

TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
NİKSAR MESLEK YÜKSEKOKULU
PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI

PROGRAM KILAVUZU

2025-2026

İçindekiler

İçindekiler.....	1
GENEL BİLGİLER	3
2025-2026 AKADEMİK TAKVİMİ	4
ÖĞRENCİ DANIŞMANLARI	5
ÖĞRETİM ELEMANLARI	6
PROGRAM YETERLİKLERİ	7
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERSLERİ	8
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 1. Sınıf Dersleri.....	8
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 2. Sınıf Dersleri.....	8
DERSLER VE PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLİŞKİSİ	9
DERS PROGRAMLARI	10
Birinci Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı.....	10
İkinci Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı.....	11
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERS PLANLARI	12
1.Sınıf Güz Dönemi Ders Planları.....	12
HİT1001 - Genel Hukuk Bilgisi	12
HİT1003 - Halkla İlişkiler	15
HİT1005 – İletişime Giriş	18
HİT1007 - Genel İşletme.....	21
HİT1009 - Ekonomi	24
ENF100 - Bilişim Teknolojileri ve Ofis Yazılımlar	27
AİİT101 - Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I.....	31
TD101 - Türk Dili I.....	34
İNG101 - İngilizce I	36
1.Sınıf Bahar Dönemi Ders Planları	38
HİT1002 – Pazarlama.....	38
HİT1004 – İletişim Tarihi	41
HİT1006 - Kamuoyu ve Etkili İletişim	44
HİT1008 - Davranış Bilimleri	47
TOĞÜ0941- Üniversite Seçmeli Dersi - Değerlerimiz	51
KRY102 - Kariyer Planlama	54
İNG102 - İngilizce II.....	56
AİİT102 - Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II.....	59
TD102 - Türk Dili II.....	63

2.Sınıf Güz Dönemi Ders Planları	66
HİT2001 - Halkla İlişkiler Kampanyaları	66
HİT2003 - Reklamcılık	69
HİT2005 - Tüketici Davranışları	72
HİT2007 - Medya Okuryazarlığı	75
HİT2027 – Siyasal İletişim.....	79
HİT2029 - Araştırma Yöntemleri	81
HİT2049 - Etik	84
HİT2053 - Kurumsal İletişim	86
HİT2055 – Örgütsel Davranış	89
2.Sınıf Bahar Dönemi Ders Planları	92
HİT2002 - Reklamcılık Uygulamaları.....	92
HİT2004 - Müşteri İlişkileri Yönetimi	95
HİT2006 - Marka Yönetimi.....	99
HİT2008 - Sosyal Medya	102
HİT2022 - İnsan Kaynakları Yönetimi.....	105
HİT2034 - İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku	107
HİT2038 - Girişimcilik.....	110
HİT2046 – Bütünleşik Pazarlama İletişimi	113
HİT2052 - İmaj ve İtibar Yönetimi	115

GENEL BİLGİLER

Program Adı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Programın Kısa Tarihçesi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım Pr. 2018-2019 eğitim-öğretim yılında halkla ilişkiler elemanı yetiştirmek amacıyla Pazarlama ve Reklamcılık Bölümüne bağlı olarak kurulmuştur.
Programın Amacı	Günümüzde ister özel sektör ister kamu kurum ve kuruluşları olsun ürettiği ürün ve hizmetleri tanıtmak, pazarlamak, pazardaki paylarını yükseltmek amacıyla çağdaş iletişim tekniklerine ve bu teknikleri kullanıp sürdürebilecek kaliteli insan kaynağına ihtiyaç duymaktadır. Halkla İlişkiler ve Tanıtım Önlisans Programı öncelikli olarak günümüzün giderek artan sektörel taleplerinin karşılanmasını amaçlamaktadır. Program alanında yeterli donanımına sahip, çağın gerektirdiği bilgi ve beceriyi kazanmış bireyler yetiştirmeyi hedeflemektedir. Programı başarı ile tamamlayan öğrenciler sektörde çalıştığı kurum ile alakalı tanıtıcı haber bültenleri, broşürler, raporlar hazırlayan, planlanan ve gerçekleştirilen etkinlikleri kitle iletişim araçları ile halka duyuran, gerektiğinde sorumluluk alabilen, hızlı düşünüp karar verme yetisine sahip olan kişiler olacaklardır.
Bölüm Başkanı	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR hanifi.karacinar@gop.edu.tr İç Hat: 4568
Bölüm Sekreteri	-
Anabilim Dalı Başkanı	-
Mezuniyet Koşulları	Programda mevcut olan (toplam 120 AKTS karşılığı) derslerin tümünü başarıyla tamamlayan ve 4.00 üzerinden en az 2.00 ağırlıklı not ortalaması elde eden öğrencilerimiz 30 iş günü stajlarını da tamamladıktan sonra mezuniyet hakkına sahip olur.
Ölçme ve Değerlendirme	Öğrenciler Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ön Lisans Ve Lisans Eğitim-Öğretim Ve Sınav Yönetmeliği hükümlerine tabidir. Öğrenciler her ders için en az bir ara sınav bir dönem sonu sınavına girer. Ara sınavın %40'ı, dönem sonu sınavının % 60'ı alınarak yapılan değerlendirme sonucunda başarısız olan öğrenciye bütünleme sınavı hakkı verilir. Ayrıca mezuniyet aşamasında bir dersten başarısız olduğu için mezun olamayan öğrencilere tek ders sınav hakkı tanınır.
İletişim	Çengelli Mahallesi Gazze Bulvarı No:20 60600 Niksar/TOKAT 0 (356) 527 81 10 - 527 94 10

2025-2026 AKADEMİK TAKVİMİ



TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ 2025-2026 EĞİTİM ÖĞRETİM YILI AKADEMİK TAKVİMİ

(Diş Hekimliği, Hukuk ve Tıp Fakülteleri ile Yabancı Diller YO ve Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO hariç)

GÜZ YARIYILI	
Özel öğrenci olarak başka bir üniversitede eğitim almak isteyen öğrencilerimizin son başvuru tarihi	1 Eylül 2025
Katkı Payı/Öğrenim Ücreti I. Taksit Ödeme (Hazırlık Sınıfı Dahil)	8-13 Eylül 2025
Ders Kaydı/Kayıt Yenileme (Hazırlık Sınıfı Hariç) (Öğrenci Bilgi Sistemi üzerinden)	8-13 Eylül 2025
Danışman onayı	8-14 Eylül 2025
Derslerin Başlaması	15 Eylül 2025
Zorunlu Hazırlık Sınıfları Yabancı Dil Yeterlilik Sınavı *	15-16 Eylül 2025
Hazırlık Sınıfları İçin Düzey Belirleme Sınavı **	18 Eylül 2025
Enformatik Dersi ve Yabancı Dil Dersleri Muafiyet Sınavları (5/1 Dersleri İçin)***	25 Eylül 2025
Kayıt dondurma başvurularının son günü	26 Eylül 2025
Muafiyet başvurularının son günü	26 Eylül 2025
Mazeretli ders kaydı başvurularının son günü	3 Ekim 2025
Ara sınavlar	8-16 Kasım 2025
Derslerin Bitimi	26 Aralık 2025
Yarıyıl sonu sınavları	29 Aralık 2025-8 Ocak 2026
Yarıyıl sonu sınav sonuçlarının ders sorumlularınca sisteme girilmesi	29 Aralık 2025-11 Ocak 2026
Bütünleme sınavları	13-21 Ocak 2026
Bütünleme sınav sonuçlarının ders sorumlularınca sisteme girilmesi	13-23 Ocak 2026
Dönem sonu itibarıyla %10'a giren öğrencilerin tespiti	25 Ocak 2026
Tek ders sınavı	28 Ocak 2026
Ek Sınav Başvuru ve Ders Kayıtları	26-30 Ocak 2026
Güz yarıyılı sonunda azami süreyi aşan öğrenciler için ek sınavlar	1. sınavlar : 2-6 Şubat 2026 2. sınavlar : 9-13 Şubat 2026
Telaflı : 29 Ekim 2025 Çarşamba dersleri 1 Kasım 2025 Cumartesi günü yapılacaktır. 28 Ekim 2024 Salı saat 13.00'dan sonraki dersler 2 Kasım 2025 Pazar günü yapılacaktır.	

BAHAR YARIYILI	
Özel öğrenci olarak başka bir üniversitede eğitim almak isteyen öğrencilerimizin son başvuru tarihi	19 Ocak 2026
Katkı Payı/Öğrenim Ücreti II. Taksit Ödeme (Hazırlık Sınıfı Dahil)	26-31 Ocak 2026
Ders Kaydı/Kayıt Yenileme (Hazırlık Sınıfı Hariç) (Öğrenci Bilgi Sistemi üzerinden)	26-31 Ocak 2026
Danışman onayı	26 Ocak-1 Şubat 2026
Derslerin Başlaması	2 Şubat 2026
Kayıt dondurma başvurularının son günü	13 Şubat 2026
Muafiyet başvurularının son günü	13 Şubat 2026
Mazeretli ders kaydı başvurularının son günü	20 Şubat 2026
Ara sınavlar	4-12 Nisan 2026
Derslerin Bitimi	23 Mayıs 2026
Yarıyıl sonu sınavları	2-12 Haziran 2026
Yarıyıl sonu sınav sonuçlarının ders sorumlularınca sisteme girilmesi	2-15 Haziran 2026
Bütünleme sınavları	17-25 Haziran 2026
Bütünleme sınav sonuçlarının ders sorumlularınca sisteme girilmesi	17-26 Haziran 2026
Dönem sonu itibarıyla %10'a giren öğrencilerin tespiti	2 Temmuz 2026
Tek ders sınavı	1 Temmuz 2026
Ek Sınav Başvuru ve Ders Kayıtları	22-26 Haziran 2026
Bahar yarıyılı sonunda azami süreyi aşan öğrenciler için ek sınavlar	1. sınavlar : 29 Haziran-3 Temmuz 2026 2. sınavlar : 6-10 Temmuz 2026
Çift Anadal ve Yandal Başvuruları (2026-2027 Eğitim Öğretim Yılı için)	1-26 Haziran 2026
Telaflı : 23 Nisan 2026 Perşembe dersleri 25 Nisan 2026 Cumartesi, 1 Mayıs 2026 Cuma dersleri 2 Mayıs 2026 Cumartesi, 19 Mayıs 2026 Salı dersleri 23 Mayıs 2026 Cumartesi günü yapılacaktır.	

ÖĞRENCİ DANIŞMANLARI

1. Doç. Dr. Alptekin DEVELİ
Sınıf alptekin.develi@gop.edu.tr
İç Hat: 4561



2. Dr. Öğr. Üyesi İlknur ŞAHİN
Sınıf ilknur.patan@gop.edu.tr
İç Hat: 4566



ÖĞRETİM ELEMANLARI

Doç. Dr. Alptekin DEVELİ
alptekin.develi@gop.edu.tr
İç Hat: 4561



Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
hanifi.karacinar@gop.edu.tr
İç Hat: 4568



Dr. Öğr. Üyesi İlknur ŞAHİN
ilknur.patan@gop.edu.tr
İç Hat: 4566



PROGRAM YETERLİKLERİ

PY1	Halkla İlişkiler alanı ile ilgili temel, güncel ve uygulamalı bilgilere sahip olur.
PY2	İş sağlığı ve güvenliği, çevre bilinci ve kalite süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
PY3	Halkla ilişkiler alanı ile ilgili güncel gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, etkin şekilde kullanır.
PY4	Mesleki alanda temel bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır.
PY5	Halkla ilişkiler alanındaki konuları ve problemleri analitik ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirme ve çözüm önerisini sunabilme becerisine sahiptir.
PY6	Halkla İlişkiler alanı ile ilgili edindiği bilgi, beceri ve düşüncelerini ilgililere yazılı ve sözlü iletişim yolu ile etkin biçimde sunar, kendini anlaşılır biçimde ifade eder.
PY7	Halkla ilişkiler alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için ekip üyesi olarak sorumluluk alır, etkin ve disiplinli çalışır.
PY8	Kariyer yönetimi ve yaşam boyu öğrenme konularında farkındalığa sahiptir.
PY9	Halkla ilişkiler alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahiptir.
PY10	Bir yabancı dili kullanarak bilgiler ile yenilikleri takip eder ve temel düzeyde iletişim kurabilir.
PY11	Farklı sektörlerde halkla ilişkiler ve tanıtım disiplini içerisinde değerlendirme yöntemlerini açıklar ve uygular.
PY12	Görsel, işitsel ve yazılı medya araçlarının planlamasını yapar, kurumsal itibar yönetimi, imaj yönetimi, kriz yönetimi, kurumsal sosyal sorumluluk, sponsorluk gibi yöntemleri geleneksel medyada ve sosyal medya mecralarında uygular.
PY13	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.
PY14	İş yaşamındaki davranış dinamiklerini ve insan kaynakları prosedürlerini bilir ve yönetsel süreçlerle ilgili uygun kararlar alır.
PY15	Halkla ilişkiler alanında bilimsel araştırma, yazın taraması ve içerik oluşturma ile ilgili yöntem ve teknikleri bilir ve uygular.
PY16	Halkla ilişkiler, reklam ve pazarlama süreçlerini bilir, birbirinden ayırır ve halkla ilişkiler kampanya süreçlerini uygular.
PY17	Marka yönetimi süreçlerini ve stratejilerini analiz ederek, hedef kitle ile etkili iletişim kurmasını sağlayacak uygulamaları planlar ve yönetir.

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERSLERİ

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 1. Sınıf Dersleri

1. Yarıyıl (Güz Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Üyeleri
		Teorik	Uygulama	
HİT1001	GENEL HUKUK BİLGİSİ	2	-	Öğr. Gör. Gülden DÜZGÜNLÜ
HİT1003	HALKLA İLİŞKİLER	2	2	Dr. Öğr. Üyesi İlknur ŞAHİN
HİT1005	İLETİŞİME GİRİŞ	2	1	Doç Dr. Alptekin DEVELİ
HİT1007	GENEL İŞLETME	3	-	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
HİT1009	EKONOMİ	2	-	Öğr. Gör. Kenan YETEROĞLU
ENF100	BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE OFİS YAZILIMLARI	2	-	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
AIİT101	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ I	2	-	Öğr. Gör. İzzet Bahri ATEŞLİ
TD101	TÜRK DİLİ I	2	-	Öğr. Gör. Faruk TOYDEMİR
İNG101	SEÇMELİ YABANCI DİL (İNGİLİZCE I)	2	-	Öğr. Gör. Mete ŞEN
2. Yarıyıl (Bahar Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Üyeleri
		Teorik	Uygulama	
HİT1002	PAZARLAMA	2	1	Öğr. Gör. Onur BİNBAŞ
HİT1004	İLETİŞİM TARİHİ	2	1	Doç Dr. Alptekin DEVELİ
HİT1006	KAMUOYU VE ETKİLİ İLETİŞİM	2	1	Doç Dr. Alptekin DEVELİ
HİT1008	DAVRANIŞ BİLİMLERİ	3	1	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
TOGÜ0941	DEĞERLERİMİZ	2	-	Öğr. Gör. Gülden DÜZGÜNLÜ
KRY102	KARİYER PLANLAMA	1	-	Öğr. Gör. Gülden DÜZGÜNLÜ
İNG102	SEÇMELİ YABANCI DİL (İNGİLİZCE II)	2	-	Öğr. Gör. Mete ŞEN
AIİT102	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKILAP TARİHİ II	2	-	Öğr. Gör. İzzet Bahri ATEŞLİ
TD102	TÜRK DİLİ II	2	-	Öğr. Gör. Faruk TOYDEMİR

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı 2. Sınıf Dersleri

3. Yarıyıl (Güz Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Üyeleri
		Teorik	Uygulama	
HİT2001	HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYALARI	1	2	Dr. Öğr. Üyesi İlknur ŞAHİN
HİT2003	REKLAMCILIK	2	1	Dr. Öğr. Üyesi İlknur ŞAHİN
HİT2005	TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	3	-	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
HİT2007	MEDYA OKURYAZARLIĞI	2	1	Dr. Öğr. Üyesi İlknur ŞAHİN
HİT2027	SİYASAL İLETİŞİM	2	-	Öğr. Gör. Onur BİNBAŞ
HİT2029	ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ	1	1	Doç Dr. Alptekin DEVELİ
HİT2049	ETİK	2	-	Öğr. Gör. Onur BİNBAŞ
HİT2053	KURUMSAL İLETİŞİM	2	-	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
HİT2055	ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ	2	-	Doç Dr. Alptekin DEVELİ
4. Yarıyıl (Bahar Dönemi) Dersleri				
Ders Kodu	Ders Adı	Ders Saati		Dersi Veren Öğretim Üyeleri
		Teorik	Uygulama	
HİT2002	REKLAMCILIK UYGULAMALARI	1	2	Öğr. Gör. Yusuf KANSU
HİT2004	MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ	2	1	Öğr. Gör. Onur BİNBAŞ
HİT2006	MARKA YÖNETİMİ	2	1	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
HİT2008	SOSYAL MEDYA	2	1	Öğr. Gör. Yusuf KANSU
HİT2022	İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ	2	-	Doç Dr. Alptekin DEVELİ
HİT2034	İŞ VE SOSYAL GÜVENLİK HUKUKU	2	-	Öğr. Gör. Gülden DÜZGÜNLÜ
HİT2038	GİRİŞİMCİLİK	2	-	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
HİT2046	BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ	2	-	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
HİT2052	İMAJ VE İTİBAR YÖNETİMİ	2	-	Doç Dr. Alptekin DEVELİ

