement and the advertisement process.
3. Can knows the advertising channels, the selection of advertising channels, the types and characteristics of advertising channels.
4. Can knows advertising and creativity, which are the main creative strategies used in advertising campaigns.
5. Can critically analyze the messages carried by advertisements and persuasion methods in the context of gender, identity, culture, target audience and strategic elements.

Weekly Contents

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	"Advertising Analysis" Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2013. P 6-18 Book to be read: Claude Levi Strauss Myth and Meaning	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Sample Advertising Analysis	The Concept of Advertising Analysis, Advertising Analysis in the Context of Visual Literacy, Content Analysis in Advertising Analysis	
2	"Advertising Analysis" Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2013. P 28-42	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Sample Advertising Analysis	Creative Strategy and Advertising Analysis	
3	"Advertising Analysis" Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2013. P 28-42	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Sample Advertising Analysis	Creative Strategy and Advertising Analysis	

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
4	"Advertising Analysis" Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2013. P 51-65		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Sample Advertising Analysis	Visual Design Principles in the Analysis of Print Ads	
5	"Advertising Analysis" Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2013. P 74-83		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Sample Advertising Analysis	Arrangement of Compositional Elements in Image and Narrative in Commercial Films	Each student will analyze a commercial.
6	"Advertising Analysis" Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2013. P 145-162 Book to read: "The McDonaldization of Society" by George Ritzer		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Sample Advertising Analysis	Globalization and Consumer Culture: A General Framework for Advertising Analysis	The Truman Show movie will be watched
7	"Advertising Analysis" Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2013. P 145-162 Book to read: "The McDonaldization of Society" by George Ritzer		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Sample Advertising Analysis	Globalization and Consumer Culture: A General Framework for Advertising Analysis	The Truman Show movie will be watched
9	"Advertising Analysis" Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2013. P 171-186 Advertising Ethics in the Context of Creativity and Originality in Advertisements: A Comparative Semiotic Analysis of Turkish Airlines' Commercial Film		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Sample Advertising Analysis	Semiotic Advertising Analysis	Each student will analyze an advertising photograph within the framework of "Semiotic Analysis".
10	"Advertising Analysis" Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2013. P 171-186 Advertising Ethics in the Context of Creativity and Originality in Advertisements: A Comparative Semiotic Analysis of Turkish Airlines' Commercial Film		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Sample Advertising Analysis	Semiotic Advertising Analysis	Each student will analyze an advertising photograph within the framework of "Semiotic Analysis".
11	"Advertising Analysis" Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2013. P 195-206		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Sample Advertising Analysis	Marxist Analysis	
12	"Advertising Analysis" Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2013. P 214-227		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Sample Advertising Analysis	Sample Analyses of the Relationship between Consumer Culture and Advertising from a Marxist Perspective	Each student will analyze an advertising photograph within the framework of "Marxist Analysis."

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
13	"Advertising Analysis" Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2013. P 234-247		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Sample Advertising Analysis	Psychoanalytic Analysis	
14	"Advertising Analysis" Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2013. P 274-286		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Sample Advertising Analysis	Gender and Advertising	Each student will analyze the presentation of "Gender" in an advertisement.
15	"Advertising Analysis" Atatürk University Open Education Faculty Publication, Erzurum, 2013. P 295-305		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Sample Advertising Analysis	Feminist Analysis	

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Uygulama / Pratik	8	1,00
Uygulama / Pratik Sonrası Bireysel Çalışma	8	1,00
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Ara Sınav Hazırlık	7	1,00
Final Sınavı Hazırlık	7	1,00
Gösterim	10	1,00
Ödev	10	2,00

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	1		1											1
L.O. 2		2					2							2
L.O. 3			3									3		3
L.O. 4			4	4		4				4	4	4		
L.O. 5				5	5	5		5		5	5	5		

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 :** Tanım olarak reklamı, Türkiye’de ve dünyada reklamın tarihini, reklamın amaçlarını, reklamcılığın diğer bilim dallarıyla ilişkisini, reklamın ekonomik ve toplumsal etkilerini bilir.
- L.O. 2 :** Reklamın fonksiyonlarını, reklamın sınıflandırılmasını (türleri), reklamın yararlarını, reklam sürecini bilir
- L.O. 3 :** Reklam ortamlarını, reklam ortamı seçimini, reklam ortamı türlerini ve özelliklerini bilir.
- L.O. 4 :** Reklam ve yaratıcılık, reklam kampanyalarında kullanılan temel yaratıcı stratejileri bilir.
- L.O. 5 :** Reklamın taşıdığı mesajları, ikna yöntemlerini toplumsal cinsiyet, kimlik, kültür, hedef kitle ve stratejik unsurlar bağlamında eleştirel bir bakış açısıyla analiz edebilir.

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Bu dersin amacı, Reklam fotoğrafçılığının farklı alanlarında öğrencinin deneyim kazanmasını sağlamak, fotoğrafik çalışmalarını kompozisyon ve tasarım uygulamaları içerisinde etkili bir şekilde kullanma becerisi oluşturmak ve sanatsal fotoğraf uygulamaları ile profesyonel çekim teknikleri kazanımları sağlamaktır.