DERSLER VE PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLİŞKİSİ

		1.Yarıyıl Ders Planı																
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
HİT1001	GENEL HUKUK BİLGİSİ	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
HİT1003	HALKLA İLİŞKİLER	5	-	5	5	5	5	5	3	5	1	5	4	5	3	5	5	3
HİT1005	İLETİŞİME GİRİŞ	5	2	5	5	5	5	3	3	3	2	4	4	4	2	3	4	4
HİT1007	GENEL İŞLETME	4	3	2	-	-	-	3	2	1	-	-	-	1	4	-	3	1
HİT1009	EKONOMİ	3	-	2	-	-	-	-	-	1	-	1	-	1	-	-	2	3
ENF100	BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE OFİS YAZILIMLARI	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
AIİT101	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKİLAP TARİHİ I	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TD101	TÜRK DİLİ I	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
İNG101	SEÇMELİ YABANCI DİL (İNGİLİZCE I)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	-	-	-	-

		2.Yarıyıl Ders Planı																
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
HİT1002	PAZARLAMA	5	2	5	5	5	5	3	3	3	3	5	4	4	3	3	5	4
HİT1004	İLETİŞİM TARİHİ	5	2	5	5	5	5	3	4	3	2	4	4	4	2	3	4	5
HİT1006	KAMUOYU VE ETKİLİ İLETİŞİM	5	2	5	5	5	5	4	3	4	3	4	5	5	3	4	4	4
HİT1008	DAVRANIŞ BİLİMLERİ	4	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	4	3	3	3
TOGÜ0941	DEĞERLERİMİZ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-KRY102	KARİYER PLANLAMA	5	2	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	3
İNG102	SEÇMELİ YABANCI DİL (İNGİLİZCE II)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	-	-	-	-
AIİT102	ATATÜRK İLKELERİ VE İNKİLAP TARİHİ II	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TD102	TÜRK DİLİ II	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

		3.Yarıyıl Ders Planı																
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
HİT2001	HALKLA İLİŞKİLER KAMPANYALARI	5	-	5	5	5	5	5	3	5	1	5	4	5	3	5	5	3
HİT2003	REKLAMCILIK	5	4	5	5	5	5	5	3	5	1	5	4	5	5	5	5	5
HİT2005	TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	3	-	3	4
HİT2007	MEDYA OKURYAZARLIĞI	5	-	-	-	-	5	-	-	5	-	5	5	-	-	4	-	5

		Seçmeli Dersler																
HİT2027	SİYASAL İLETİŞİM	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	3	-	-	3	-	-
HİT2029	ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ	3	2	3	3	3	3	2	2	5	3	3	2	3	2	5	3	3
HİT2049	ETİK	1	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-
HİT2053	KURUMSAL İLETİŞİM	1	-	3	4	2	3	1	-	1	-	1	3	5	1	-	-	-
HİT2055	ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ	2	5	2	2	2	3	5	4	3	2	3	3	3	5	3	3	3

		4.Yarıyıl Ders Planı																
Ders Kodu	Ders Adı	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
HİT2002	REKLAMCILIK UYGULAMALARI	5	4	5	5	5	5	5	3	5	1	5	4	5	5	5	5	5
HİT2004	MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ	2	1	-	-	1	2	2	-	2	-	1	-	2	3	-	2	1
HİT2006	MARKA YÖNETİMİ	4	2	5	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	5	5
HİT2008	SOSYAL MEDYA	2	-	3	4	3	-	-	3	-	-	4	5	5	-	2	3	5

		Seçmeli Dersler																
HİT2022	İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ	-	3	-	-	-	-	-	4	-	-	4	-	-	4	-	-	-
HİT2034	İŞ VE SOSYAL GÜVENLİK HUKUKU	-	5	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	3	-	-	-
HİT2038	GİRİŞİMCİLİK	-	2	-	-	-	-	-	2	-	-	1	1	1	4	1	3	2
HİT2046	BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	2	1	1	1	-
HİT2052	İMAJ VE İTİBAR YÖNETİMİ	4	2	4	4	4	5	3	3	4	3	4	5	5	3	4	4	5

DERS PROGRAMLARI
Birinci Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı
(İKİNCİ YARIYIL)

1. -14. Hafta						
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi
08:30 09:15					Türk Dili I Öğr. Gör. Faruk TOYDEMİR	
09:30 10:15				Kamuoyu ve Etkili İletişim Doç Dr. Alptekin DEVELİ	Türk Dili I Öğr. Gör. Faruk TOYDEMİR	
10:30 11:15	Atatürk İlke ve İnkılap Tarihi II Öğr. Gör. İ. Bahri ATEŞLİ	İngilizce II Öğr. Gör. Mete ŞEN		Kamuoyu ve Etkili İletişim Doç Dr. Alptekin DEVELİ	Değerlerimiz Öğr. Gör. Güliden DÜZGÜNLÜ	
11:30 12:15	Atatürk İlke ve İnkılap Tarihi II Öğr. Gör. İ. Bahri ATEŞLİ	İngilizce II Öğr. Gör. Mete ŞEN		Kamuoyu ve Etkili İletişim Doç Dr. Alptekin DEVELİ	Değerlerimiz Öğr. Gör. Güliden DÜZGÜNLÜ	
13:15 14:00	Davranış Bilimleri Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR	Pazarlama Öğr. Gör. Onur BİNBAŞ	Kariyer Planlama Öğr. Gör. Güliden DÜZGÜNLÜ			
14:15 15:00	Davranış Bilimleri Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR	Pazarlama Öğr. Gör. Onur BİNBAŞ			İletişim Tarihi Doç Dr. Alptekin DEVELİ	
15:15 16:00	Davranış Bilimleri Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR	Pazarlama Öğr. Gör. Onur BİNBAŞ			İletişim Tarihi Doç Dr. Alptekin DEVELİ	
16:15 17:00	Davranış Bilimleri Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR				İletişim Tarihi Doç Dr. Alptekin DEVELİ	
17:00 17:45						
18:00 18:45						
19:00 19:45						
20:00 20:45						

İkinci Sınıf Bahar Dönemi Ders Programı
(DÖRDÜNCÜ YARIYIL)

1. -14. Hafta						
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi
08:30 09:15						
09:30 10:15	Marka Yönetimi Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR	Müşteri İlişkileri Yönetimi Öğr. Gör. Onur BİNBAŞ	Sosyal Medya Öğr. Gör. Yusuf KANSU			
10:30 11:15	Marka Yönetimi Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR	Müşteri İlişkileri Yönetimi Öğr. Gör. Onur BİNBAŞ	Sosyal Medya Öğr. Gör. Yusuf KANSU	İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku Öğr. Gör. Güliden DÜZGÜNLÜ	İmaj ve İtibar Yönetimi Doç Dr. Alptekin DEVELİ	
11:30 12:15	Marka Yönetimi Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR	Müşteri İlişkileri Yönetimi Öğr. Gör. Onur BİNBAŞ	Sosyal Medya Öğr. Gör. Yusuf KANSU	İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku Öğr. Gör. Güliden DÜZGÜNLÜ	İmaj ve İtibar Yönetimi Doç Dr. Alptekin DEVELİ	
13:15 14:00	Reklamcılık Uygulamaları Öğr. Gör. Yusuf KANSU	Bütünleşik Pazarlama İletişimi Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR		İnsan Kaynakları Yönetimi Doç Dr. Alptekin DEVELİ		
14:15 15:00	Reklamcılık Uygulamaları Öğr. Gör. Yusuf KANSU	Bütünleşik Pazarlama İletişimi Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR		İnsan Kaynakları Yönetimi Doç Dr. Alptekin DEVELİ		
15:15 16:00	Reklamcılık Uygulamaları Öğr. Gör. Yusuf KANSU	Girişimcilik Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR				
16:15 17:00		Girişimcilik Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR				

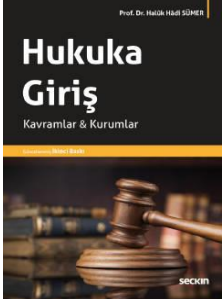
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERS PLANLARI

1.Sınıf Güz Dönemi Ders Planları

HİT1001 - Genel Hukuk Bilgisi

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Gülden DÜZGÜNLÜ
Oda Numarası	Z-30
Ofis Saatleri	
E-posta	gulden.duzgunlu@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	Bu dersin sonunda öğrencinin hukukun tanımını ve temel kavramlarını öğrenmesi, hukukun sosyal hayattaki önemini kavraması, hukuk kurallarına uymadığında karşılaşabileceği yaptırımları farkında olması ve hukuki bir sorunla karşılaştığında nasıl bir yol izlemesi gerektiğini bilmesi, sahip olduğu hakları bilerek kullanma becerisinin geliştirilmesi amaçlanır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Hukuk kavramı ve hukuk dalları, Hukuk sistemleri, Hukuk kavramını açıklayabilir. Hukukun dallarını bilir. Hukuk sistemleri hakkında bilgi sahibi olur. Temel hukuk ilkeleri, Hukukun kaynakları Temel hukuk ilkeleri hakkında bilgi sahibi olur. Hukukun kaynağı kavramını açıklayabilir. Hukukun kaynakları hakkında bilgi sahibi olur. Türkiye Cumhuriyeti Devletinin temel nitelikleri, yasama, yürütme T.C.Devletinin temel niteliklerini bilir. Yasama organı hakkında bilgi sahibi olur. Yürütme organı hakkında bilgi sahibi olur. Yargı sistemleri Dünyadaki yargı sistemleri hakkında bilgi sahibi olur. Türkiye'deki yargı sistemi hakkında bilgi sahibi olur. Yargısal faaliyetlerin işleyişi hakkında bilgi sahibi olur. Hukuki olay, hukuki ilişki, hukuki fiil, hukuki işlem. Hukuki olay hakkında bilgi sahibi olur. Hukuki ilişki ve fiil hakkında bilgi sahibi olur. Hukuki işlemler hakkında bilgi sahibi olur. Hak kavramı Hak kavramını bilir. Hakların kazanılması ve türleri hakkında bilgi sahibi olur. Hakların kaybedilmesi hakkında bilgi sahibi olur. Kişiler hukuku Kişilik kavramını bilir. Kamu ve özel hukuk kişileri hakkında bilgi sahibi olur. Kişiliğin başlangıcını ve sona erme hallerini bilir. Miras hukuku Miras kavramını tanımlayabilir. Yasal ve atanmış mirasçılar hakkında bilgi sahibi olur. Mirasın intikali hakkında bilgi sahibi olur. Borç ilişkisi Sözleşmeden doğan borçlar hakkında bilgi sahibi olur. Haksız fiilden doğan borçlar hakkında bilgi sahibi olur. Sebepsiz zenginleşmeden doğan borçlar hakkında bilgi sahibi olur.

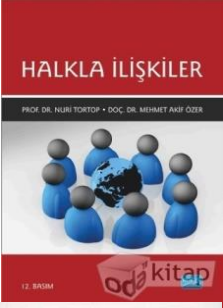
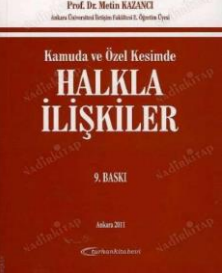
		Borçların ifası	
		Borcun sona ermesi hakkında bilgi sahibi olur.	
		Borçlunun temerrüdü hakkında bilgi sahibi olur.	
		Borcun ifa edilmemesi hakkında bilgi sahibi olur.	
		Sözleşme türleri, satış sözleşmesi, mal değişimi sözleşmesi	
		Sözleşmenin kurulması hakkında bilgi sahibi olur.	
		Mal değişimi sözleşmesi hakkında bilgi sahibi olur.	
		Satış sözleşmesi hakkında bilgi sahibi olur.	
		Bağışlama sözleşmesi, kira sözleşmesi	
		Sözleşmenin kurulması hakkında bilgi sahibi olur.	
		Kira sözleşmesi hakkında bilgi sahibi olur.	
		Bağışlama sözleşmesi hakkında bilgi sahibi olur.	
		Kullanım ödöncü sözleşmesi, tüketim ödöncü sözleşmesi, eser sözleşmesi	
		Kullanım ödöncü sözleşmesi hakkında bilgi sahibi olur.	
		Tüketim ödöncü sözleşmesi hakkında bilgi sahibi olur.	
		Eser sözleşmesi hakkında bilgi sahibi olur.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1		Oryantasyon haftası	
2		Hukuk kavramı ve hukuk dalları, Hukuk sistemleri,	PY1-PY11
3		Temel hukuk ilkeleri, Hukukun kaynakları	
4		Türkiye Cumhuriyeti Devletinin temel nitelikleri, yasama, yürütme	PY1-PY11
5		Yargı sistemleri	PY1-PY11
6		Hukuki olay, hukuki ilişki, hukuki fiil, hukuki işlem.	PY1-PY11
7		Hak kavramı	PY1-PY11
8		Kişiler hukuku	PY1-PY11
		Ara Sınav	
9		Miras hukuku	PY1-PY11
10		Borç ilişkisi	PY1-PY11
11		Borçların ifası	PY1-PY11
12		Sözleşme türleri, satış sözleşmesi, mal değişimi sözleşmesi	PY1-PY11
13		Bağışlama sözleşmesi, kira sözleşmesi	PY1-PY11
14		Kullanım ödöncü sözleşmesi, tüketim ödöncü sözleşmesi, eser sözleşmesi	PY1-PY11
		Dönem Sonu Sınavı	
		Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütölen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1. Bir toplumda iyilik ve kötölük hakkında oluşın değer yargılarına göre, yapılmaması gereken davranışlara ilişkin kurallar bütününe ne ad verilir? A) Görgü kuralları B) Ahlak kuralları C) Din Kuralları D) Hukuk kuralları E) Doğa kuralları 2. Hukuk düzeni tarafından korunan ve kendisinden istifade edilmesi sahibi olan kimsenin iradesine bırakılmış olan menfaatlara ne ad verilir? A) Hak B) Menfaat C) Görev D) Ehliyet E) Dava ehliyeti	

	3. Aşağıdakilerden hangisi devredilebilen haklardandır? A) Nişanı bozma hakkı B) Nişanlanma hakkı C) Telif hakkı D) Nesebin reddi hakkı E) Nafaka hakkı 4. Gerçek kişiler hak ehliyetini ne zaman kazanırlar? A) Tam ve sağ doğmak kaydıyla B) Reşit olunca C) 15 yaşında D) Doğumdan hemen önce E) Doğumdan 1 yıl sonra 5. Gerçek kişilerin fiil ehliyetini kazanması için hangi şartı taşıması gerekmez? A) Reşit olmak B) Kısıtlı olmamak C) Sezgin olmak D) Vücut sağlığı yerinde olmak E) Hiçbiri 6. Aşağıdakilerin hangisi medeni hukukun yazılı olmayan kaynağıdır? A) Kanun B) Cumhurbaşkanlığı kararları C) Yönetmelik D) Örf-Adet hukuku E) KHK
Cevap Anahtarı	1-b, 2-a, 3-c, 4-a, 5-d, 6-d
Kaynak Kitap	 Yazar/Editör: Haluk Hadi SÜMER.(2018).Hukuka Giriş. Ankara: Seçkin Yayınevi Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar: 1 ila 8. bölümler arası
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	

HİT1003 - Halkla İlişkiler

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Üyesi İlknur ŞAHİN
Oda Numarası	Z-41
Ofis Saatleri	
E-posta	ilknur.patan@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	Bu dersin amacı bir iletişim ve yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkiler disiplinine yönelik kavramların tanınması, halkla ilişkilerin gelişim sürecini ve bu süreci belirleyen sosyal gelişmelerle birlikte halkla ilişkilerin işleyiş biçimlerinin açıklanmasıdır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Halkla ilişkilerin kavramsal çerçevesi
	Halkla ilişkileri tanımlayabilir.
	Halkla ilişkileri süreçlerini bilir.
	Halkla ilişkilerin amaçlarını kavrar.
	Halkla ilişkilerin diğer bilimlerle olan ilişkilerini kavrar.
	Halkla ilişkiler ve benzer alanlar
	Halkla ilişkiler ile benzer disiplinleri kavrar.
	Halkla ilişkiler ile reklamcılığın benzer ve ayrı yönlerini bilir.
	Halkla ilişkiler ile pazarlamanın benzer ve ayrı yönlerini bilir.
	Halkla ilişkiler ile sponsorluğun benzer ve ayrı yönlerini bilir.
	Halkla ilişkilerin tarihi gelişimi ve halkla ilişkiler modelleri
	Halkla ilişkilerin nerede ortaya çıktığını bilir.
	Halkla ilişkilerin stratejik bir disiplin olarak ülkemizde ne zaman uygulanmaya başladığını bilir.
	Halkla ilişkiler modellerinin benzer ve farklı yönlerini ayırt eder.
	Hangi durumlarda hangi halkla ilişkiler modellerinin uygulanması gerektiğini değerlendirebilir.
	Halkla ilişkilerin uygulama alanları
	Halkla ilişkilerin hangi sektörlerde nasıl uygulandığını kavrar.
	Halkla ilişkilerin kamu ve özel sektörde uygulamadaki farklarını ayırt eder.
	Halkla ilişkiler eğitimi, mesleği, ve halkla ilişkiler uzmanının nitelikleri
	Halkla ilişkiler alanında hangi düzeylerde eğitim verildiğini bilir
	Halkla ilişkilerin mesleğinin ne gibi yeterlilikler gerektirdiğini kavrar.
	Halkla ilişkilerin ülkemizde mesleki örgütlenme sürecini bilir.
	Halkla ilişkiler uzmanı kimde denir ve halkla ilişkiler uzmanının görev ve sorumluluklarının açıklayabilir.
	Halkla ilişkiler uzmanının sahip olması gereken nitelikleri kavrar ve kendi eksik yönlerini değerlendirebilir.
	İşletmelerde halkla ilişkiler birimlerinin örgütlenmesi
	Halkla ilişkiler birimlerinin temel görevlerini öğrenir.
	Halkla ilişkiler birimlerinin organizasyon şemasında nerede olması gerektiğini kavrar.
	Kurumlarda ve şirketlerde halkla ilişkiler ve yönetim süreçlerinin ilişkisini kavrar.
	Halkla ilişkiler ve iletişim
	Halkla ilişkilerin iletişim ile olan ilişkisini değerlendirebilir.
	Halkla ilişkilerin temelinde iletişim olduğunu kavrar.
	İletişim süreçlerini kavrar ve iletişim sürecindeki öğelerle halkla ilişkiler sürecindeki öğeleri tanımlayabilir.
	Halkla ilişkiler faaliyetlerinde kullanılan araçlar ve yöntemler.
	Halkla ilişkiler faaliyetlerinde kullanılan araçları bilir.

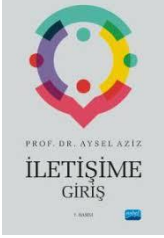
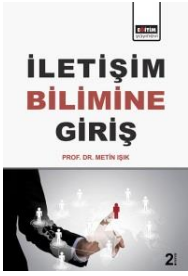
	Hangi amaçlar doğrultusunda hangi yöntem ve araçların kullanılması gerektiğini değerlendirebilir.	
	Hedefler doğrultusunda en doğru araç ve yöntemleri seçebilir.	
	Halkla ilişkiler araştırmaları	
	Halkla ilişkilerde ne gibi araştırmalar hangi amaçlarla yapıldığını bilir.	
	Araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme süreçlerini kavrar.	
	Halkla ilişkiler araştırmalarının süreçlerinde neler yapılması gerektiğini bilir.	
	Gerektiğinde bir halkla ilişkiler araştırma süreci yürütebilir.	
	Kamu ve özel sektörde halkla ilişkiler uygulamaları	
	Kamu ve özel sektör kavramlarını açıklar ve uygulama amaçlarını kavrar.	
	Kamu sektöründe halkla ilişkiler birimlerinin görev ve sorumluluklarını bilir.	
	Özel sektörde halkla ilişkiler birimlerinin görev ve sorumluluklarını bilir.	
	Kamu ve özel sektörde halkla ilişkilerin amaçsal olarak farklılıklarını ayırt eder.	
	Halkla ilişkilerde itibar yönetimi	
	İtibar kavramını açıklayabilir.	
	Kriz döneminde yapılması gerekenleri bilir ve gerektiğinde uygular.	
	İtibar kavramını kavrar ve itibar yönetiminin kurumlar açısından önemini bilir.	
	Bilgi toplumu ve halkla ilişkiler	
	Bilgi ve bilgi teknolojileri konusunda kavramsal bilgiye sahip olur.	
	Gelişen teknolojiler ve halkla ilişkilerin yeni teknolojilere uyum süreçlerini kavrar.	
	Bilgi ve halkla ilişkiler kavramlarını ilişkilendirebilir.	
	Halkla ilişkilerde etik	
	Etik kavramını açıklayabilir.	
	Çalışma hayatında etik davranmanın önemini kavrar.	
	Haberleşmede ve iletişimde etikin önemini bilir ve iş hayatında öğrendiklerini uygular.	
	İş hayatında etik davranılmadığı durumlarda karşılaşılabileceği sorunları değerlendirebilir ve etik davranmamanın cezai sorumluluğu olduğunu bilir.	
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	Oryantasyon Haftası	PY1
2	Halkla ilişkilerin kavramsal çerçevesi	PY1-PY3-PY6
3	Halkla ilişkiler ve benzer alanlar	PY1-PY3-PY11-PY12-PY16
4	Halkla ilişkilerin tarihi gelişimi ve halkla ilişkiler modelleri	PY1-PY3-PY4
5	Halkla ilişkilerin uygulama alanları	PY1-PY3-PY4
6	Halkla ilişkiler eğitimi, mesleği ve halkla ilişkiler uzmanının nitelikleri	PY1-PY3-PY4
7	İşletmelerde halkla ilişkiler birimlerinin örgütlenmesi	PY1-PY3-PY11-PY12-PY16
8	Halkla ilişkiler ve iletişim	PY1-PY3-PY11-PY12-PY16
	Ara Sınav	
9	Halkla ilişkiler faaliyetlerinde kullanılan araçlar ve yöntemler	PY6-PY12
10	Halkla ilişkiler araştırmaları	PY9-PY11-PY12
11	Kamu ve özel sektörde halkla ilişkiler uygulamaları	PY4-PY11-PY13
12	Halkla ilişkilerde itibar yönetimi	PY12
13	Bilgi toplumu ve halkla ilişkiler	PY6
14	Halkla ilişkilerde etik	PY7-PY15
	Dönem Sonu Sınavı	
	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	

Örnek Sorular	1. Halk kavramı, halkla ilişkiler açısından hangi anlamda kullanılmaktadır? a. Grup b. Topluluk c. Hedef kitle d. Kalabalık e. Yığın 2. Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkiler tanımlarının bulunduğu ortak noktalardan biri değildir? a. Kamuoyu b. İletişim c. Yönetim d. Kazanç e. Hedef kitle 3. “Bir kurumla kamusu arasındaki iletişim yönetimi” hangi alanın tanımlarından biridir? a. Propaganda b. Pazarlama c. Reklam d. Halkla ilişkiler e. Gazetecilik 4. Sigara satışlarının artırılmasıyla ilgili yaptığı kampanyalarla da bilinen ve halkla ilişkilerin babası olarak kabul edilen uygulamacı aşağıdakilerden hangisidir? a. Ivy Lee b. Edward Bernays c. Taylor Barnum d. George Washington Hill e. George Creel 5. ABD’de 1807 yılında halkla ilişkiler deyimini ilk olarak aşağıdakilerden hangisi kullanmıştır? a. Thomas Jefferson b. Taylor Barnum c. George Michaelis d. Ivy Lee e. Edward Bernays 6. Aşağıdakilerden hangisi, halkla ilişkilerin tarihi gelişimiyle ilgili dörtlü modelden biri değildir? a. Basın ajansı ve tanıtım b. Kamuyu bilgilendirme c. İki yönlü asimetrik d. İki yönlü simetrik e. Ters piramit 7. Barnum’un temsilcisi olduğu model aşağıdakilerden hangisidir? a. Piramit modeli b. Kamuyu bilgilendirme modeli c. İki yönlü simetrik model d. Basın ajansı/tanıtım modeli e. İki yönlü asimetrik model 8. Aşağıdakilerden hangisi yazılı ve basılı kurum dışı halkla ilişkiler araçlarından biridir? a. Sergiler b. Geziler c. Toplantılar d. Bültenler e. Yarışmalar 9. Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkiler uzmanının görevlerinden değildir? a. Sergi ve gösterileri organize etmek b. Sponsorluk konusunda karar vermek c. Kurumsal kimlik oluşturmak amacıyla logo, renk, basım stili oluşturmak, özel giyim biçimi gibi konularda kuruluş tarzında bütünlük sağlamak d. Gezi gibi etkinlikler düzenlemek e. Kurumun muhasebesini yönetmek
Cevap Anahtarı	1-c, 2-d, 3-d, 4-b, 5-a, 6-e, 7-d, 8-d, 9-e, 10-e
Kaynak Kitap	 Yazar/Editör: Halkla İlişkiler, Nobel Yayınevi, Prof. Dr. Nuri TORTOP ve Doç. Dr. Mehmet Akif ÖZER.
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler, Prof. Dr. Metin KAZANCI.,

HİT1005 – İletişime Giriş

Öğretim Üyesi	Doç. Dr. Alptekin DEVELİ
Oda Numarası	Z/33
Ofis Saatleri	
E-posta	alptekin.develi@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	Öğrencilerin iletişim sürecinin temel kavramlarını, türlerini ve işleyişini kavramalarını; bireysel, kültürel ve örgütsel bağlamlarda etkili iletişim becerileri geliştirmelerini sağlamaktır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Giriş
	Ders sorumlusunu tanır.
	Ders içeriklerini ve işleyişini anlar.
	Dersin kaynak ve materyallerini öğrenir.
	İletişim Olgusu ve Süreci
	İletişim kavramına ilişkin farklı tanımları açıklar.
	İletişimin temel öğelerini ve özelliklerini açıklar.
	İletişimde bozulma durumlarını ve iletişimsizliğin sonuçlarını değerlendirir.
	İletişimin Diğer Disiplinlerle İlişkisi
	İletişimin sosyal bilimlerle ilişkisini açıklar.
	İletişimin yönetim, idare bilimleri ve işletme ile olan ilişkisini değerlendirir.
	İletişimin dil, kültür ve iletişim odaklı disiplinlerle bağlantılarını tartışır.
	İletişimin İşlevleri
	İletişimin kişiler arasında ilişki kurma ve toplumsallaştırma işlevlerini açıklar.
	İletişimin haber verme, bilgilendirme ve çevreye uyum işlevlerini değerlendirir.
	İletişimin boş zamanları değerlendirme işlevini tartışır.
	İletişim Türleri
	Sözlü, sözsüz, yazılı ve görsel iletişim türlerini açıklar.
	Örgüt içi ve örgüt dışı iletişim türlerini karşılaştırır.
	Yüz yüze ve kitle iletişim araçlarıyla gerçekleşen iletişimi değerlendirir.
	İletişim Araçları
	İletişim araçlarını bilir.
	Kaydetme ve depolama araçlarını anlar.
	İletişim teknolojisindeki gelişmeleri anlar.
	Kişilerarası İletişim
	Kişilerarası iletişimde farklı türleri açıklar.
	Kişilerarası iletişimde sözsüz iletişimin özelliklerini ve işlevlerini değerlendirir.
	Retorik ve güzel konuşma becerisini etkili iletişim bağlamında tartışır.
	Kitle İletişim ve Kitle İletişim Araçları
	Kitle iletişim olgusunu ve sürecini açıklar.
	Kitle iletişim sürecinin temel işlevlerini değerlendirir.
	Kitle iletişim araçlarını ve medyanın toplumsal etkilerini tartışır.
	Haber Ajansları
	İlk haber ajanslarının ortaya çıkışını ve tarihsel gelişimini açıklar.
	Haber ajanslarının işlevlerini ve medya sistemindeki rollerini değerlendirir.
	Haber ajanslarının toplumsal, siyasal ve ekonomik etkilerini tartışır.
	İnternet ve Yeni Medya
	İnternetin tanımını, tarihsel gelişimini ve teknolojik özelliklerini açıklar.
	İnternetin sayısal durumunu, internet gazeteciliğini ve sosyal medyayı analiz eder.

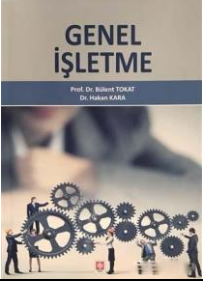
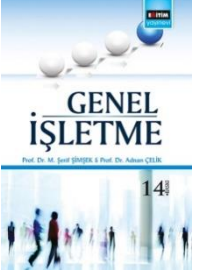
	İnternetin topluma, kültüre ve bireysel yaşama olan etkilerini değerlendirir.	
	Örgütsel-Kurumsal İletişim	
	Örgüt içi resmi/formel iletişimin tanımını, işleyişini ve önemini açıklar.	
	Örgüt dışı/kurumsal iletişimi ve sosyal iletişimi analiz eder.	
	Örgütlerde iletişimin bozulma nedenlerini ve sonuçlarını değerlendirir.	
	İletişim ve Etik	
	Etik kavramını, özdenetimi ve medyadaki etik uygulamaları açıklar.	
	Haber kaynakları ve ajanslarda etik uygulamaları analiz eder.	
	İnternet ortamında etik ilkelerin izlenmesini ve uygulanmasını değerlendirir.	
	İletişim Araştırmaları	
	İlk iletişim araştırmalarının kapsamını ve yöntemlerini açıklar.	
	İletişim araştırmalarının tarihsel gelişimini ve temel yaklaşımlarını analiz eder.	
	Türkiye’deki iletişim araştırmalarının özelliklerini ve uygulamalarını değerlendirir.	
	Türkiye’de İletişim ve Kitlel İletişim	
	İletişim teknolojilerinin ve kitlel iletişim araçlarının tarihsel gelişimini açıklar.	
	Haber ajansları, sinema, radyo ve televizyon yayınlarını analiz eder.	
	Yayıcılıkta kaos dönemi, özel yayınlar ve yasal çoğulculuk dönemini değerlendirir.	
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	Giriş	PY1, PY3
2	İletişim Olgusu ve Süreci	PY1, PY3
3	İletişimin Diğer Disiplinlerle İlişkisi	PY1, PY16
4	İletişimin İşlevleri	PY1, PY6
5	İletişim Türleri	PY1, PY10
6	İletişim Araçları	PY12
7	Kişilerarası İletişim	PY6, PY7
8	Kitlel İletişim ve Kitle İletişim Araçları	PY3, PY12
	Ara Sınav	
9	Haber Ajansları	PY3, PY12
10	İnternet ve Yeni Medya	PY3, PY12
11	Örgütsel-Kurumsal İletişim	PY12, PY17
12	İletişim ve Etik	PY9
13	İletişim Araştırmaları	PY6, PY15
14	Türkiye’de İletişim ve Kitlel İletişim	PY1, PY3, PY9
	Dönem Sonu Sınavı	
	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitap ve derste yürütülen tartışmalar çerçevesinde, karma yöntemle hazırlanmış (çoktan seçmeli, doğru-yanlış, klasik) bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı %40 finalinki ise %60’tır. Geçme notu 100 üzerinden 60’tır.	
Örnek Sorular	1. Aşağıdakilerden hangisi iletişim sürecinin ögeleri arasında değildir? A-) Kaynak B-) İleti C-) Alıcı D-) Dönüştürücü E) Kanal 2. “İletişimin geçmişteki adı haberleşmedir.” A-) Doğru B-) Yanlış 3. Kurum içi iletişim kavramını açıklayınız.	
Cevap Anahtarı	1-) D 2-) A	

	3-) Kurum içi iletişim, bir örgüt veya işletme içerisinde çalışanlar, yöneticiler ve farklı birimler arasında bilgi, duygu ve düşünce alışverişinin gerçekleşmesini ifade eder. Başka bir deyişle, kurum içi iletişim; çalışanların görevlerini yerine getirebilmeleri, kararların paylaşılması, iş birliğinin sağlanması, örgütsel hedeflere ulaşılması ve kurum kültürünün geliştirilmesi için gerekli olan resmi ve gayriresmî tüm iletişim süreçlerini kapsar.	
Kaynak Kitap		Yazar: Aysel AZİZ İletişime Giriş, Nobel Akademik Yayıncılık.
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		Yazar: Metin IŞIK İletişim Bilimine Giriş, Eğitim Yayınevi.

HİT1007 - Genel İşletme

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
Oda Numarası	Z-42
Ofis Saatleri	
E-posta	hanifi.karacinar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	İşletme ve işletme yönetiminin temel kavramlarını tanıtmak, işletme bilimi ve işletmeye geniş ve bütüncül bir bakış açısı ile bakmalarını sağlamaktır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	İşletme İle İlgili Temel Kavramlar
	İşletmelerin gelişim süreçlerini ifade eder.
	İşletmelerin temel kavramlarını tanımlar.
	Üretim faktörlerini açıklar.
	İşletmeyi bir sistem olarak yorumlar.
	İşletmenin üretim ve dönüşüm sürecini yorumlar.
	İşletmenin Çevresi ve İşletmenin Amaçları
	İşletmenin iç çevresi ve dış çevresini tanımlar.
	İşletmenin çevresel faktörlerini açıklar.
	İşletme çevresini sınıflandırır.
	İşletmenin çevresindeki tehdit ve fırsatları tartışır.
	İşletmelerin amaçlarını sıralar.
	İşletmenin Kuruluş Çalışmaları
	İşletme kurma nedenlerini açıklar.
	İşletme kurma süreçlerini açıklar.
	İşletme kuruluş aşamalarını sıralar.
	Fizibilite çalışmalarını sınıflandırır.
	İşletme kuruluş yeri faktörlerini tartışır.
	Organize sanayi bölgelerini türlerine göre ayırt eder.
	İşletmenin Türleri
	İşletmeleri türlerine göre sınıflandırır.
	İşletme türlerinin özelliklerini açıklar.
	İşletmeleri türlerine göre birbirinden ayırt eder.
	İşletmelerde Büyüme ve İşbirliği Şekilleri
	Büyüme kavramını tanımlar.
	Büyümenin nedenlerini açıklar.
	Büyümeyi etkileyen faktörleri sıralar.
	Büyükölçek ölçütleri açıklar.
	Büyümenin amacını tartışır.
	Büyüme şekillerini açıklar.
	Büyümeyi yönlerine göre sınıflandırır.
	Büyümenin kısıtlılıkları açıklar.
	İşletmenin Yönetim Fonksiyonu
	Yönetim kavramını tanımlar.
	Yönetimin fonksiyonlarını sınıflandırır.
	Yönetim fonksiyonlarını açıklar.
	Yönetim kademelerini sınıflandırır.
	Yönetim faaliyetlerinin özelliklerini açıklar.
	Başarılı yöneticilerin özelliklerini tartışır.
	İşletmenin Üretim Fonksiyonu
	Üretim kavramını tanımlar.
	Üretim prosesini açıklar.