Dersin İçeriği

Reklam Fotoğrafı analizleri, Profesyonel Çekim Teknikleri, Işıklandırma Prensipleri, Yapay ve Doğal Işık kullanımı, Beyaz Dengesi, Perspektif Kontrollü Objektifler, Çekim Sonrası Görüntü İşleme Teknikleri, Panoramik Fotoğraf, İleri Düzey Fotoğraf İşleme Teknikleri, Fotoğrafik Kompozisyon.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Reklam Fotoğrafçılığı, Erzurum 2013. Fotoğraf Makinesi, Flaş, Fon Perdesi, Çekim Sehpası,

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Stüdyo uygulamaları, Çekim teknikleri uygulaması, Işık kullanımı, Kompozisyon oluşturma uygulamaları

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Reklam fotoğrafçılığı uygulama filmleri izlenmesi

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğretim elemanı yardımcısı bulunmamaktadır.

Dersin Verilişi

Yüz yüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Rıza Günaydın

Program Çıktısı

1. Reklam fotoğrafçılığına ilişkin temel bilgilere sahip olur.
2. Reklam fotoğrafı üretim yöntemlerine ilişkin bilgi sahibi olur.
3. Reklam fotoğrafında kullanılması gereken aydınlatma tekniklerini öğrenir.
4. Reklam kampanyası için fotoğraf tasarımı yapabilir.
5. Fotoğrafik Kompozisyon oluşturma becerisine sahip olur.

Haftalık İçerikler

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	Atatürk Üniversitesi Reklam Fotoğrafçılığı S 4-27		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye	Fotoğraf nedir?, Fotoğrafta Yeni Kavramlar: Belge ve Reklam	
2	Atatürk Üniversitesi Reklam Fotoğrafçılığı S 33-53		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye	Fotoğrafçılık Tekniği; Alan Derinliği, Objektifler	
3	Atatürk Üniversitesi Reklam Fotoğrafçılığı S 70-90		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Uygulama	Reklam Fotoğrafçılığında Kompozisyon ve Öğeleri Anlam Oluşumunda Fotoğrafçının Rolü ve Fotoğrafik Görme	Dış Mekan Perspektif uygulaması
4	Atatürk Üniversitesi Reklam Fotoğrafçılığı S 70-90		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye, Uygulama	Reklam Fotoğrafçılığında Kompozisyon ve Öğeleri Anlam Oluşumunda Fotoğrafçının Rolü ve Fotoğrafik Görme	Dış Mekan Perspektif uygulaması
5	Atatürk Üniversitesi Reklam Fotoğrafçılığı S 124-143		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeye	Reklam Fotoğrafçılığının Gelişimi	Dış Mekan Perspektif Uygulaması

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
6	Atatürk Üniversitesi Reklam Fotoğrafçılığı S 180-198		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Stüdyo Işık Uygulaması	Reklam Fotoğrafçılığında Işık; Tek Işıklı Aydınlatma İki Işıklı Aydınlatma Üç Işıklı Aydınlatma Çoklu Işıklı Aydınlatma Özel Işık Aydınlatma Çeşitleri	Stüdyo Işık Uygulaması
7	Atatürk Üniversitesi Reklam Fotoğrafçılığı S 180-198		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Stüdyo Işık Uygulaması	Reklam Fotoğrafçılığında Işık; Tek Işıklı Aydınlatma İki Işıklı Aydınlatma Üç Işıklı Aydınlatma Çoklu Işıklı Aydınlatma Özel Işık Aydınlatma Çeşitleri	Stüdyo Işık Uygulaması
9	Atatürk Üniversitesi Reklam Fotoğrafçılığı S 206-220		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler	Reklam Fotoğrafçılığında Alternatif Tekniklerin Kullanımı	
10	Atatürk Üniversitesi Reklam Fotoğrafçılığı S 294-309		Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Uygulama Çekimleri	Stüdyo ve Still Life Fotoğraf Teknikleri Stüdyo ve Aydınlatma Teknikleri ve Pozlama	Stüdyo Fotoğraf Çekimi Uygulamaları
11			Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Reklam Kompozisyonu Oluşturma, Çekim Teknikleri Uygulamaları, Işık Uygulamaları,	Reklam Fotoğrafı Çekim Teknikleri Uygulaması Öğrenci Reklam Fotoğrafı Proje Çekimleri	
12			Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Reklam Kompozisyonu Oluşturma, Çekim Teknikleri Uygulamaları, Işık Uygulamaları,	Reklam Fotoğrafı Çekim Teknikleri Uygulaması Öğrenci Reklam Fotoğrafı Proje Çekimleri	
13			Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Reklam Kompozisyonu Oluşturma, Çekim Teknikleri Uygulamaları, Işık Uygulamaları,	Reklam Fotoğrafı Çekim Teknikleri Uygulaması Öğrenci Reklam Fotoğrafı Proje Çekimleri	
14			Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Reklam Kompozisyonu Oluşturma, Çekim Teknikleri Uygulamaları, Işık Uygulamaları,	Reklam Fotoğrafı Çekim Teknikleri Uygulaması Öğrenci Reklam Fotoğrafı Proje Çekimleri	
15			Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Reklam Kompozisyonu Oluşturma, Çekim Teknikleri Uygulamaları, Işık Uygulamaları,	Reklam Fotoğrafı Çekim Teknikleri Uygulaması Öğrenci Reklam Fotoğrafı Proje Çekimleri	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Uygulama / Pratik	14	1,00
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Ödev	7	2,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	1,00
Final Sınavı Hazırlık	7	2,00
Küçük Grup Çalışması	4	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	1													
Ö.Ç. 2		3	3								3	3		
Ö.Ç. 3						5								
Ö.Ç. 4				5										
Ö.Ç. 5														

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 öngörülemez 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 fotoğrafçılığına ilişkin temel bilgilere sahip olur.
- Ö.Ç. 2 :** Reklam fotoğrafı üretim yöntemlerine ilişkin bilgi sahibi olur.
- Ö.Ç. 3 :** Reklam fotoğrafında kullanılması gereken aydınlatma tekniklerini öğrenir.
- Ö.Ç. 4 :** Reklam kampanyası için fotoğraf tasarımı yapabilir.
- Ö.Ç. 5 :** Fotoğrafik kompozisyon oluşturma becerisine sahip olur.

General Info

Objectives of the Course

The aim of this course is to enable the student to gain experience in different fields of advertising photography, to create the ability to use photographic works effectively in composition and design applications, and to gain artistic photography applications and professional shooting techniques.

Course Contents

Advertising Photo Analysis, Professional Shooting Techniques, Lighting Principles, Use of Artificial and Natural Lights, White Balance, Perspective Controlled Lenses, Post-Capture Image Processing Techniques, Panoramic Photography, Advanced Photo Processing Techniques, Photographic Composition.

Recommended or Required Reading

Atatürk University Open Education Faculty Advertising Photography, Erzurum 2013. Fotoğraf Makinesi, Flaş, Fon Perdesi, Çekim Sehpaı,

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Studio applications, Shooting techniques application, Use of light, Composition creation applications

Recommended Optional Programme Components

Watching advertising photography application films

Instructor's Assistants

There is no teaching assistant.

Presentation Of Course

face to face

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Inst. Rıza Günaydın

Program Outcomes

1. Can have basic information about advertising photography.
2. Can gains knowledge of advertising photography production methods.
3. Can learns the lighting techniques that should be used in advertising photography.
4. Can make photo design for advertising campaign.
5. Can have the ability to create Photographic Composition.

Weekly Contents

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Atatürk University Advertising Photography P 4-27	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling	What is Photography?, New Concepts in Photography: Document and Advertising	
2	Ataturk University Advertising Photography P 33-53	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling	Photography Technique; Depth of Field, Lenses	
3	Ataturk University Advertising Photography P 70-90	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Application	Composition and Its Elements in Advertising Photography The Role of the Photographer in the Formation of Meaning and Photographic Seeing	Outdoor Perspective application
4	Ataturk University Advertising Photography P 70-90	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Application	Composition and Its Elements in Advertising Photography The Role of the Photographer in the Formation of Meaning and Photographic Seeing	Outdoor Perspective application
5	Atatürk University Advertising Photography P 124-143	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling	The Development of Advertising Photography	Outdoor Perspective Application

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
6	Atatürk University Advertising Photography P 180-198	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Studio Lighting Application	Lighting in Advertising Photography: Single-Light Lighting Two-Light Lighting Triple-Light Lighting Multiple-Light Lighting Special Light Lighting Types	Studio Light Application
7	Atatürk University Advertising Photography P 180-198	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Studio Lighting Application	Lighting in Advertising Photography: Single-Light Lighting Two-Light Lighting Triple-Light Lighting Multiple-Light Lighting Special Light Lighting Types	Studio Light Application
9	Atatürk University Advertising Photography P 206-220	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling	Use of Alternative Techniques in Advertising Photography	
10	Atatürk University Advertising Photography P 294-309	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Application Shoots	Studio and Still Life Photography Techniques Studio and Lighting Techniques and Posing	Studio Photography Applications
11		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Creating Advertising Composition, Shooting Techniques Applications, Lighting Applications,	Application of Advertising Photography Techniques Student Advertising Photography Project Shoots	
12		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Creating Advertising Composition, Shooting Techniques Applications, Lighting Applications,	Application of Advertising Photography Techniques Student Advertising Photography Project Shoots	
13		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Creating Advertising Composition, Shooting Techniques Applications, Lighting Applications,	Application of Advertising Photography Techniques Student Advertising Photography Project Shoots	
14		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Creating Advertising Composition, Shooting Techniques Applications, Lighting Applications,	Application of Advertising Photography Techniques Student Advertising Photography Project Shoots	
15		Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Creating Advertising Composition, Shooting Techniques Applications, Lighting Applications,	Application of Advertising Photography Techniques Student Advertising Photography Project Shoots	

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Uygulama / Pratik	14	1,00
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Ödev	7	2,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	1,00
Final Sınavı Hazırlık	7	2,00
Küçük Grup Çalışması	4	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	1													
L.O. 2		3	3								3	3		
L.O. 3						5								
L.O. 4				5										
L.O. 5														

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 fotoğrafçılığına ilişkin temel bilgilere sahip olur.
- L.O. 2 :** Reklam fotoğrafı üretim yöntemlerine ilişkin bilgi sahibi olur.
- L.O. 3 :** Reklam fotoğrafında kullanılması gereken aydınlatma tekniklerini öğrenir.
- L.O. 4 :** Reklam kampanyası için fotoğraf tasarımı yapabilir.
- L.O. 5 :** Fotoğrafik kompozisyon oluşturma becerisine sahip olur.