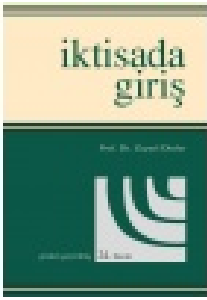
	Üretim faktörlerini sıralar.		
	Üretim faaliyeti türlerini sınıflandırır.		
	Üretim türlerini açıklar.		
	İşletmenin Pazarlama Fonksiyonu		
	Pazarlama kavramını tanımlar.		
	Pazarlama faaliyetinin işlevini açıklar.		
	Pazar araştırması türlerini sınıflandırır.		
	Pazarlama fonksiyonlarını sınıflandırır ve açıklar.		
	Pazarlama türlerini sıralar.		
	İşletmenin Muhasebe ve Finans Fonksiyonu		
	Muhasebe ve finans kavramlarını tanımlar.		
	Muhasebe işlevlerini sıralar.		
	Muhasebeyi türlerine göre sınıflandırır.		
	Finansman işlevlerini sıralar.		
	Finansman kaynaklarını sınıflandırır.		
	İşletmenin İnsan Kaynakları Fonksiyonu		
	İnsan kaynakları kavramını tanımlar.		
	İnsan kaynakları fonksiyonunun çalışma alanını tanımlar.		
	İnsan kaynakları fonksiyonunun işlevlerini sınıflandırır.		
	İnsan kaynakları işlevlerini açıklar.		
	İşletmenin Halkla İlişkiler Fonksiyonu		
	Halkla ilişkiler kavramını tanımlar.		
	Halkla ilişkiler fonksiyonunun amaçlarını açıklar.		
	Halkla ilişkiler fonksiyonu sınıflandırır.		
	Halkla ilişkilerin sorumluluk alanını betimler.		
	Halkla ilişkiler fonksiyonunun işlevlerini açıklar.		
	İşletmenin Araştırma Geliştirme Fonksiyonu		
	Araştırma geliştirme kavramını tanımlar.		
	Araştırma geliştirme fonksiyonunun amaçlarını açıklar.		
	Araştırma geliştirme fonksiyonunun işlevlerini açıklar.		
	Araştırma geliştirme sürecini sıralar.		
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1		Oryantasyon haftası	
2		İşletme İle İlgili Temel Kavramlar	PY1,PY2,PY3
3		İşletmenin Çevresi ve İşletmenin Amaçları	PY1,PY2,PY3
4		İşletmenin Kuruluş Çalışmaları	PY1,PY2,PY3
5		İşletmenin Türleri	PY1,PY2,PY3
6		İşletmenin Türleri	PY1,PY2,PY3
7		İşletmelerde Büyüme ve İşbirliği Şekilleri	PY1,PY2,PY3
8		İşletmenin Yönetim Fonksiyonu	PY9-PY13-PY14
		Ara Sınav	
9		İşletmenin Pazarlama Fonksiyonu	PY16-PY17
10		İşletmenin Üretim Fonksiyonu	
11		İşletmenin Muhasebe ve Finans Fonksiyonu	PY8
12		İşletmenin İnsan Kaynakları Fonksiyonu	PY2
13		İşletmenin Halkla İlişkiler Fonksiyonu	PY1-PY3-PY13
14		İşletmenin Araştırma Geliştirme Fonksiyonu	PY7
		Dönem Sonu Sınavı	
		Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	

Örnek Sorular	1. Aşağıdakilerden hangisi Halkla ilişkiler fonksiyonun işlevlerinden değildir. a-) Toplum üzerinde olumlu etki ve izler bırakmak, b-) Halkı aydınlatıcı bilgileri düzenli olarak vermek, c-) Şirketlerin muhasebe kayıtlarının yapılması, d-) Halkın işletmeye sempati, anlayış ve destek göstermesini sağlamak, e-) Halkın güvenini sağlayarak işletme-toplum bütünleşmesini sağlamaktır. 2. “Belirlenmiş hedef kitleleri etkilemek için hazırlanmış planlı, inandırıcı, iletişim çabası” olarak tanımlanan işletme fonksiyonu aşağıdakilerden hangisidir? a-) Halkla ilişkiler b-) Yönetim c-) İnsan Kaynakları d-) Pazarlama e-) Üretim 3. Girdilerin fayda yaratacak şekilde mamul veya hizmete dönüştürülmesine ne denir ? a-) Üretim b-) Pazarlama c-) Finansman d-) Muhasebe e-) ARGE 4. Bir otomobil firmasının lastik fabrikası açması nasıl bir büyümedir ? a-) Yatay Büyüme b-) İleriye Doğru Dikey Büyüme c-) Küçülme d-) Geriye Doğru Dikey Büyüme e-) Çapraz büyüme 5. Pazardaki bir boşluğu veya ihtiyacı belirleyerek iş fikrine dönüştüren ayrıca risk üstlenen ve işini kurabilmek için gerekli kaynakları bir araya getirebilen kişiye ne ad verilir? a-) İşveren b-) Girişimci c-) Lider d-) İş gören e-) Patron 6. I. İş gören bulma ve seçme II. Eğitim ve geliştirme III. Performans değerlendirme IV. Kariyer planlama V. Ücret yönetimi Yukarıdakilerden hangisi İnsan kaynakları fonksiyonlarıdır? a-) I-II b-) I-II-V c-) III-IV d-) I-II-III-V e-) Hepsi 7. I. Tehditler II. Fırsatlar III. Güçlü yönler IV. Zayıf yönler SWOT analizi yukarıdaki kavramların hangisini kapsar? a-) Yalnız III b-) I, II c-) II, III d-) III, IV e-) Hepsi 8. İhtiyaçlar Hiyerarşisi kuramı kime aittir ? a-) Max Weber b-) Douglas McGregor c-) Abraham Maslow d-) Frederick W. Taylor e-) Auguste Comte
Cevap Anahtarı	1-c, 2-a, 3-a, 4-d, 5-b, 6-e, 7-e, 8-c
Kaynak Kitap	 Yazar/Editör: Prof. Dr. Bülent TOKAT, Dr. Hakan KARA, Genel İşletme, Ekin Yayınları, 2018, Kütahya Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar:
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 -Prof. Dr. M. Şerif ŞİMŞEK, Prof. Dr. Adnan ÇELİK, Genel İşletme, Eğitim Yayınevi, 2017 -Tamer KOÇEL, İşletme Yöneticiliği, İstanbul, 2018

HİT1009 - Ekonomi

Öğretim Üyesi	Öğr. Gör. Kenan YETEROĞLU
Oda Numarası	Z/19
Ofis Saatleri	
E-posta	kenan.yeteroglu@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	Ekonomi biliminin ne olduğunu kavraması, arz ve talep miktarlarını kullanarak fiyat ya da miktar değişimleri ile ilgili tahminlerde bulunabilmesi ve makroekonomik konularla ilgili yorum yapabilmesi amaçlanır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	İktisadın temel kavramları
	İktisat bilimini tanımlar.
	İktisadın temel kavramlarını açıklar.
	Ekonominin temel hedeflerini sıralar.
	Ekonomiyi sınıflandırır.
	Ekonominin temel sorunları
	Ekonominin çalışma alanlarını açıklar.
	Ekonominin temel sorunlarını tartışır.
	Üretim faktörlerini tartışır.
	Ekonomik tercih ve kıtlık kanunu
	Tercih ve kıtlık kavramlarını tanımlar.
	Seçim ve fırsat maliyeti kavramlarını ifade eder.
	Üretim imkânları sınırını tanımlar.
	Ekonomik sistemleri sınıflandırır.
	Talep ve talebi etkileyen faktörler, talep kayması
	Talep kavramını tanımlar.
	Piyasa talebini açıklar.
	Talebi etkileyen faktörleri sıralar.
	Talep eğrisini açıklar.
	Talepteki değişimleri yorumlar.
	Talep kaymasını tartışır.
	Arz ve arzı etkileyen faktörler, arz kayması
	Arz kavramını tanımlar.
	Arzı etkileyen faktörleri sıralar.
	Arz eğrisini açıklar.
	Arzdaki değişimleri yorumlar.
	Arz kaymasını tartışır.
	Esneklik
	Esneklik kavramını tanımlar.
	Talep esnekliklerini sınıflandırır.
	Talep esnekliklerine etki eden faktörleri açıklar.
	Arz esneklik çeşitlerini sınıflandırır.
	Arz esnekliklerine etki eden faktörleri açıklar.
	Piyasa dengesi
	Piyasa kavramını tanımlar.
	Piyasa dengesini açıklar.
	Piyasa türleri sıralar.
	Piyasa dengesindeki değişimleri analiz eder.
	Devletin fiyat kontrol müdahalelerini açıklar.
	Ekonomideki piyasa türleri
	Piyasa türlerini sınıflandırır.

	Tam rekabet piyasası kavramını tanımlar.	
	Tam rekabet piyasası koşulları ve özelliklerini açıklar.	
	Aksak rekabet piyasasını sınıflandırır.	
	Aksak rekabet piyasasının özelliklerini açıklar.	
	Milli gelir	
	Milli gelir ile ilgili kavramları tanımlar.	
	Milli gelir hesaplama türlerini sınıflandırır.	
	Milli geliri ve kişi başına düşen milli geliri hesaplar.	
	Milli gelirin hesaplanmasındaki sorunları tartışır.	
	Enflasyon	
	Enflasyon kavramını tanımlar.	
	Enflasyonu sebeplerine göre sınıflandırır.	
	Enflasyonun ekonomi üzerindeki etkilerini yorumlar.	
	Enflasyonun ölçülmesi yöntemlerini kavrar.	
	İstihdam ve işsizlik	
	İstihdam ve işsizlik kavramlarını tanımlar.	
	Çalışabilir nüfus, işgücü, işsiz, işsizlik oranı kavramlarını tanımlar.	
	İşsizlik oranı hesaplanma yöntemini açıklar.	
	İşsizlik türlerini sınıflandırır.	
	Gelir Dağılımı	
	Gelir dağılımı kavramını tanımlar.	
	Gelir dağılımı türlerini açıklar.	
	Para kavramını tanımlar ve paranın fonksiyonlarını açıklar.	
	Para arzının ölçülmesi yöntemlerini açıklar.	
	Bankacılık sistemini sınıflandırır.	
	Merkez bankasının fonksiyonlarını ifade eder.	
	Para teorisi varsayımlarını tartışır.	
	Hafta-Tarih	Ders Konuları
	1	Oryantasyon haftası
	2	İktisadın temel kavramları
	3	İktisadın temel kavramları
	4	Ekonominin temel sorunları
	5	Ekonomik tercih ve kıtlık kanunu
	6	Talep ve talebi etkileyen faktörler, talep kayması
	7	Arz ve arzı etkileyen faktörler, arz kayması
	8	Esneklik
		Ara Sınav
	9	Piyasa dengesi
	10	Ekonomideki piyasa türleri
	11	Milli gelir
	12	Enflasyon
	13	İstihdam ve işsizlik
	14	Gelir Dağılımı
		Dönem Sonu Sınavı
		Bütünleme Sınavı
	Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır

Örnek Sorular	1. Aşağıdakilerden hangisi Arzdaki değişmeye neden olan diğer faktörlerden değildir? a-) Üretim maliyetleri b-) Tüketici gelirleri c-) Diğer malların fiyatları d-) Teknoloji ve verimlilik e-) Arz edilen miktar 2. Arz edilen miktar ile talep edilen miktarı birbirine eşitleyen fiyata ne ad verilir? a-) Arz b-) Talep c-) Piyasa fiyatı d-) Esneklik e-) Marjinal fayda 3. Türkiye'nin Gini katsayısı aşağıdakilerden hangisi olabilir ? a-) 0,18 b-) 0,28 c-) 0,38 d-) 0,58 e-) 0,78 4. Gelir dağılımını; nüfus yüzdelerinin, milli gelirden aldıkları payların yüzdeleri biçiminde açıklayan kavram aşağıdakilerden hangisidir? a-) Lorenz eğrisi b-) Kaydı Para c-) Takas d-) Gini Katsayısı e-) Para 5. Tarım, turizm ve inşaat sektöründe karşılaşılan işsizlik türü aşağıdakilerden hangisidir? a-) İşsizlik b-) Mevsimsel işsizlik c-) Konjektürel işsizlik d-) Yapısal işsizlik e-) Gizli işsizlik 6. Tüketicilerin satın aldığı mal ve hizmetlerin fiyatlarındaki artışı ölçmek için kullanılan endeks aşağıdakilerden hangisidir? a-) ÜFE b-) Enflasyon c-) Deflatör d-) GSYH e-) TÜFE 7. I. Birbirlerini kesmezler II. Negatif eğimlidirler III. Orijine göre dış bükeydirler IV. Orijine göre iç bükeydirler Yukarıdakilerden hangisi Eş ürün eğrilerinin özelliklerindendir? a-) Yalnız I b-) Yalnız II c-) II, III d-) I,II III e-) Hepsisi 8. Üretim elemanlarının bir araya getiren, mal ve hizmet üretmek amacıyla her türlü kâr ve zararı üstlenerek teşebbüsü kuran, işletmesini sağlayan kimseye ne denir? a-) İşgören b-) Patron c-) Yönetici d-) Girişimci e-) Hiçbiri
Cevap Anahtarı	1-b, 2-c, 3-c, 4-a, 5-b, 6-e,7-d, 8-d
Kaynak Kitap	 Yazar/Editör: Z.Dinler, İktisada Giriş, Ekin Yayınları Bursa, 2017 Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 Prof.Dr. Zeynel DİNLER, Mikro Ekonomi, Ekin Yayınları Bursa,2019

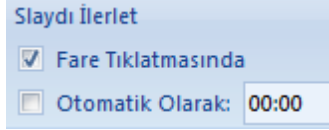
ENF100 - Bilişim Teknolojileri ve Ofis Yazılımlar

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
Oda Numarası	Z-42
Ofis Saatleri	
E-posta	hanifi.karacinar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	Bilgi Teknolojileri kullanımının yaygınlaştırılması, bilgisayar okur-yazarlığının artırılması, Donanım, İşletim Sistemi, Office Programları ve İnternet kullanımı konularında deneyim sahibi olunması.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Bilgisayarın Donanım Yapısı-Birimleri
	Bilgisayar donanım kavramlarının ne anlama geldiğini bilir.
	Temel bilgisayar donanım bileşenlerini değerlendirebilir.
	Öğrenilen donanım bilgisine göre nasıl bilgisayar alacağını bilir.
	Kısa Yollar, Genel Windows İşlemleri, İnternet ve Mail İşlemleri
	Temel bilgisayar kısa yollarını bilir.
	Klasör oluşturma, isim değiştirme, kopyalama, yapıştırma, silme, ekran çözünürlük ayarlarını, program yükleme, kaldırma işlemlerini yapabilir.
	İnternette etkili arama yapabilir. Gop mailden mail gönderme yapabilir.
	Akademik veri tabanlarını bilir ve makale, bildiri, tez gibi bilimsel kaynakları indirip okuyabilir.
	Kelime İşlemci- Giriş Sekmesi
	Yazı tipini, boyutunu, rengini ayarlamayı bilir.
	Metin içindeki yazılan hizalama, satır aralığı verme işlemlerini yerine getirebilir.
	Metin içerisinde detaylı madde numaralandırmayı nasıl yapıldığını bilir.
	Metin içerisinde kelime arama, değiştirme işlemlerinin nasıl yapılması gerektiğini bilir.
	Kelime İşlemci- Ekle Sekmesi (Tablo Çalışmaları)
	Çalışmaya tablo nasıl ekleneceğini bilir.
	Eklenen tabloyu nereden, nasıl düzenleyebileceğini bilir.
	Farklı tablo uygulamalarının nasıl yapabileceğini farkına varabilir.
	Kelime İşlemci- Ekle Sekmesi (Çizimlerle Çalışma)
	Çalışmaya çizim objelerinin nasıl ekleneceğini bilir.
	Çalışmadaki çizim objelerini nereden, nasıl düzenleyeceğini bilir.
	Çizim araçlarını hangi uygulamalarda hangi amaçla kullanabileceğini kavrar.
	Kelime İşlemci- Ekle Sekmesi (Karışık Uygulamalar)
	Çalışmaya köprü niçin ekleneceğini ve nasıl ekleneceğini bilir.
	Çalışmaya nasıl üst, alt bilgi ve sayfa numarası ekleyeceğini bilir.
	Çalışmaya nasıl denklem ekleyeceğini bilir.
	Ekle sekmesinde öğrendiği özellikleri karışık uygulama üzerinde uygulamayı gerçekleştirebilir.
	Kelime İşlemci- Sayfa Düzeni Sekmesi
	Çalışmada kullanılan sayfada kenar boşluklarını, kağıt boyutunu ve sayfayı yatay-dikey çevirmeyi gerçekleştirebilir
	Çalışmadaki metinleri istenilen düzende sütunlara bölebilir.
	Çalışmaya filigran, sayfa rengi ve sayfa kenarlığı ayarlamayı bilir.
	Kelime İşlemci- Sayfa Düzeni Sekmesi (Karışık Uygulamalar)
	Sayfa düzeni sekmesi ile alakalı uygulamaları gerçekleştirebilir.