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Bu ders, yeni iletişim teknolojilerinin (internet, sosyal medya, mobil iletişim, yapay zekâ vb.) iletişim süreçleri üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlar. Öğrencilere bu teknolojilerin kullanım biçimlerini öğretirken, aynı zamanda toplumsal ve kültürel dönüşümler üzerindeki etkilerini de analiz etme becerisi kazandırmayı hedefler.

Dersin İçeriği

Bu ders kapsamında; Yeni iletişim teknolojilerinin tarihsel gelişimi, Etkileşimli Televizyon, Dijital Radyo, E-Yayıcılık, İnternetin Gelişimi ve Dijitalleşme Süreci, Sosyal Medya ve Katılımcı Kültür, Mobil İletişim ve Akıllı Cihazlar, Sanal Gerçeklik (VR), Artırılmış Gerçeklik (AR) ve Metaverse, Geleceğin İletişim Trendleri anlatılmaya çalışılacak.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

“Yeni İletişim Teknolojileri” Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2013. “Yeni İletişim Teknolojileri” Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2018.

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

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

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Öğrenci sunumları gerçekleştirilecektir.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğretim elemanı yardımcısı bulunmamaktadır.

Dersin Verilişi

Yüz Yüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Rıza Günaydın

Program Çıktısı

- İletişim ve yeni iletişim kavramları ile aralarındaki bağlantıyı açıklayabilir.
- İçinde yaşadığı dijital dünyayı ve özelliklerini tanımlayabilir.
- İnternet, sosyal medya, mobil yaşam, yapay zeka, akıllı cihazlar, Sanal Gerçeklik (VR), Artırılmış Gerçeklik (AR) gibi kavramları kurumsal uygulamalar açısından açıklayabilir.
- Etkileşimli televizyon, dijital radyo ve e-yayıcılık kavramlarını tanımlayabilir.
- Yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı olanakları ve sınırlılıkları ifade edebilir, internet teknolojisindeki gelişmeleri tanımlayabilir.

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar Öğretim Metodları	Teorik	Uygulama
1	"Yeni İletişim Teknolojileri" Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2013. S 7-22	Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Tarih ve Kavram Olarak Yeni İletişim Teknolojileri, Dijital Dünyanın Ortaya Çıkışı, Dijital Dünya Vatandaşlığı, Dijital Gizlilik	
2	"Yeni İletişim Teknolojileri" Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2013. S 7-22	Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Tarih ve Kavram Olarak Yeni İletişim Teknolojileri, Dijital Dünyanın Ortaya Çıkışı, Dijital Dünya Vatandaşlığı, Dijital Gizlilik	
3	"Yeni İletişim Teknolojileri" Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2013. S 29-46	Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Etkileşimli Televizyon ve IPTV	
4	"Yeni İletişim Teknolojileri" Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2013. S 29-46	Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Etkileşimli Televizyon ve IPTV	
5	"Yeni İletişim Teknolojileri" Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2013. S 53-70	Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Dijital Radyo, Türkiye'de Radyo Yayınları, Dijital Ses	
6	"Yeni İletişim Teknolojileri" Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2013. S 81-99	Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	E-Yayıcılık, Yeni Medya ve E-Yayıcılık	
7	"Yeni İletişim Teknolojileri" Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2013. S 81-99	Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	E-Yayıcılık, Yeni Medya ve E-Yayıcılık	
9	"Yeni İletişim Teknolojileri" Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2013. S 109-124	Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	İnternet ve Kurumsal İletişim	
10	"Yeni İletişim Teknolojileri" Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2013. S 133-149	Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Web 2.0 ve Sonrası	
11	"Yeni İletişim Teknolojileri" Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2013. S 155-170	Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Sosyal Medya	
12	"Yeni İletişim Teknolojileri" Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2013. S 181-199	Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Mobil Yaşam, Bireysel Mobil Yaşam, Kamusal Mobil Yaşam, Mobil Teknoloji Uygulamaları	
13	"Yeni İletişim Teknolojileri" Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2013. S 181-199	Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Mobil Yaşam, Bireysel Mobil Yaşam, Kamusal Mobil Yaşam, Mobil Teknoloji Uygulamaları	
14	"Yeni İletişim Teknolojileri" Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2018. S 213- 244	Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Geleceğin İletişim Teknolojileri, İnsan - Yapay Zekâ İletişimi, Zihinsel İletişim	
15	"Yeni İletişim Teknolojileri" Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını Eskişehir 2018. S 213- 244	Sözel ve Görsel Anlatım, Tartışma, Sunumlar, Örneklemeler, Örnek Olaylar	Geleceğin İletişim Teknolojileri, İnsan - Yapay Zekâ İletişimi, Zihinsel İletişim	

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Ödev	7	2,00
Ara Sınav Hazırlık	7	2,00
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Final Sınavı Hazırlık	7	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	1,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	1,00
Araştırma Sunumu	5	1,00
Gösterim	5	1,00
Derse Katılım	10	1,00

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Final	60,00
Vize	40,00

	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			1						1					
Ö.Ç. 2	2							2	2					2
Ö.Ç. 3				3	3							3		
Ö.Ç. 4														
Ö.Ç. 5			5			5	5				5	5	5	

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 :** İletişim ve yeni iletişim kavramları ile aralarındaki bağlantıyı açıklayabilir.
- Ö.Ç. 2 :** İçinde yaşadığı dijital dünyayı ve özelliklerini tanımlayabilir.
- Ö.Ç. 3 :** İnternet, sosyal medya, mobil yaşam, yapay zeka, akıllı cihazlar, Sanal Gerçeklik (VR), Artırılmış Gerçeklik (AR) gibi kavramları kurumsal uygulamalar açısından açıklayabilir.
- Ö.Ç. 4 :** Etkileşimli televizyon, dijital radyo ve e-yayınlık kavramlarını tanımlayabilir.
- Ö.Ç. 5 :** Yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı olanakları ve sınırlılıkları ifade edebilir, internet teknolojisindeki gelişmeleri tanımlayabilir.

General Info

Objectives of the Course

This course examines the impact of new communication technologies (such as the internet, social media, mobile communication, artificial intelligence, etc.) on communication processes. It aims to teach students how to use these technologies while also equipping them with the skills to analyze their impact on social and cultural transformations.

Course Contents

In this course, the historical development of new communication technologies, Interactive Television, Digital Radio, E-Publishing, Development of the Internet and the Digitalization Process, Social Media and Participatory Culture, Mobile Communication and Smart Devices, Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR) and Metaverse, and Future Communication Trends will be explained.

Recommended or Required Reading

"New Communication Technologies," Anadolu University Open Education Faculty Publication, Eskişehir 2013. "New Communication Technologies," Anadolu University Open Education Faculty Publication, Eskişehir 2018.

Planned Learning Activities and Teaching Methods

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

Recommended Optional Programme Components

Student presentations will be held.

Instructor's Assistants

There is no teaching assistant.

Presentation Of Course

Face to Face

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Inst. Rıza Günaydın

Program Outcomes

1. Explain communication and new communication concepts and the connection between them.
2. Can describe the digital world he lives in and its features.
3. Can explain concepts such as the Internet, social media, mobile life, artificial intelligence, smart devices, Virtual Reality (VR), and Augmented Reality (AR) in terms of corporate applications.
4. Define the concepts of interactive television, digital radio and e-broadcasting.
5. Can express the opportunities and limitations of new communication technologies and describe developments in internet technology.

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	"New Communication Technologies" Anadolu University Open Education Faculty Publication Eskişehir 2013. P 7-22	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	New Communication Technologies as History and Concept, Emergence of the Digital World, Digital World Citizenship, Digital Privacy	
2	"New Communication Technologies" Anadolu University Open Education Faculty Publication Eskişehir 2013. P 7-22	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	New Communication Technologies as History and Concept, Emergence of the Digital World, Digital World Citizenship, Digital Privacy	
3	"New Communication Technologies" Anadolu University Open Education Faculty Publication Eskişehir 2013. P 29-46	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Interactive Television and IPTV	
4	"New Communication Technologies" Anadolu University Open Education Faculty Publication Eskişehir 2013. P 29-46	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Interactive Television and IPTV	
5	"New Communication Technologies" Anadolu University Open Education Faculty Publication Eskişehir 2013. P 53-70	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Digital Radio, Radio Broadcasts in Turkey, Digital Audio	
6	"New Communication Technologies" Anadolu University Open Education Faculty Publication Eskişehir 2013. P 81-99	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	E-Publishing, New Media and E-Publishing	
7	"New Communication Technologies" Anadolu University Open Education Faculty Publication Eskişehir 2013. P 81-99	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	E-Publishing, New Media and E-Publishing	
9	"New Communication Technologies" Anadolu University Open Education Faculty Publication Eskişehir 2013. P 109-124	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Internet and Corporate Communications	
10	"New Communication Technologies" Anadolu University Open Education Faculty Publication Eskişehir 2013. P 133-149	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Web 2.0 and Beyond	
11	"New Communication Technologies" Anadolu University Open Education Faculty Publication Eskişehir 2013. P 155-170	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Social Media	
12	"New Communication Technologies" Anadolu University Open Education Faculty Publication Eskişehir 2013. P 181-199	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Mobile Life, Individual Mobile Life, Public Mobile Life, Mobile Technology Applications	
13	"New Communication Technologies" Anadolu University Open Education Faculty Publication Eskişehir 2013. P 181-199	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Mobile Life, Individual Mobile Life, Public Mobile Life, Mobile Technology Applications	
14	"New Communication Technologies" Anadolu University Open Education Faculty Publication Eskişehir 2018. P 213- 244	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Future Communication Technologies, Human-Artificial Intelligence Communication, Mental Communication	
15	"New Communication Technologies" Anadolu University Open Education Faculty Publication Eskişehir 2018. P 213- 244	Verbal and Visual Expression, Discussion, Presentations, Sampling, Case Studies	Future Communication Technologies, Human-Artificial Intelligence Communication, Mental Communication	