Kelime İşlemci- Başvurular Sekmesi
Çalışmaya içindekiler tablosu neden ve nereden ekleneceğini bilir.
Metin içerisinden dipnot nasıl, nereden ve niçin eklendiğini bilir.
Kelime İşlemci- Gözden Geçir Sekmesi
Metin içerisinde imla kurallarının kontrolü nasıl yapılacağını bilir.
Metin içerisine açıklama balonları eklemeyi neden ve nereden yapması gerektiğini bilir.
Kelime İşlemci- Bilimsel Yazım Kuralları
Bilimsel çalışmaların hangi formatta yazılması gerektiğini bilir.
Bilimsel çalışmalarda bildiri örneği uygulaması gerçekleştirilir.
Kelime İşlemci- Genel Uygulama
Kelime İşlemci için genel tekrar uygulaması yapılarak tüm konular tekrar edilir ve kavramları daha iyi kavraması sağlanır.
Sunu Programının Tanıtımı ve İşlevi, Ekran Öğeleri ve Menüler
Sunu programının kullanımını kavrar.
Sunu programı menülerini kavrar.
Etkili bir sunum nasıl hazırlanır öğrenir.
Slayta programında uygulama gerçekleştirme
Etkili sunum hazırlama kurallarına göre sunum hazırlamayı kavrar.
Hesap Tabloları- Giriş Sekmesi (Tablo Çalışmaları)
Yazı tipini, boyutunu, rengini ayarlamayı bilir.
Hesap tabloları üzerinde tablo nasıl çizeceğini kavrar.
Farklı türlerde tablo hazırlamayı bilir.
Finansal, tarihsel gibi işlemleri nasıl yapılabileceğini kavrar.
Hesap Tabloları- Ekle Sekmesi (Grafik Çalışmaları)
Çalışma alanına grafik eklemeyi bilir.
Farklı türdeki grafikleri hangi amaç için kullanacağını kavrar.
Hesap Tabloları- Giriş-Ekle Sekmesi (Karışık Uygulamalar)
Koşullu biçimlendirme hangi amaç için kullanıldığını kavrar.
Filtreleme hangi amaç için kullanıldığını kavrar.
Giriş ve Ekle sekmesinde öğrendiği özellikleri karışık uygulama üzerinde uygulamayı gerçekleştirebilir.
Hesap Tabloları- Temel Formül Yazmayı Öğrenme
Hesap tablolarında formülün nasıl yazılacağını bilir.
Temel formülleri yazmayı kavrar ve nerelerde kullanılacağını bilir.
Hesap Tabloları- Matematiksel Formülleri Yazma
Matematiksel formüllerin yazımını kavrar
Matematiksel formülleri nerede nasıl kullanılacağını bilir.
Birden fazla formülü birleştirerek formül yazmayı bilir.
Hesap Tabloları- Matematiksel Formül (Karışık uygulamalar)
Öğrenilen matematiksel formüllerini farklı çalışmalarda iç içe nasıl kullanacağını kavrar.
Matematiksel formüller üzerine karışık uygulamayı gerçekleştirebilir.
Hesap Tabloları- Koşul Formülleri Eğer (Uygulama)
Koşul formüllerinden eğer formülünün ne amaçla kullanabileceğini kavrar.
Eğer formülünü kullanımını bilir, farklı çalışmalarda nasıl kullanılacağı kavrar.
Hesap Tabloları- Koşul Formülleri İç İçe Eğer (Uygulama)
İç içe eğer formülünün yazımını kavrar.
İç içe eğer formülünün farklı çalışmalarda nasıl kullanılacağını bilir.

	Koşul formülleriyle ilgili uygulamaları gerçekleştirebilir	
	Hesap Tabloları- Koşul Formülleri	
	Eğersay formülünün kullanımını kavrar.	
	Etopla formülünün kullanımını kavrar.	
	Eğerortalama formülünün kullanımını kavrar.	
	Düşeyara formülünün kullanımını kavrar	
	Hesap Tabloları - Genel Uygulama	
	Hesap Tabloları için genel tekrar uygulaması yapılarak tüm konular tekrar edilir ve kavramları daha iyi kavraması sağlanır.	
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	Tanışma, ders tanıtımı	
2	Bilgisayarın Donanım Yapısı-Birimleri	PY4
3	Kısa Yollar, Genel Windows İşlemleri, İnternet ve Mail İşlemleri	PY4
4	Kelime İşlemci; Dosya, Giriş Sekmesi	PY4
5	Kelime İşlemci; Ekle, Çiz, Tasarım, Düzen Sekmesi	PY4
6	Kelime İşlemci; Başvurular, Posta, Gözden Geçir, Görünüm Sekmesi	PY4
7	Kelime İşlemci; Bilimsel Yazım Kuralları, Genel Uygulama	PY4
8	Sunu Programı; Dosya, Giriş, Ekle, Çiz, Tasarım, Geçişler Sekmesi	PY4
	Ara Sınav	
9	Sunu Programı; Animasyonlar, Slayt Gösterisi, Kaydet, Gözden Geçir, Görünüm Sekmesi	PY4
10	Sunu Programı Genel Uygulama	PY4
11	Hesap Tabloları; Dosya, Giriş, Ekle, Sayfa Düzeni Sekmesi	PY4
12	Hesap Tabloları Formüller Sekmesi	PY4
13	Hesap Tabloları; Veri, Gözden Geçir, Görünüm, Otomatikleştir Sekmesi	PY4
14	Hesap Tabloları Genel Uygulama	PY4
	Dönem Sonu Sınavı	
	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan klasik olarak bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular	1. Aşağıdaki uzantılardan hangisine sahip olan bir dosyayı Microsoft Office içerisindeki programlardan herhangi biri ile açmak mümkün değildir? a) docx b) pdf c) xls d) pptx e) xlsx 2. Aşağıdaki hangi donanım biriminde bilgiler geçici olarak depolanır? a) CD b) HARDDİSK c) DVD d) RAM e) KART OKUYUCU 3. Bir bilgisayarın çalışabilmesi için gerekli olan en temel yazılım aşağıdakilerden hangisidir? a) Programlama dilleri b) Uygulama yazılımı c) İnternet yazılımı d) Mobil Yazılım e) İşletim sistemi yazılımı 4. Aşağıdakilerden hangisi geçerli bir mail adresidir? a) fatihmarashi@gop.edu.tr b) hakpinar.gop.edu.tr c) maksu@gop.edu.tr d) gulhanim@gov.com.tr e) omer.yigit@gop.edu.tr 5. Farklı Kaydet aşağıdaki hangi tuş kombinasyonlarıyla sağlanır? a) CTRL+S b) CTRL+F3 c) CTRL+F12 d) F3 e) F12 6. PowerPoint dosyalarının uzantısı nedir? a) ppx b) xls c) pwr d) ppt e) doc	

7. Powerpoint programında slayt gösterisi bu, şekilde görüldüğü gibi ayarlandıysa slayt nasıl geçer?



- a) Otomatik olarak
- b) Tıklandığında yada enter'a, boşluğa, aşağı tuşa, sağ tuşa basıldığında geçiş yapar
- c) 0 saniye bekler ve geçer
- d) Sunum başlar ve kendiliğinden biter
- e) Slaytı ve powerpointi fare tıklandığında kapatır

	A	B	C	D
1	AD SOYAD	SERTİFİKA SINAVI	UYGULAMA SINAVI	DEĞERLENDİRME
2	AYŞE ÖZ	90	70	
3	ANIL SARAR	54	60	
4	MERVE AL	78	75	
5	CEM SEZER	45	55	

Merve Al'ın Sertifika sınavı notu 70 ve üstü ise uygulama sınavı notuna 10 puan ekleyen değilse uygulama sınav notundan 10 puan azaltan formül aşağıdakilerden hangisidir?

- a) =Eğer(B4>70;C4+10; C4)
- b) =Eğer(C4>70;B4+10; B4-10)
- c) =Eğer(C4>70;B4-10; C4+10)
- d) =Eğer(B4>=70;C4+10; C4-10)
- e) =Eğer(B4>=70;C4-10 ; C4+10)

	A	B	C	D	E
1	4	5	6	7	8
2	1	2	3	4	5
3	7	10	6	4	2
4	2	12	1	7	5
5	6	2	9	8	3
6					

9. Tabloya göre “=ORTALAMA(A1:A5)” formülünün sonucu aşağıdakilerden hangisidir?

- a) 4
- b) 10
- c) 20
- d) 2
- e) 3,8

10. Alttaki şekil PowerPoint çalışma ortamında yer alan bölümlerden hangisini ifade etmektedir?



- a) Durum Çubuğu
- b) Hızlı Erişim Araç Çubuğu
- c) Şerit Yapısı
- d) Başlık Çubuğu
- e) Slayt paneli

Cevap Anahtarı

1-b, 2- d, 3- e, 4- c, 5- e, 6-d, 7-b, 8-d, 9-a, 10-b

Kaynak Kitap

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Uzaktan Eğitim Sistemi üzerinden yayınlanan ilgili dersin videolu anlatımları ve canlı dersler

Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi

Yök dersler platformunda açık erişimde olan Atatürk Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi Açıköğretim fakültelerinin Temel Bilgi Teknolojileri I-II ders notları.

AİİT101 - Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. İzzet Bahri ATEŞLİ
Oda Numarası	Z/31
Ofis Saatleri	
E-posta	izzetbahri.atesli@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	Yakın Tarihimizden çıkarılan derslerle Türk Gençliği'ne ulusal (milli) ve içsel (manevi) değerlerini kazandırmak ve Türkiye coğrafyası ve Türk Yurdu'na yönelik tehditler bakımından üniversite gençliğini aydınlatmak
Konu ve İlgili Kazanımlar	DERSLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR, İNKILÂPÇILIK İLKESİ İnkılâp, İhtilal, Devrim, Evrim/Tekâmül, Islahat/Reform, İsyan, Darbe,
	Atatürk İlkeleri ve inkılap tarihine ilişkin temel kavramları açıklar.
	Islahat/İnkılap/İhtilal kavramlarını açıklar.
	İnkılabın unsurları ve evrelerini bilir
	Türk İnkılabını diğer inkılaplardan ayıran temel özellikleri ve Türk İnkılabının siyasi değerini kavrar.
	OSMANLI DEVLETİNİN GERİLEMESİNİN İÇ SEBEPLERİ Devlet Yönetiminde, Eğitimde, Ekonomik, Sosyal ve Toplumsal Alanda Meydana Gelen Problemler
	Osmanlı Devleti'nin çöküş nedenlerini açıklar.
	Yıkılışı sebep-sonuç ilişkisi içerisinde değerlendirir.
	OSMANLI DEVLETİNİN GERİLEMESİNİN DIŞ SEBEPLERİ Sömürgecilik, Sanayi Devrimi ve Emperyalizm, Batılı Devletlerin Osmanlı Devleti Üzerindeki Emelleri, Şark Meselesi, Osmanlı Devletini Paylaşma Projeleri
	Osmanlı Devletinin yıkılmasına yol açan dış etkenleri açıklar.
	Sömürgecilik faaliyetleri ve Osmanlı Devletinin bu faaliyetlerden nasıl etkilendiği hakkında fikir edinir.
	ÇAĞDAŞ DÜNYANIN TEMEL KAVRAMLARI Aydınlanma, Demokrasi, Laiklik, Milliyetçilik, Liberalizm, Sosyalizm
	İdeoloji kavramlarını tanıır.
	Bu kavramları mukayese etmeyi bilir.
	OSMANLI DEVLETİNDE YENİLEŞME HAREKETLERİ Lale Devri, III. Selim ve II. Mahmut Yenilikleri
	Türk İnkılabı öncesi Osmanlı Devletindeki gelişmeleri açıklar.
	Yenileşme hareketlerini ortaya çıkaran sebepleri bilir.
	OSMANLI DEVLETİNDE YENİLEŞME HAREKETLERİ Tanzimat ve Islahat Dönemi Yenilikleri, Yeni Osmanlılar, Meşrutiyet Hareketleri
	Osmanlı devletinde yenilik hareketlerini kavrar.
	Bu hareketlerin teorik ve pratik alanda nasıl uygulandığını ve neden başarısız olduğunu değerlendirir.
	Türk inkılabının tarihî köklerine inerek Cumhuriyete giden süreci anlar.
	OSMANLI DEVLETİNİN SON DÖNEMİNDEKİ FİKİR AKIMLARI Batıcılık, Osmanlıcılık, İslamcılık, Türkçülük
	Fikir akımlarını tanımlar.
	Dönemim şartlarında uygulanabilirlik imkânlarını analiz eder.
	Bu akımların günümüze yansıyan tartışmalarını bilir.
	Fikir ve düşünce hayatımızın oluşumuna ve gelişimine etki eden ortamı anlar.
	OSMANLI DEVLETİNİN YIKILIŞI Trablusgarp ve Balkan Harpleri, I. Dünya Savaşı, Ermeni Meselesi
	I. Dünya Savaşı'nda Osmanlı Devleti'nin durumunu, topraklarının paylaşılması ve işgali açısından değerlendirir
	I. Dünya Savaşı'nın sebep ve sonuçlarını karşılaştırır.
	Ermeni meselesini dünden bugüne anlar ve analiz eder.

		OSMANLI DEVLETİNİN YIKILIŞI I. Dünya Savaşının Sonu: Mondros Ateşkes Anlaşması, Mondros Sonrası İşgaller, Bölücü Faaliyetler
		Mondros Ateşkes Anlaşması’nın imzalanması ve uygulanması karşısında Osmanlı yönetiminin, Mustafa Kemal’in ve halkın tutumunu değerlendirir.
		Kurtuluş Mücadelesi ve Türk Devleti’nin kuruluş sürecindeki önemli noktaları açıklayabilir.
		MİLLÎ MÜCADELE Kurtuluş Çareleri, Barışçı ve Mandacı Görüş, Bölgesel Kurtuluş Mücadelesi, Millî Dernekler, Kuva-yı Milliye
		Millî Mücadelenin hazırlık döneminde yapılan çalışmaları millî bilincin uyandırılması, millî birlik ve beraberliğin sağlanması açısından değerlendirir.
		Kuvâ-yı Millîye ruhunun oluşumunu, millî cemiyetleri ve millî varlığa düşman cemiyetlerin faaliyetlerini analiz eder.
		Kurtuluş Savaşı süresince uygulanan Kuvay-ı Milliye politikasının temel özelliklerini açıklar.
		MİLLÎ MÜCADELE Atatürk’ün Anadolu’ya Çıkışı, Kongreler Yoluyla Örgütlenme ve Millî Mücadelenin Birleştirilmesi
		Mustafa Kemal Atatürk ve Milli Mücadele kadrosunun kurtuluş savaşının başlatılması ve yürütülmesinin yanısıra yeni Türkiye Devleti’nin kurulması sırasındaki önemli rolünü açıklar.
		Kongrelerin millî mücadeleye yaptıkları hukuki ve siyasi katkıları bilir.
		Millî Mücadele örneğinden hareketle Türk milletinin millî birlik ve beraberlik anlayışı içerisinde özgürlük, bağımsızlık ve vatanseverlik duyguları ile her türlü zorluğun üstesinden gelebileceğini kavrar.
		MİLLÎ MÜCADELE Mebusan Meclisi, Misak-ı Milli ve İstanbul’un Resmen İşgali
		Son Osmanlı Mebusan Meclisi ve Misak-ı Milli’nin önemini kavrar.
		Misak-ı Milli’nin millî mücadelenin hedeflerine yaptığı katkıyı değerlendirir.
		İstanbul’un işgali ve işgalin yarattığı etkiyi analiz eder.
		MİLLÎ MÜCADELE TBMM’nin Açılışı ve Anadolu’nun Yönetimini Ele Alması, TBMM’nin Özellikleri
		Türkiye Büyük Millet Meclisi’nin açılışını “millî egemenlik”, “tam bağımsızlık” ilkeleri ve vatanın bütünlüğü esasları ile ilişkilendirir.
		I.TBMM’nin yapısı ve nitelikleri hakkında bilgi sahibi olur.
		I.TBMM’nin parlamento tarihimizdeki yeri ve önemini kavrar.
Hafta-Tarih		Ders Konuları
1		Oryantasyon Haftası
2		DERSLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR, İNKILÂPÇILIK İLKESİ İnkılâp, İhtilal, Devrim, Evrim/Tekâmül, Islahat/Reform, İsyan, Darbe,
3		OSMANLI DEVLETİNİN GERİLEMESİNİN İÇ SEBEPLERİ Devlet Yönetiminde, Eğitimde, Ekonomide ve Genel Ahlakta Meydana Gelen Problemler
4		OSMANLI DEVLETİNİN GERİLEMESİNİN DIŞ SEBEPLERİ Sömürgecilik, Sanayi Devrimi ve Emperyalizm, Batılı Devletlerin Osmanlı Devleti Üzerindeki Emelleri, Şark Meselesi, Osmanlı Devletini Paylaşma Projeleri
5		ÇAĞDAŞ DÜNYANIN TEMEL KAVRAMLARI Aydınlanma, Demokrasi, Laiklik, Milliyetçilik, Liberalizm, Sosyalizm
6		OSMANLI DEVLETİNDE YENİLEŞME HAREKETLERİ Lale Devri, III. Selim ve II. Mahmut Yenilikleri
7		OSMANLI DEVLETİNDE YENİLEŞME HAREKETLERİ Tanzimat ve Islahat Dönemi Yenilikleri, Yeni Osmanlılar, Meşrutiyet Hareketleri
8		OSMANLI DEVLETİNİN SON DÖNEMİNDEKİ FİKİR AKIMLARI Batıcılık, Osmanlıcılık, İslamcılık, Türkçülük
		Ara Sınav
9		OSMANLI DEVLETİNİN YIKILIŞI Trablusgarp ve Balkan Harpleri, I. Dünya Savaşı, Ermeni Meselesi

10	OSMANLI DEVLETİNİN YIKILIŞI I. Dünya Savaşının Sonu: Mondros Ateşkes Anlaşması, Mondros Sonrası İşgaller, Bölücü Faaliyetler	
11	MİLLÎ MÜCADELE Kurtuluş Çareleri, Barışçı ve Mandacı Görüş, Bölgesel Kurtuluş Mücadelesi, Millî Dernekler, Kuva-yı Milliye	
12	MİLLÎ MÜCADELE Atatürk'ün Anadolu'ya Çıkışı, Kongreler Yoluyla Örgütlenme ve Millî Mücadelenin Birleştirilmesi	
13	MİLLÎ MÜCADELE Mebusan Meclisi, Misak-ı Milli ve İstanbul'un Resmen İşgali	
14	MİLLÎ MÜCADELE TBMM'nin Açılışı ve Anadolu'nun Yönetimini Ele Alması, TBMM'nin Özellikleri	
	Dönem Sonu Sınavı	
	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar, ders notları ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak test sorularından oluşan bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular	S.1) 1.Coğrafi keşifler 2.Sanayi devrimi 3.Sömürgecilik 4.Kapitülasyonlar Yukarıda verilen gelişmeler Osmanlı devletini en çok hangi alanda etkilemiştir. A) Askeri B) Sosyal C) Ekonomik D) Politik E) İdari S:2) - 12 ada geçici olarak İtalya ya bırakıldı. - Trablusgarp İtalya' ya bırakıldı. - Trablusgarp halkı dini yönden Osmanlıya bağlı kaldı. Yukarıda bazı önemli maddeleri verilen antlaşma hangisidir? A) Londra antlaşması B) Bükreş antlaşması C) İstanbul antlaşması D) Uşi antlaşması E) Paris antlaşması S.3) 1. Yönetilebilme güçlüğü 2. Güvenliğin zor sağlanabilmesinin çok masraflı olması 3. Çok fazla ulusu, dili, dini içinde barındırması 4. İmparatorluğun Avrupa'da güçlü devletlerle komşu olması Osmanlı İmparatorluğunda meydana gelen bu gelişmeler aşağıdakilerden hangisinin sonucudur. A) Sınırların genişlemesinin B) Sanayi Devriminin C) Fransız Devriminin D) Batıda meydana gelen gelişmelerin E) Coğrafi Keşiflerin S.4) Aşağıdakilerin hangisi, tarih araştırmalarında doğru ve objektif bilginin elde edilmesi için göz önünde bulundurulması gereken temel bir olgu değildir? A) Olayların geçtiği zaman ve mekan B) Geçmişin değer yargıları C) Kaynakların yapı ve niteliği D) Olaylar arası etkileşim E) Günümüz sosyal ve siyasal koşulları. S.5) Atatürk, gerçekleştirdiği ulusal mücadele ile yalnız Türk ulusunun değil, sömürülen tüm ulusların da rehberi durumundadır. Bu cümle esas alındığında aşağıdakilerden hangisi söylenemez. A) Atatürk evrensel bir liderdir. B) Ulusal Kurtuluş Savaşını Atatürk hazırlamıştır. C) Kurtuluş savaşı sadece yurt içinde etkili olmuştur. D) Kurtuluş Savaşımız diğer milletleri de etkilemiştir. E) Kurtuluş Savaşı sömürgecilğe karşıdır	
Cevap Anahtarı	1 C, 2 D, 3 A, 4 E, 5 C	
Kaynak Kitap	Yazar/Editör: Sabri ZENGİN, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi, 2. Baskı, Taşhan Kitap, Tokat 2016.	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Kemal Atatürk, Nutuk I-III, İstanbul 1993., YÖK-Komisyon, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi, Ankara 1989, Komisyon, Türkiye Cumhuriyeti Tarihi I-II., Bernard Lewis, Modern Türkiye'nin Doğuşu, Ankara 1996.	

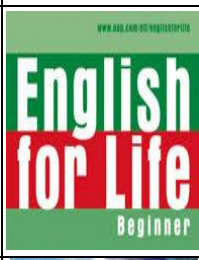
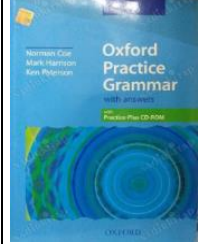
TD101 - Türk Dili I

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Faruk TOYDEMİR
Oda Numarası	205
Ofis Saatleri	
E-posta	faruk.toydemir@gop.edu.tr.
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	Bu dersin amacı Türk dilinin gramer yapısını ve anlatım gücünü öğrencilere kavratmak, Türk dilini daha iyi kullanma becerisini kazandırmaktır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Dersin Amacı ve Kaynakları
	Dersin verilmesindeki genel amaçları öğrenir.
	Dersin temel ve yardımcı kaynakları hakkında bilgi sahibi olur.
	Dilin Tanımı ve Alt Kolları
	Dil ve genel dilbilim hakkında bilgi sahibi olur.
	Dilin alt kolları ve temel kavramlar hakkında bilgi sahibi olur.
	Yapı ve Köken Bakımından Diller
	Dünya dillerini yapıca sınıflandırabilir
	Dünya dillerini kökence sınıflandırabilir
	Dil-Kültür İlişkisi
	Dil-Kültür-medeniyet-uygarlık aralarındaki ilişkiyi kavrar.
	Kelimeler ve yaşam biçimi arasındaki ilişkiyi kavrar.
	Dilin Kültür ve Millet Varlığı İçindeki Yeri
	Dilin kültür ve millet varlığı içindeki yerini ve konumunu kavrar.
	Dil-toplum, dil- ulus ilişkisini kavrar
	Yazım Kuralları
	Yazım kurallarını öğrenir
	Yazım kurallarını uygular
	Örnek metin üzerinde çalışmalar yapar
	Noktalama İşaretleri
	Noktalama işaretlerini öğrenir
	Noktalama işaretlerini metin üzerinde uygular
	Sözcükte ve Cümlede Anlam
	Anlambilimi hakkında bilgi sahibi olur
	Sözcük ve cümle düzeyinde anlam farklılıklarını kavrar
	Anlatım Teknikleri
	Tasvir, öyküleme, açıklama, özlü anlatım... gibi anlatım tekniklerini öğrenir.
	Anlatım tekniklerini uygular.
	Resmi Yazışmalar
	Resmi yazışma kurallarını belirleyen esasları öğrenir.
	Resmi yazışma türlerini öğrenir ve uygular.
	Cümlede Yardımcı Ögeler
	Yardımcı Ögelerin yerlerini ve fonksiyonunu öğrenir.
	Yardımcı Ögeleri cümlede uygular ve örnekler.
	Cümlede Temel Ögeler
	Temel ögeler olmaksızın cümle kurulamayacağını kavrar.
	Temel Ögelerin yerlerini ve fonksiyonunu öğrenir.
	Temel Ögeleri cümlede uygular ve örnekler.
	Dil Yanlırları
	Sözcük düzeyinde dil yanırlarını fark edebilir
	Sözcük düzeyinde dil yanırları örneklemeleri yapabilir.
	Cümle düzeyinde dil yanırlarını fark edebilir
	Cümle düzeyinde dil yanırları örneklemeleri yapabilir.

Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	Oryantasyon Haftası	
2	Dersin amacı ve kaynakları. Dil kavramı ve Türkçenin Dünya Dilleri Arasındaki Yeri	
3	Yapı ve Köken Bakımından Diller	
4	Dil-Kültür İlişkisi, Dilin Toplum Hayatındaki Yeri	
5	Noktalama İşaretleri	
6	Yazım Kuralları	
7	Sözcükte ve Cümlede Anlam	
8	Anlatım Teknikleri	
	Ara Sınav	
9	Resmi Yazışmalar	
10	Resmi Yazışmalar	
11	Cümlede Yardımcı Ögeler	
12	Cümlede Temel Ögeler	
13	Dil Yanlışlıkları, Sözcük Düzeyinde Dil Yanlışları	
14	Dil Yanlışlıkları, Cümle Düzeyinde Dil Yanlışları	
	Dönem Sonu Sınavı	
	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi çoktan seçmeli bir ara sınav ve bir dönem sonu sınavı aracılığıyla yapılacaktır. Ara sınavın ortalamaya katkısı % 40 dönem sonu sınavının ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular	1. Aşağıdakilerden hangisi Türkçenin özelliklerinden biri değildir? (5 puan) A) Ünlü uyumları vardır. B) Soru eki vardır. C) Sıfatlar isimlerden önce gelir. D) Kelimeler bükümlenerek türetilir. E) Çokluk eki vardır 2. Aşağıdaki cümlelerin hangisinde virgölün kullanım amacı diğerlerinden farklıdır? (5 puan) A) Kimsenin arzusu, kaprisi beni bağlamaz. B) Gazeteleri, dergileri buraya istiyorum. C) Romanları, öyküleri, üslubu açısından çekiciydi. D) Dost, kötü günde belli olur. E) Fotokopilerimiz, ders notlarımız nerede? 3. Hayatta güç olan üç şey vardır () Bir sırrı saklamak () bir yarayı unutmak () boş zamanı kullanmak () Yukarıda parantezlerle belirtilen yerlere aşağıdakilerden hangisinde verilen noktalama işaretleri getirilmelidir? (5 puan) A) (:) (,) (.) (.) B) (:) (:) (,) (...) C) (:) (,) (,) (.) D) (,) (,) (,) (.) E) (,) (:) (:) (...) 4. Aşağıdaki cümlelerin hangisinde bir yazım yanlışı yapılmıştır? (5 puan) A) Ben de bir şey diyeceksin sanmıştım. B) Gitme de akşam yemek yiyelim. C) Buradan ayrılmayı hiç te düşünmedim doğrusu. D) Bu kalabalığın işi bitecek de ben de göreceğim! E) Yazının karalamalarında da böyle bir şey yok	
Cevap Anahtarı	1.D 2.D 3. A 4.B	
Kaynak Kitap	Yazar/Editör: Prof. Dr. Hanifi Vural, Türk Dili, Taşhan Kitap, Tokat, 2012.	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	1.Prof. Dr. Muharrem Ergin, Türk Dil Bilgisi, Bayrak Yayınları, İstanbul, 1999. 2.Prof. Dr. Tahsin Banguoğlu, Türkçenin Grameri, TDK Yayınları, Ankara, 1998. 3. Prof. Dr. Mustafa Özkan vd.; Yükseköğretimde Türk Dili Yazılı ve Sözlü Anlatım, Filiz Kitabevi, İstanbul, 2006. 4. Prof. Dr. Mehmet Kaplan, Dil ve Kültür, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2011. 5. Ertem, Rekin - İsa Kocakaplan, Üniversitelerde Türk Dili ve Kompozisyon 6. Serdar Odacı vd., Üniversiteler için Dil ve Anlatım, Palet Yay., Konya, 2009. 7.“Türkçe Sözlük”, TDK Yayınları, Ankara, 2013. 8.“Yazım Kılavuzu”, TDK Yayınları, Ankara, 2012.	

İNG101 - İngilizce I

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Mete ŞEN
Oda Numarası	Z/20
Ofis Saatleri	
E-posta	mete.sen@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	Bu ders sonucu öğrenciler İngilizcenin temel yapılarını kullanarak kendilerini ifade edebileceklerdir. Bu ders öğrencilere İngilizce temel yapılarını başlangıç düzeyde (Beginner / A1) vermeyi amaçlar.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Verb to be, subject pronouns
	Kişi zamirlerini öğrenir ve öznelerle göre to be fiilini yerleştirebilir.
	Kişi zamirlerini kullanarak basit isim cümleleri kurabilir.
	Günlük diyalog örnekleri verilerek sınıf içi aktivite olanağı sağlanır.
	Possessive adjectives, object pronouns, family members
	Aitlik zamiri ve aile üyelerini kavrar.
	Kendi aile üyelerini tanıtabilir.
	Numbers, Days and Months
	Sayıları öğrendiğinde yaşını ifade edebilir. Günleri ve ayları öğrendiğinde kurabildiği cümle çeşitliliğini artırır.
	Countries
	Ülkelerin öğrenimi ile beraber Yes/No sorusu ile sınıf içi çalışma yapar.
	Ülkeleri içeren metni okuyup cevaplandırabilir.
	Prepositions
	Günlük ihtiyacı olan nesnelerin İngilizcesini öğrenir ve kullanır.
	Nesnelerin konumunu anlatabilmek için yer edatlarını kullanır.
	Yer edatları ile sınıf içi soru- cevap çalışmaları yapar.
	A / An & Plural Nouns
	Tekil nesnelerin kullanımında a / an farklılığını öğrenir.
	Birden fazla nesne ifade ederken kelime çoğul yapabilir.
	The Simple Present Tense I (I / you / we / they)
	Geniş zamanda I, you, we ve they özneleri ile olumlu cümle yapabilir.
	Fiil öğrenimini genişleterek daha fazla fiilde cümle kullanmayı deneyimler.
	Özneleri kullanarak negatif ve yes/ no soru cümleleri oluşturur.
	“Wh-” questions
	What, Where, When, How gibi soru kelimelerini öğrenir.
	Present Simple Tense II
	Geniş zamanda üçüncü tekil şahıs özneleri ile olumlu cümle yapabilir.
	Özneleri kullanarak negatif ve soru cümleleri oluşturur.
	Daily Activities
	Günlük aktivitelerle ilgili gerekli kelime öğretiminden sonra kendisi ile ilgili cümle kurar.
	Boş zaman aktivitelerini içeren bir metin yazabilir.
	Jobs and related verbs
	Meslekleri ve ilişkili fiilleri öğrenir.
	Meslekleri içeren metni okuyup metne ait soruları cevaplayabilir.
	Adjectives
	Sıfatları öğrenerek daha uzun cümle kurabilir.
	Parts of the body & Have got / Has got
	Vücudunun bölümlerini öğrenir.
	Have got ve has got yapısını kullanarak kendini anlatır.
	Günlük diyalog çalışması yapabilir.
	Activities with –ing & like + Verbing
	Boş zaman aktivitelerini doğru cümle kalıpları ile ifade eder.
	Yapmayı sevdiği aktiviteleri ifade ederken fiile –ing eklemeyi öğrenir.

Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	Oryantasyon haftası	
2	verb to be, subject pronouns, possessive adjectives, object pronouns, family members	PY10
3	Numbers, Days and Months	PY10
4	Countries	PY10
5	Prepositions	PY10
6	A / An & Plural Nouns	PY10
7	The Simple Present Tense I (I / you / we / they)	PY10
8	“Wh-” questions	PY10
	Ara Sınav	
9	Present Simple Tense II	PY10
10	Daily Activities	PY10
11	Jobs and related verbs	PY10
12	Adjectives	PY10
13	Parts of the body & Have got / Has got	PY10
14	Activities with -ing & like + Verbing	PY10
	Dönem Sonu Sınavı	
	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular	S.1. A: _____? B: It is M-A-R-R-Y. a) How do you spell your name? b) What is your name? c) What is your surname? d) How are you? S.2. Ayşe _____ a doctor. _____ works in a hospital. a) is / He b) is / She c) are / He d) are / She S.3. Ahmet is my friend. _____ school is in the city centre. a) His b) Her c) He d) She S. 4. A: _____? B: She is from Ankara. a) Where is Özge from? b) Is Özge from Ankara? c) Where is Özge? d) Is Özge married? S.5. A: _____ is your brother? B: He's 20 years old. a) What b) How c) Where d) What years	
Cevap Anahtarı	1-a , 2-b , 3-a , 4-a , 5- b	
Kaynak Kitap		Yazar/Editör: English for Life (Oxford University Press) + Student's Book + Workbook + iTools (Digital Teaching Resources)
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		-Oxford Practice Grammar by Norman Coe, Mark Harrison, Ken Paterson (Oxford University Press) -English Grammar in Use by Raymond Murhpy (Cambridge University Press) -Essential Grammar in Use by Raymond Murphy (Cambridge University Press)