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Teorik Ders Anlatım	14	2,00
Ödev	7	2,00
Ara Sınav Hazırlık	7	2,00
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Final Sınavı Hazırlık	7	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	1,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	1,00
Araştırma Sunumu	5	1,00
Gösterim	5	1,00
Derse Katılım	10	1,00

Assesments

Activities	Weight (%)
Final	60,00
Vize	40,00

	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			1						1					
L.O. 2	2							2	2					2
L.O. 3				3	3							3		
L.O. 4														
L.O. 5			5			5	5				5	5	5	

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 :** İletişim ve yeni iletişim kavramları ile aralarındaki bağlantıyı açıklayabilir.
- L.O. 2 :** İçinde yaşadığı dijital dünyayı ve özelliklerini tanımlayabilir.
- L.O. 3 :** İnternet, sosyal medya, mobil yaşam, yapay zeka, akıllı cihazlar, Sanal Gerçeklik (VR), Artırılmış Gerçeklik (AR) gibi kavramları kurumsal uygulamalar açısından açıklayabilir.
- L.O. 4 :** Etkileşimli televizyon, dijital radyo ve e-yayınlık kavramlarını tanımlayabilir.
- L.O. 5 :** Yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı olanakları ve sınırlılıkları ifade edebilir, internet teknolojisindeki gelişmeleri tanımlayabilir.

Dersin Amacı

Bu dersin amacı öğrencileri sosyal faaliyetlere katılıma teşvik etmektir.

Dersin İçeriği

Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

Etkinlik Biletleri

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım.

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Müze etkinliği ve Kütüphane etkinliği gerçekleştirilecektir.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Öğretim elemanı yardımcısı bulunmamaktadır.

Dersin Verilişi

Yüz Yüze

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Öğr. Gör. Rıza Günaydın

Program Çıktısı

1. Bilimsel etkinliklerin önemini kavrayabilir.
2. Kültürel etkinliklerin önemini kavrayabilir.
3. Bilgiyi paylaşma ve birlikte öğrenme yetkinliğini kazanabilir.
4. Sosyal becerilerini geliştirebilir.
5. Bilimsel ve kültürel etkinliklere olan ilgisini artırabilir.

Haftalık İçerikler

Hazırlık	Öğretim		
Sıra Bilgileri	Laboratuvar	Metodları	Teorik
Uygulama			
1	Sınıf dışı bilimsel, kültürel, sosyal etkinliklere katılma	Bilimsel toplantı, seminer, panel, atölye çalışmaları, müze eğitimi, sanatsal-kültür gezileri, sinema, tiyatro, konser, sergi, spor etkinlikleri, kulüp etkinlikleri, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri gibi etkinliklere katılım.	Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım. Müze ve Kütüphane etkinliği.
2	Sınıf dışı bilimsel, kültürel, sosyal etkinliklere katılma	Bilimsel toplantı, seminer, panel, atölye çalışmaları, müze eğitimi, sanatsal-kültür gezileri, sinema, tiyatro, konser, sergi, spor etkinlikleri, kulüp etkinlikleri, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri gibi etkinliklere katılım.	Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım. Müze ve Kütüphane etkinliği.
3	Sınıf dışı bilimsel, kültürel, sosyal etkinliklere katılma	Bilimsel toplantı, seminer, panel, atölye çalışmaları, müze eğitimi, sanatsal-kültür gezileri, sinema, tiyatro, konser, sergi, spor etkinlikleri, kulüp etkinlikleri, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri gibi etkinliklere katılım.	Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım. Müze ve Kütüphane etkinliği.
4	Sınıf dışı bilimsel, kültürel, sosyal etkinliklere katılma	Bilimsel toplantı, seminer, panel, atölye çalışmaları, müze eğitimi, sanatsal-kültür gezileri, sinema, tiyatro, konser, sergi, spor etkinlikleri, kulüp etkinlikleri, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri gibi etkinliklere katılım.	Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım. Müze ve Kütüphane etkinliği.
5	Sınıf dışı bilimsel, kültürel, sosyal etkinliklere katılma	Bilimsel toplantı, seminer, panel, atölye çalışmaları, müze eğitimi, sanatsal-kültür gezileri, sinema, tiyatro, konser, sergi, spor etkinlikleri, kulüp etkinlikleri, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri gibi etkinliklere katılım.	Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım. Müze ve Kütüphane etkinliği.
6	Sınıf dışı bilimsel, kültürel, sosyal etkinliklere katılma	Bilimsel toplantı, seminer, panel, atölye çalışmaları, müze eğitimi, sanatsal-kültür gezileri, sinema, tiyatro, konser, sergi, spor etkinlikleri, kulüp etkinlikleri, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri gibi etkinliklere katılım.	Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım. Müze ve Kütüphane etkinliği.