1.Sınıf Bahar Dönemi Ders Planları

HİT1002 – Pazarlama

Öğretim Üyesi	Öğr. Gör. Onur BİNBAŞ
Oda Numarası	Z/43
Ofis Saatleri	Salı:08.30, Çarşamba:08.30
E-posta	onur.binbas@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı, 13.15-14.15-15.15
Derslik	1/02
Dersin Amacı	Öğrencinin, pazarlama anlayışını analiz edebilmesini, belirlenecek hedef pazara göre pazarlama çevresini analiz edebilmesini, işletmenin kontrol edemeyeceği değişkenleri belirleyebilmesini, pazar bölümlerini değerlendirebilmesine, uygun bölümlerin hedef pazar olarak saptanmasına katkı sağlayabilmesini, ürünün farklılaştırılmasına ve konumlandırılmasına, katkıda bulunabilmesini, ürün yaşam dönemlerini saptayarak satış artırıcı tedbirler alabilmesini, pazar yapısı, rekabet durumu ve işletme amaçlarına göre, fiyatın belirlenmesine ve yönetimine yardımcı olabilmesini, hedef pazara göre tutundurma karmasının oluşmasına yardımcı olabilmesini, pazarlama kanallarını belirleyebilmesini, kanal tasarımının yapılmasını ve en uygun kanal sisteminin seçimine katkı sağlayabilmesini sağlamak üzere gerekli teorik bilgiye sahip olması hedeflenmektedir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Pazarlamada Temel Kavramlar
	Pazarlamanın amacını ve önemini kavrar
	Pazarlama yaklaşımlarını tanımlar
	Pazarlama karması hakkında bilgi sahibi olur
	Makro çevre faktörleri hakkında bilgi sahibi olur
	Rekabet ve işletme çevresi ile ilgili örnek verebilir
	Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırmaları
	Pazarlama araştırması süreci hakkında fikir sahibi olur
	Veri, enformasyon ve bilgi terimlerini açıklayabilir.
	Tüketici Davranışları hakkında bilgi sahibi olur
	Tüketici davranışlarını etkileyen faktörleri bilir
	İlişkisel pazarlamayı değerlendirebilir
	İlişkisel pazarlamanın avantajlarını açıklayabilir.
	Pazarlama uygulamasının adımlarını açıklayabilir.
	Y ve Z kuşak Müşteriler
	Y ve Z kuşak müşterileri tanımlar
	Pazar Bölümlendirme Hakkında bilgi sahibi olur
	Hedef Pazar Belirleme
	Satış ve pazarlama süreçlerini gruplandırır.
	Ürün hakkında bilgi sahibidir
	Ürün Stratejilerini bilir
	Ürünleri sınıflandırabilir
	Ürün hayat eğrisini açıklayabilir
	Fiyat ve Fiyatlandırma Stratejileri
	Fiyat ve Fiyatlandırma Stratejileri konusunda bilgi sahibidir
	Fiyatlandırmanın amaçlarını ve işletme için önemini değerlendirir
	Fiyatlandırma kararlarını etkileyen faktörleri açıklayabilir
	Temel fiyatlandırma yaklaşımlarını kavrar
	Tutundurma ve Tutundurma Stratejileri
	Tutundurma ve Tutundurma Stratejileri kavramlarını bilir.
	Tutundurma karmasını bilir

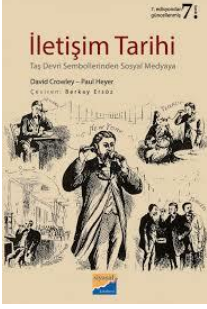
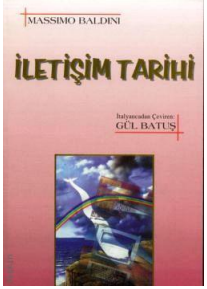
		Hizmet kalitesinin boyutlarını sıralar.	
		Dağıtım Kanalları ve Stratejileri	
		Pazarlamada Kontrol, Sosyal Sorumluluk ve Ahlak	
		Pazarlamada - sosyal sorumluluk ilişkisini kavrar	
		Dağıtım kanalı ilişkileri	
		Dağıtım kanalı ilişkilerini değerlendirebilir	
		Pazarlamada etik ve ahlak	
		Pazarlamada etik ve ahlak ile ilgili farkındalık kazanır	
		Hizmetler ve Hizmet Pazarlaması	
		Hizmetlerin özellikleri hakkında bilgi sahibidir	
		Hizmet pazarlaması karmasını bilir	
		Uluslararası Pazarlama	
		Uluslararası pazarlara açılma nedenlerini değerlendirebilir	
		Dış pazarlara açılma stratejilerini bilir	
		Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar	
		Pazarlamada Yeni Yaklaşımları değerlendirebilir	
		Yeni Pazarlama Yaklaşımları.	
		Yeni pazarlama yaklaşımları hakkında bilgi sahibidir.	
		Sınav öncesi genel tekrar	
		Soru ve cevap	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	03.02.2026	Pazarlamada Temel Kavramlar	PY11-PY16-PY17
2	10.02.2026	Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırmaları	PY11-PY16-PY77
3	17.02.2026	Y ve Z kuşak Müşteriler	PY11
4	24.02.2026	Fiyat ve Fiyatlandırma Stratejileri	PY16-PY17
5	03.03.2026	Tutundurma ve Tutundurma Stratejileri	PY17
6	10.03.2026	Dağıtım Kanalları ve Stratejileri	PY16-PY17
7	24.03.2026	Dağıtım kanalı ilişkileri	PY11-PY17
8	31.03.2026	Pazarlamada etik ve ahlak	PY16-PY17
		Ara Sınav (4-12 Nisan 2026)	
9	14.04.2026	Hizmetler ve Hizmet Pazarlaması	PY11-PY16
10	21.04.2026	Uluslararası Pazarlama	PY11
11	28.04.2026	Örgüt Kültürü ve Müşteri İlişkileri	PY16
12	05.05.2026	Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar	PY14,PY16
13	12.05.2026	Sınav öncesi genel tekrar	PY17-PY16
14	19.05.2026	Genel değerlendirme	PY1
		Dönem Sonu Sınavı (2-12 Haziran 2026)	
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1) Mamulün alıcısının bulunabileceği yerde satışa sunulması hangi dağıtım politikasıdır? a. Seçimli (Selektif) dağıtım b. Özel dağıtım c. Yoğun (Yaygın) dağıtım d. Tekelci dağıtım e. Sınırlı (Seçkin-İmtiyazlı-Özel) dağıtım	

	2) İşletme hedef pazara başka bir ülkede montaj veya üretim tesisi kurarak giriş yapıyorsa hangi dış pazara açılma stratejisini uyguluyordur? a. Lisans anlaşması b. Franchise c. Ortak girişim d. Doğrudan yatırım e. Dolaylı ihracat 3) İşletmenin ürünleri için aynı veya benzer mesajlar kullanmakla birlikte ürün özelliklerinde ülkeden ülkeye değişiklik yaptığı uluslararası pazarlama stratejisi hangisidir? a. Ürün adaptasyonu-iletişim standardizasyonu b. Hem ürün hem de iletişimde adaptasyon c. Ürün geliştirme d. Ürün standardizasyonu-iletişim adaptasyonu e. Mamül ve iletişimin birlikte adaptasyonu
Cevap Anahtarı	1) C, 2) D, 3) A
Kaynak Kitap	Kitap Adı: Pazarlamaya Giriş Yazar/Editör: Altunışık, R. Özdemir, Ş. ve Torlak, Ö Yayınevi: Sakarya Yayınevi Yayın Yılı:2017 Baskı:4
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	

HİT1004 – İletişim Tarihi

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Alptekin DEVELİ
Oda Numarası	Z/33
Ofis Saatleri	Perşembe 15:15 - 16:00; Cuma 09:15 - 10:00
E-posta	alptekin.develi@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Cuma 14:15-17:00
Derslik	1/26
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilerin iletişim süreçlerinin tarihsel gelişimini kavramalarını, sözlü, yazılı, basılı ve elektronik kültür dönemlerini toplumsal bağlamda değerlendirmelerini ve günümüz iletişim ortamlarını tarihsel perspektiften yorumlamalarını amaçlar.
Konu ve İlgili Kazanımlar	İletişim Kavramının Tarihsel Serüveni
	Öğrenciler dersin tanıtımı, amaç ve kapsamı hakkında bilgi sahibi olur.
	İletişim tarihi çalışmalarına giriş hakkında bilgi sahibi olur.
	İletişim kavramı ve temel unsurlar hakkında bilgi sahibi olur.
	Sözlü Kültür
	Sözlü kültürün özellikleri hakkında bilgi sahibi olur.
	İlkel toplumlarda iletişim, sözlü anlatılar ve mitler hakkında bilgi sahibi olur.
	Bellek ve sözlü kültür ilişkisi hakkında bilgi sahibi olur.
	Yazılı Kültür
	Yazının icadı ve uygarlıkların gelişimindeki rolü hakkında bilgi sahibi olur.
	Mezopotamya, Mısır ve diğer uygarlıklarda yazılı iletişim hakkında bilgi sahibi olur.
	Yazı ile bilginin kalıcılığı hakkında bilgi sahibi olur.
	Antik Yunan ve Romada İletişim
	Retorik, hitabet ve kamusal alan hakkında bilgi sahibi olur.
	Tiyatrolar, forumlar, taş yazıtlar hakkında bilgi sahibi olur.
	Orta Çağ'da İletişim
	Kilise, manastır ve el yazmaları hakkında bilgi sahibi olur.
	İkonografi ve görsel iletişim hakkında bilgi sahibi olur.
	Kâğıdın İcadı ve Dünyaya Yayılışı
	Kâğıdın Çin'den dünyaya yayılışı hakkında bilgi sahibi olur.
	El yazması kitaplar ve bilgiye erişim hakkında bilgi sahibi olur.
	Orta Çağ üniversiteleri ve iletişim hakkında bilgi sahibi olur.
	Matbaanın İcadı
	Gutenberg matbaasını öğrenir.
	Kitap ve basılı kültürün doğuşu hakkında bilgi sahibi olur.
	Reform, Rönesans ve bilgi devrimi hakkında bilgi sahibi olur.
	Gazetenin Doğuşu
	Gazetenin ortaya çıkışı hakkında bilgi sahibi olur.
	Basın ve kamuoyu ilişkisi hakkında bilgi sahibi olur.
	17. ve 18. yüzyılda gazete hakkında bilgi sahibi olur.
	Aydınlanma Çağı ve Basınla İlişkiler
	Aydınlanma Çağı ve basının rolü hakkında bilgi sahibi olur.
	Devrimler (Fransız, Amerikan) ve iletişim araçları hakkında bilgi sahibi olur.
	Modern kamusal alanın doğuşu hakkında bilgi sahibi olur.
	Telgrafın ve Telefonun Gelişimi
	Telgraf ve iletişimde hız çağı hakkında bilgi sahibi olur.
	Telefonun icadı ve toplumsal etkileri hakkında bilgi sahibi olur.
	Endüstri devrimi ve kitle iletişimi hakkında bilgi sahibi olur.
	Fotoğraf, Sinema ve Görsel İletişimin Yükselişi
	Fotoğraf, sinema ve görsel iletişimin yükselişi hakkında bilgi sahibi olur.

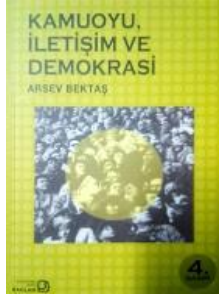
		19. yüzyıldan 20. yüzyıla medya kültürü hakkında bilgi sahibi olur.	
		Radyo ve Televizyonun İcadı	
		Radyo ve televizyonun icadı hakkında bilgi sahibi olur.	
		Kitle kültürü ve toplumsal dönüşüm hakkında bilgi sahibi olur.	
		II. Dünya Savaşı'nda radyo ve propaganda hakkında bilgi sahibi olur.	
		Elektronik Kültürden Dijital Kültüre Geçiş	
		İnternetin doğuşu ve gelişimi hakkında bilgi sahibi olur.	
		Yeni medya, sosyal medya, yapay zekâ hakkında bilgi sahibi olur.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	06.02.2026	Oryantasyon Haftası ve Ders Tanıtımı	PY1
2	13.02.2026	İletişim Kavramının Tarihsel Serüveni	PY1-PY3
3	20.02.2026	Sözlü Kültür	PY1- PY6
4	27.02.2026	Yazılı Kültür	PY1- PY6
5	06.03.2026	Antik Yunan ve Romada İletişim	PY1- PY12
6	13.03.2026	Orta Çağ'da iletişim	PY12
7	27.03.2026	Kâğıdın İcadı ve Dünyaya yayılışı	PY6- PY12
8	03.04.2026	Matbaanın İcadı	PY3- PY12
		Ara Sınav (4-12 Nisan 2026)	
9	17.04.2026	Gazetenin Doğuşu	PY3- PY12
10	24.04.2026	Aydınlanma Çağı ve Basınla İlişkiler	PY3- PY12
11	01.05.2026	Telgrafın ve Telefonun Gelişimi	PY3- PY12
12	08.05.2026	Fotoğraf, Sinema ve Görsel İletişimin Yükselişi	PY3- PY12
13	15.05.2026	Radyo ve Televizyonun İcadı	PY3- PY12
14	22.05.2026	Elektronik Kültürden Dijital Kültüre Geçiş	PY3- PY12
		Dönem Sonu Sınavı (2-12 Haziran 2026)	
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan karma türde bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1.Sözlü kültürün temel özelliklerini açıklayınız. Bellek ve toplumsal aktarım açısından sözlü kültürün önemini değerlendiriniz. 2. Gutenberg'in matbaayı icadı, Avrupa'da hangi toplumsal ve kültürel dönüşümlere yol açmıştır? Açıklayınız. 3. Telgraf ve telefonun icadı iletişim süreçlerini nasıl dönüştürmüştür? Açıklayınız 4. Aşağıdakilerden hangisi sözlü kültürün özelliklerinden biri değildir? A) Belleğe dayalı aktarım B) Yazının temel iletişim aracı olması C) Destanlar ve mitlerle toplumsal değerlerin korunması D) Doğaçlamaya dayalı anlatım biçimleri 5. Matbaanın Avrupa'daki etkileri arasında aşağıdakilerden hangisi yer alır? A) Bilgiye erişimin zorlaşması B) Okuryazarlık oranının artması C) Kültürel çeşitliliğin azalması D) Sözlü kültürün daha da güçlenmesi	
Cevap Anahtarı		1.Sözlü kültürde bilgi, yazıya geçirilmeden kuşaktan kuşağa aktarılır. Bellek ve hafıza, bilginin korunmasında temel araçtır. Mitler, destanlar, masallar ve şarkılar bu aktarımın en önemli yollarıdır. Sözlü kültür, toplumsal dayanışmayı güçlendirirken bireylerin kimlik ve değerlerini şekillendirmede kritik bir rol oynar.	

	2. Matbaanın icadı bilgiye erişimi demokratikleştirmiş, kitapların çoğaltılmasını kolaylaştırmıştır. Bu gelişme Reform hareketlerinin hızlanmasına, bilimsel bilginin yayılmasına ve Rönesans'ın güçlenmesine katkı sağlamıştır. Ayrıca okuryazarlık oranı artmış, kamuoyu kavramı gelişmiş ve modern toplumun temelleri atılmıştır. 3. Telgraf, iletişimin hızını artırarak “zaman-mekan” algısını değiştirmiştir. Haberleşme artık günler yerine dakikalar içinde gerçekleşmeye başlamıştır. Telefon ise bireyler arası iletişimde devrim yaratmış, uzaklık kavramını ortadan kaldırarak hem sosyal yaşamı hem de iş dünyasını dönüştürmüştür. 4. B 5. B
Kaynak Kitap	 Yazar/Editör: İletişim Tarihi – David Crowley
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 İletişim Tarihi- Massimo Baldini

HİT1006 - Kamuoyu ve Etkili İletişim

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Alptekin DEVELİ
Oda Numarası	Z/33
Ofis Saatleri	Perşembe 15:15 - 16:00; Cuma 09:15 - 10:00
E-posta	alptekin.develi@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Perşembe 09:30-12:15
Derslik	1/03
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilerin kamuoyu kavramını ve oluşum süreçlerini anlamalarını; birey, toplum, medya ve iletişim arasındaki etkileşimi çözümleyebilmelerini sağlamaktır. Ayrıca öğrencilerin etkili iletişim becerilerini geliştirmeleri, farklı hedef kitlelere yönelik uygun iletişim stratejileri oluşturabilmeleri ve kamuoyu oluşturma süreçlerinde etik, eleştirel ve katılımcı bir bakış açısı kazanmaları hedeflenmektedir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Kamuoyu Kavramına Genel Bakış Kamu, Oy ve Kamuoyu tanımını bilir. Tarihsel süreçlerine hâkim olur. Tanımlar hakkında yorumlamalarda bulunabilir. Kamuoyu Araçları ve Kamuoyu Oluşturma Kamuoyu oluşturma hakkında bilgi sahibi olur. Kamuoyu araçlarını öğrenir. Dünya'dan ve Türkiye'den kamuoyu oluşturma örneklerini öğrenir. Kamuoyu İle İlgili Teorik Yaklaşımlar Klasik teoriyi öğrenir. Modern teoriyi öğrenir. Etkili çoğunluk teorisi ve kuvvet teorisini öğrenir Kamuoyu Araştırmaları Kamuoyu unsurlarını öğrenir. Kapsam unsuru ve süreç unsurunun ayırımını yapabilir. Kamuoyu araştırmalarında etkili olan unsurları öğrenir. Etkili İletişim Etkili iletişimi öğrenir Uygulamalı eğitim ile pekiştirir. Etkili iletişim unsurlarını öğrenir Etkili İletişim ve Empati Empati kavramını öğrenir Etkili iletişim ve empati arasındaki bağlantıyı yorumlar. Empati ile sempati ayırımını yapabilir. Etkili İletişim ve Çatışma Çatışma kavramını öğrenir. Çatışma türlerini öğrenir. Çatışmadan kaçınma yollarını öğrenir. Etkili iletişim ve çatışma ilişkisini öğrenir. Etkili İletişim ve Motivasyon Motivasyon unsurları ve teorilerini öğrenir. Etkili iletişim ve motivasyon arasında ilişki kurabilir. Etkili İletişim ve Stres Yönetimi Stres kavramını öğrenir. Stres yönetimi aşamalarını öğrenir. Stres yönetimi ve etkili iletişim arasındaki ilişkiyi yorumlar. Etkili iletişim ve kriz yönetimi Kriz kavramını öğrenir. Olası bir kriz anında yapması gerekenleri ve kriz yönetimini bilir. Etkili iletişim ve kriz yönetimi arasındaki bağlantıyı kurar.