Hazırlık	Öğretim		
Sıra Bilgileri	Laboratuvar	Metodları	Teorik
			Uygulama
7	Sınıf dışı bilimsel, kültürel, sosyal etkinliklere katılma	Bilimsel toplantı, seminer, panel, atölye çalışmaları, müze eğitimi, sanatsal-kültür gezileri, sinema, tiyatro, konser, sergi, spor etkinlikleri, kulüp etkinlikleri, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri gibi etkinliklere katılım.	Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım. Müze ve Kütüphane etkinliği.
9	Sınıf dışı bilimsel, kültürel, sosyal etkinliklere katılma	Bilimsel toplantı, seminer, panel, atölye çalışmaları, müze eğitimi, sanatsal-kültür gezileri, sinema, tiyatro, konser, sergi, spor etkinlikleri, kulüp etkinlikleri, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri gibi etkinliklere katılım.	Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım. Müze ve Kütüphane etkinliği.
10	Sınıf dışı bilimsel, kültürel, sosyal etkinliklere katılma	Bilimsel toplantı, seminer, panel, atölye çalışmaları, müze eğitimi, sanatsal-kültür gezileri, sinema, tiyatro, konser, sergi, spor etkinlikleri, kulüp etkinlikleri, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri gibi etkinliklere katılım.	Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım. Müze ve Kütüphane etkinliği.
11	Sınıf dışı bilimsel, kültürel, sosyal etkinliklere katılma	Bilimsel toplantı, seminer, panel, atölye çalışmaları, müze eğitimi, sanatsal-kültür gezileri, sinema, tiyatro, konser, sergi, spor etkinlikleri, kulüp etkinlikleri, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri gibi etkinliklere katılım.	Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım. Müze ve Kütüphane etkinliği.
12	Sınıf dışı bilimsel, kültürel, sosyal etkinliklere katılma	Bilimsel toplantı, seminer, panel, atölye çalışmaları, müze eğitimi, sanatsal-kültür gezileri, sinema, tiyatro, konser, sergi, spor etkinlikleri, kulüp etkinlikleri, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri gibi etkinliklere katılım.	Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım. Müze ve Kütüphane etkinliği.
13	Sınıf dışı bilimsel, kültürel, sosyal etkinliklere katılma	Bilimsel toplantı, seminer, panel, atölye çalışmaları, müze eğitimi, sanatsal-kültür gezileri, sinema, tiyatro, konser, sergi, spor etkinlikleri, kulüp etkinlikleri, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri gibi etkinliklere katılım.	Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım. Müze ve Kütüphane etkinliği.
14	Sınıf dışı bilimsel, kültürel, sosyal etkinliklere katılma	Bilimsel toplantı, seminer, panel, atölye çalışmaları, müze eğitimi, sanatsal-kültür gezileri, sinema, tiyatro, konser, sergi, spor etkinlikleri, kulüp etkinlikleri, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri gibi etkinliklere katılım.	Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım. Müze ve Kütüphane etkinliği.
15	Sınıf dışı bilimsel, kültürel, sosyal etkinliklere katılma	Bilimsel toplantı, seminer, panel, atölye çalışmaları, müze eğitimi, sanatsal-kültür gezileri, sinema, tiyatro, konser, sergi, spor etkinlikleri, kulüp etkinlikleri, çevre düzenleme ve sosyal sorumluluk projeleri gibi etkinliklere katılım.	Bilimsel, kültürel ve sosyal etkinliklere katılım. Müze ve Kütüphane etkinliği.

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
Final	1	1,00
Uygulama / Pratik	13	1,00
Öğrenci Topluluğu Faaliyetleri/Projeleri	14	2,00
Diğer	2	3,00
Ödev	14	3,00

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	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1
Ö.Ç. 2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2
Ö.Ç. 3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		3	3	3	3
Ö.Ç. 4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4
Ö.Ç. 5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		5	5	5	5

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 :** Bilimsel etkinliklerin önemini kavrayabilir.
- Ö.Ç. 2 :** Kültürel etkinliklerin önemini kavrayabilir.
- Ö.Ç. 3 :** Bilgiyi paylaşma ve birlikte öğrenme yetkinliğini kazanabilir.
- Ö.Ç. 4 :** Sosyal becerilerini geliştirebilir.
- Ö.Ç. 5 :** Bilimsel ve kültürel etkinliklere olan ilgisini artırabilir.

General Info

Objectives of the Course

The aim of this course is to encourage students to participate in social activities.

Course Contents

Participation in scientific, cultural and social activities.

Recommended or Required Reading

Etkinlik Biletleri

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Participation in scientific, cultural and social activities.

Recommended Optional Programme Components

Museum events and Library events will be held.

Instructor's Assistants

There is no teaching assistant.

Presentation Of Course

Face to Face

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Inst. Rıza Günaydın

Program Outcomes

1. Can understand the importance of scientific activities.
2. Can understand the importance of cultural activities.
3. Can gain the competence to share knowledge and learn together.
4. It can improve social skills.
5. It can increase interest in scientific and cultural activities.

Weekly Contents

Order	Preparation	Info Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
1		Participating in scientific, cultural and social activities outside the classroom	Participation in activities such as scientific meetings, seminars, panels, workshops, museum education, artistic-cultural trips, cinema, theater, concerts, exhibitions, sports events, club activities, environmental planning and social responsibility projects.		Participation in scientific, cultural and social activities. Museum and Library activities.
2		Participating in scientific, cultural and social activities outside the classroom	Participation in activities such as scientific meetings, seminars, panels, workshops, museum education, artistic-cultural trips, cinema, theater, concerts, exhibitions, sports events, club activities, environmental planning and social responsibility projects.		Participation in scientific, cultural and social activities. Museum and Library activities.
3		Participating in scientific, cultural and social activities outside the classroom	Participation in activities such as scientific meetings, seminars, panels, workshops, museum education, artistic-cultural trips, cinema, theater, concerts, exhibitions, sports events, club activities, environmental planning and social responsibility projects.		Participation in scientific, cultural and social activities. Museum and Library activities.
4		Participating in scientific, cultural and social activities outside the classroom	Participation in activities such as scientific meetings, seminars, panels, workshops, museum education, artistic-cultural trips, cinema, theater, concerts, exhibitions, sports events, club activities, environmental planning and social responsibility projects.		Participation in scientific, cultural and social activities. Museum and Library activities.
5		Participating in scientific, cultural and social activities outside the classroom	Participation in activities such as scientific meetings, seminars, panels, workshops, museum education, artistic-cultural trips, cinema, theater, concerts, exhibitions, sports events, club activities, environmental planning and social responsibility projects.		Participation in scientific, cultural and social activities. Museum and Library activities.
6		Participating in scientific, cultural and social activities outside the classroom	Participation in activities such as scientific meetings, seminars, panels, workshops, museum education, artistic-cultural trips, cinema, theater, concerts, exhibitions, sports events, club activities, environmental planning and social responsibility projects.		Participation in scientific, cultural and social activities. Museum and Library activities.

Order	Preparation	Info Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
7		Participating in scientific, cultural and social activities outside the classroom	Participation in activities such as scientific meetings, seminars, panels, workshops, museum education, artistic-cultural trips, cinema, theater, concerts, exhibitions, sports events, club activities, environmental planning and social responsibility projects.	Participation in scientific, cultural and social activities. Museum and Library activities.	
9		Participating in scientific, cultural and social activities outside the classroom	Participation in activities such as scientific meetings, seminars, panels, workshops, museum education, artistic-cultural trips, cinema, theater, concerts, exhibitions, sports events, club activities, environmental planning and social responsibility projects.	Participation in scientific, cultural and social activities. Museum and Library activities.	
10		Participating in scientific, cultural and social activities outside the classroom	Participation in activities such as scientific meetings, seminars, panels, workshops, museum education, artistic-cultural trips, cinema, theater, concerts, exhibitions, sports events, club activities, environmental planning and social responsibility projects.	Participation in scientific, cultural and social activities. Museum and Library activities.	
11		Participating in scientific, cultural and social activities outside the classroom	Participation in activities such as scientific meetings, seminars, panels, workshops, museum education, artistic-cultural trips, cinema, theater, concerts, exhibitions, sports events, club activities, environmental planning and social responsibility projects.	Participation in scientific, cultural and social activities. Museum and Library activities.	
12		Participating in scientific, cultural and social activities outside the classroom	Participation in activities such as scientific meetings, seminars, panels, workshops, museum education, artistic-cultural trips, cinema, theater, concerts, exhibitions, sports events, club activities, environmental planning and social responsibility projects.	Participation in scientific, cultural and social activities. Museum and Library activities.	
13		Participating in scientific, cultural and social activities outside the classroom	Participation in activities such as scientific meetings, seminars, panels, workshops, museum education, artistic-cultural trips, cinema, theater, concerts, exhibitions, sports events, club activities, environmental planning and social responsibility projects.	Participation in scientific, cultural and social activities. Museum and Library activities.	
14		Participating in scientific, cultural and social activities outside the classroom	Participation in activities such as scientific meetings, seminars, panels, workshops, museum education, artistic-cultural trips, cinema, theater, concerts, exhibitions, sports events, club activities, environmental planning and social responsibility projects.	Participation in scientific, cultural and social activities. Museum and Library activities.	
15		Participating in scientific, cultural and social activities outside the classroom	Participation in activities such as scientific meetings, seminars, panels, workshops, museum education, artistic-cultural trips, cinema, theater, concerts, exhibitions, sports events, club activities, environmental planning and social responsibility projects.	Participation in scientific, cultural and social activities. Museum and Library activities.	

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Final	1	1,00
Uygulama / Pratik	13	1,00
Öğrenci Topluluğu Faaliyetleri/Projeleri	14	2,00
Diğer	2	3,00
Ödev	14	3,00

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	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1
L.O. 2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2
L.O. 3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		3	3	3	3
L.O. 4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		4	4	4	4
L.O. 5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		5	5	5	5

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 :** Bilimsel etkinliklerin önemini kavrayabilir.
- L.O. 2 :** Kültürel etkinliklerin önemini kavrayabilir.
- L.O. 3 :** Bilgiyi paylaşma ve birlikte öğrenme yetkinliğini kazanabilir.
- L.O. 4 :** Sosyal becerilerini geliştirebilir.
- L.O. 5 :** Bilimsel ve kültürel etkinliklere olan ilgisini artırabilir.