		Etkili iletişimde Dinleme / Etkili İletişimin Önündeki Engeller	
		Etkili iletişimde dinlemenin önemini öğrenir.	
		Etkili iletişimin önündeki engelleri öğrenir.	
		Bu engelleri gidermek için çözüm yolları öğretilir.	
		Kitle İletişim Araçlarının Kamuoyu Üzerine Etkisi	
		Kitle iletişim araçlarının etkilerini bilir.	
		Kamuoyu ve KİA'lar arasında bağlantı kurar.	
		KİA'ların etkilerine örnek olan olayları öğrenir.	
		Kamuoyu Oluşmasında Medyanın Rolü? (Beyin Fırtınası) Örnek Film İzlenimi	
		Demir Çeneli Melekler filmi izlenerek kamuoyu oluşmasında medyanın rolü tartışılacak.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	05.02.2026	Kamuoyu Kavramına Genel Bakış	PY1
2	12.02.2026	Kamuoyu Araçları ve Kamuoyu Oluşturma	PY12
3	19.02.2026	Kamuoyu İle İlgili Teorik Yaklaşımlar	
4	26.02.2026	Kamuoyu Araştırmaları	PY13
5	05.03.2026	Etkili İletişim	PY6
6	12.03.2026	Etkili İletişim ve Empati	PY6
7	26.03.2026	Etkili İletişim ve Çatışma	PY6
8	02.04.2026	Etkili İletişim ve Motivasyon	PY6
		Ara Sınav (4-12 Nisan 2026)	
9	16.04.2026	Etkili İletişim ve Stres Yönetimi	PY6
10	23.04.2026	Etkili iletişim ve kriz yönetimi	PY6-PY12
11	30.04.2026	Etkili iletişimde Dinleme / Etkili İletişimin Önündeki Engeller	PY6-PY12
12	07.05.2026	Kitle İletişim Araçlarının Kamuoyu Üzerine Etkisi	PY7-PY12
13	14.05.2026	Kamuoyu Oluşmasında Medyanın Rolü? (Beyin Fırtınası) Örnek Film İzlenimi	PY11
14	21.05.2026	Dersin Değerlendirilmesi	PY1
		Dönem Sonu Sınavı (2-12 Haziran 2026)	
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan karma türde bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		S1.Kamuoyu araştırmaları ve olmak üzere iki ana grupta toplanır. Bu gruplar hangi seçenekte doğru verilmiştir? A) Kamuoyu Araştırması/ Rakip Analizi B) Kamuoyu Araştırması / Araştırma Geliştirme C) Kamuoyu Yoklaması / Swot Analiz D) Kamuoyu Yoklaması / Pazar Araştırması E) Kamuoyu İncelemesi / Durum Analizi S2. Kamuoyu araştırmalarında verilerin derlenmesinde kullanılacak yöntemlerden biri değildir? A) Postayla Anket B) Çoğulcu Gözlem C) Yüz yüze Görüşme D) E-Mail ve Sosyal Medya Ortamlarında Anket E) Telefonla Anket S3. Aşağıdakilerden hangisi kurum kültürü sınıflandırmasında dışarıda kalır? A) Rol Kültürü B) Görev Kültürü C) Kişi Kültürü D) Toplum Kültürü E) Güç Kültürü	

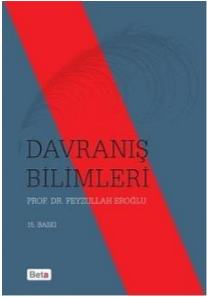
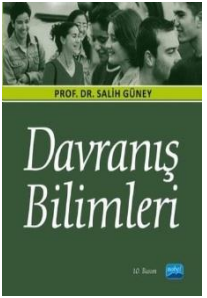
	S4. Aşağıdakilerden hangisi kamuoyunun oluşmasında etkili olan kurumlardan değildir? A) Baskı Grupları B) Terör Grupları C) Hukuki ve Siyasi Ortam D) Kanaat Önderleri E) Kültürel Yapı Aşağıda verilen doğru/yanlış soruları yanıtlayınız. Doğru ise (D) Yanlış ise (Y) yazınız. S1. Herkes o davranışta bulunduğu için aynı davranışı kopyalama eğilimine girmeye Bandwagon Effect(Güçlü Olana Yönelme Etkisi) denir. (.....) S2. Binalar, Yerleşim düzeni, Ürünler, Tesisler, Büro eşyalarının düzenlenişi, Çalışanların giyim tarzı, kurum kültürünün görünen yüzüdür.(.....) S3. Bir örgütte çalışanların üst düzey yönetici ile kurmuş olduğu iletişime yukarıdan aşağıya doğru iletişim denir. (.....) S4. Bir işletmenin tüm çalışanları tarafından paylaşılan inanç, anlayış ve kurallar bütünü kurum kültürünü oluşturur. (.....) S5. Bir seçimde, sportif müsabakada ya da sanatsal yarışmada rekabet halinde olan katılımcılar arasında herkesçe kaybedeceği düşünülen kişiye destek olma dürtüsüne Underdog Effect(Zayıfa Destek Etkisi) denir. (.....)
Cevap Anahtarı	1)d, 2)b, 3)d, 4)b Doğru/Yanlış Cevaplar: D –D- Y- D- D
Kaynak Kitap	 Yazar/Editör: Kamuoyu iletişim ve demokrasi – Arsev Bektas
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 Etkili İletişim Teknikleri – Nazife Küçükarslan

HİT1008 - Davranış Bilimleri

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
Oda Numarası	Z-42
Ofis Saatleri	Pazartesi 08:30-09:15, Salı 08:30-09:15
E-posta	hanifi.karacinar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 13:15-17:00
Derslik	1/26
Dersin Amacı	Öğrencilere; davranış bilimleri olan sosyoloji, psikoloji ve antropoloji konularını öğretmektir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Davranış bilimleri ve Diğer Sosyal Bilimler
	Davranış bilimleri kavramını tanımlar.
	Davranış bilimlerini amaçlarını açıklar.
	Davranış bilimlerinin diğer sosyal bilimlerle ilişkisini yorumlar.
	Davranış bilimlerinin kullandığı metotları sınıflandırır.
	Öğrenme
	Öğrenme kavramını tanımlar.
	Öğrenmenin temel özelliklerini sıralar.
	Öğrenme kuramlarını sınıflandırır.
	Öğrenme kuramlarının özelliklerini açıklar.
	Öğrenme kuramlarını karşılaştırır.
	İletişim
	İletişim kavramını tanımlar.
	İletişim sürecinin işleyişini ifade eder.
	İletişim araçlarını sınıflandırır.
	İletişim yöntemlerini açıklar.
	Gruplar
	Grup kavramını tanımlar.
	Grup olma özelliklerini sıralar.
	Grup yapısının oluşumu ve işleyişini yorumlar.
	Grupları sınıflandırır.
	Grupların birey üzerindeki etkilerini tartışır.
	Değişim ve grup ilişkisini açıklar.
	Grupta bütünleşme, işbirliği ve etkinlik sağlayan faktörleri sıralar.
	Grup, kitle, sosyal yığınlar ve ekip kavramlarını ayırt eder.
	Gruplardaki iletişim yapılarını açıklar.
	Sosyal Etki
	Sosyal etki kavramını tanımlar.
	Sosyal etkinin önemini kavrar.
	Sosyal etkinin güç kaynakları sınıflandırır.
	Sosyal etkinin birey üzerindeki etkilerinin yorumlar.
	Sosyal etki türlerini açıklar.
	Tutumlar
	Tutum kavramını tanımlar.
	Tutumun özelliklerini ifade eder.
	Tutumların oluşumunda rol oynayan faktörleri sınıflandırır.
	Tutumun işlevlerini izah eder.
	Tutumların bileşenlerini açıklar.
	Tutumların ölçülmesini açıklar.
	İkna
	İkna kavramını tanımlar.
	İkna kuramlarını açıklar.

	İkna sürecinde etkili olan faktörleri tartışır.	
	İkna tekniklerini sıralar.	
	İkayı sağlayan davranışları açıklar.	
	Güdülenme (Motivasyon)	
	Güdü, güdülenme ve dürtü kavramlarını tanımlar.	
	Güdülenmenin unsurlarını sıralar.	
	Güdüleri sınıflandırır.	
	Güdülerin özelliklerini sıralar	
	Güdülenme yaklaşımlarını açıklar.	
	Algılama	
	Algılama kavramını tanımlar.	
	Algılamayı sınıflandırır.	
	Algılamanın özelliklerini sıralayabilir.	
	Algılama sürecini değerlendirebilir.	
	Algılama türlerini açıklayabilir.	
	Algılama yasalarını kavrar.	
	Liderlik	
	Lider ve liderlik kavramlarını tanımlayabilir.	
	Liderlerin güç kaynaklarını açıklayabilir.	
	Liderlerin temel özelliklerini bilir.	
	Liderlik teorilerini kavrar.	
	Saldırganlık ve Çatışma	
	Saldırganlık ve çatışma kavramlarını tanımlayabilir.	
	Saldırganlığın türlerini sıralar.	
	Çatışmanın türlerini sıralar.	
	Saldırganlığın nedenlerini tartışabilir.	
	Saldırganlığı açıklayan yaklaşımları kavrar.	
	Saldırganlığı azaltma nedenlerini yorumlar.	
	Bireysel düzeyli çatışmaları yorumlar.	
	Çatışmaya yol açan temel faktörleri açıklayabilir.	
	Çatışmanın muhtemel sonuçlarını yorumlar.	
	Çatışma yönetimi sürecini açıklayabilir.	
	Zaman Yönetimi	
	Zaman ve zaman yönetimi kavramını bilir.	
	Zamanın özelliklerini sıralar.	
	Zaman yönetimi çeşitlerini açıklayabilir.	
	Zaman yönetim sürecini yorumlayabilir.	
	Zaman yönetimi yaklaşımlarını açıklayabilir.	
	Zaman tuzaklarını sınıflandırır.	
	Zaman yönetim tekniklerini bilir.	
	Yöneticilerin zaman yönetimini kavrar.	
	Etki zaman yönetiminin yararlarını açıklayabilir.	
	Stres Yönetimi	
	Stres kavramını bilir.	
	Stresin belirtilerini değerlendirebilir.	
	Örgütsel stres kaynaklarını açıklayabilir.	
	Stresin sonuçlarını değerlendirebilir.	
	Stres yönetimini kavrar.	
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	02.02.2026 Davranış bilimleri ve Diğer Sosyal Bilimler	
2	09.02.2026 Öğrenme	PY1-PY8-PY4-PY12
3	16.02.2026 Öğrenme	PY1-PY8-PY4-PY12
4	23.02.2026 İletişim	PY6-PY10-PY17
5	02.03.2026 Gruplar	PY7-PY11-PY13

6	09.03.2026	Gruplar	
7	23.03.2026	Sosyal Etki	PY14
8	30.03.2026	Tutumlar	PY11
		Ara Sınav (4-12 Nisan 2026)	
9	13.04.2026	Güdülenme (Motivasyon)	PY14
10	20.04.2026	Algılama	PY9
11	27.04.2026	Liderlik	PY13-PY16-PY17
12	04.05.2026	Saldırganlık ve Çatışma	PY2-PY14
13	11.05.2026	Zaman Yönetimi	PY5-PY8
14	18.05.2026	Stres Yönetimi	PY14
		Dönem Sonu Sınavı (2-12 Haziran 2026)	
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır	
Örnek Sorular		1. Davranış, duygu ve düşüncelerinin diğer kimselerin davranış ve özelliklerinden nasıl etkilendiğini ya da belirlendiğini inceleyen bir bilim dalı aşağıdakilerden hangisidir? a-) Davranış Bilimleri b-) Psikoloji c-) Sosyoloji d-) Tarih e-) Antropoloji I - Sosyoloji II - Psikoloji III - Antropoloji 2. Davranış bilimleri yukarıdaki bilimlerden hangisi ya da hangilerinden oluşur? a-) I,II b-) Yalnız II c-) Yalnız III d-) II, III e-) I,II,III 3. Mesleki ve akademik sorunları olan kişilere danışmanlık yapan psikoloji bilimi aşağıdakilerden hangisidir? a-) Klinik Psikoloji b-) Rehberlik ve Danışmanlık Psikolojisi c-) DeneySEL Psikoloji d-) Adli Tıp Psikolojisi e-) Kişilik Psikolojisi 4. Kişinin kendisini, karşısındaki kişinin yerine koyarak olaylara onun bakış açısıyla bakması, o kişinin duygularını ve düşüncelerini doğru olarak anlaması, hissetmesi ve bu durumu ona iletmesine ne denir? a-) İletişim b-) Ego c-) Sempatİ d-) Empati e-) Tutum 5. Aşağıdakilerden hangisi insanların gruplara katılma nedenlerinde biri değildir? a-) Güvenlik b-) Ekonomik ihtiyaçlar c-) Ortak olmayan ilgiler	

	d-) Sosyal ihtiyaçlar e-) Ortak İlgiler 6. Aşağıdakilerden hangisi ikincil gruplara örnek olarak verilemez? a-) Aile b-) Sendikalar c-) Dernekler d-) Partiler e-) Bankalar 7. Aşağıdakilerden hangisi biçimsel olmayan grupların yararlarından değildir? a-) İşbirliği b-) Yönetime destek c-) Değişime direniş d-) İş tatmininin sağlanması e-) Psikolojik ve duygusal destek 8. Toplumun veya çeşitli grupların insan yaşantısı davranışı üzerindeki çok yönlü etkisi hangi kavram ile ifade edilir? a-) Sosyal etki b-) Öğrenme c-) İletişim d-) Grup e-) Sosyal öğrenme
Cevap Anahtarı	1-a, 2-e, 3-b, 4-d, 5-c, 6-a,7-c, 8-a
Kaynak Kitap	 Yazar/Editör: EROĞLU Feyzullah, Davranış Bilimleri, Beta Yayınları, İstanbul, 2017
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 Güney, Salih, Davranış Bilimleri, Nobel Yayın Dağıtım, 2017

TOGÜ0941- Üniversite Seçmeli Dersi - Değerlerimiz

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Gülden DÜZGÜNLÜ
Oda Numarası	Z-30
Ofis Saatleri	Çarşamba 15:15-16:00, Çarşamba 16:15-17:00
E-posta	gulden.duzgunlu@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Cuma 10:30-12:15
Derslik	1/46
Dersin Amacı	İletişim teknolojilerindeki ilerlemelerin insanı hızla yalnızlaştırdığı ve toplumdan giderek soyutladığı bir çağda Değerler Eğitimi dersinin amacı, öğrencilerimize hem insan olarak kendi değerini anlatmak; hem de sosyal bir varlık olarak birlikte yaşadığı insanlara karşı sorumluluklarını hatırlatmaktır. Bu kapsamda hem ulusal hem de evrensel nitelik taşıyan değerlere karşı farkındalık yaratmak dersin amaçları arasındadır. Böylece öğrencilere kendi yaşantılarını, değerler bağlamında sorgulama ve yeniden gözden geçirme fırsatının da sunulacağı düşünülmektedir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Değerler konusunda bilgilendirme Duyarlılık Yakın çevresinde meydana gelen toplumsal sorunların neler olduğunu kavrar. Küresel anlamda meydana gelen sorunlarının neler olduğunu değerlendirir. Toplumsal ve küresel sorunlara farkındalık kazandırıp, çözüm önerilerinin üretir. Doğal çevrenin önemini kavrar. Yardımseverlik Yardımseverliğin, hiçbir karşılık beklenmeden ihtiyacı olan için yapılan eylemler olduğunu bilir. Toplumda sosyal adaletin ve karşılıklı anlayışın gelişmesi adına yardımlaşmanın önemini kavrar. Yardımseverlik değerinin, toplumun her bireyine birtakım sorumluluklar yüklediğini kavrar. Hoşgörü Her insanın doğuştan gelen ya da kişisel yönelimlerinin sonucu olan birtakım farklılıklara sahip olduğunu ve bu farklılıkların bizleri daha iyi ya da daha kötü kişiler yapmadığını kavrar. Her farklılığın, bu farklılığı paylaşan insanların sayısından bağımsız olarak eşit ölçüde saygıyı hak ettiğini bilir. “Hoşgörü” kavramının, “hoş” olmayana karşı tahammül gösterme değil; farklılıklara saygı, onları tanıma ve kabul etme anlamına geldiğini analiz eder. Sevgi Bir birey olarak dünyayı anlamada ve anlamlandırmada sevgi dilini kullanır. Dürüstlük Bireylerin yaşadığı toplumda dürüst bir insan olma bilincinde hareket etmesinin gerekliliğini kavrar. İyilik bağlamında yaşama bilincinin önemini kavrar. Aile Birliğine Önem Verme Aile olmanın önemini kavrar. Ailede sevgi, saygı, hoşgörü, işbirliği ve birlikteliğin, mutlu bireyler için önemini analiz eder. Sorumluluk Bireyin hem kendisine, hem de çevresine (aile, ülke, dünya) karşı sorumluluklarını kavrar. Adalet Adalet ve eşitlik kavramlarının aynı şeyler olmadığını kavrar. Adil bir toplum için devletler kadar bireylere de sorumluluklar düştüğünü analiz eder. Toplumsal çatışmaların önlenmesi için sosyal adaletin önemini analiz eder.

		Çalışkanlık	
		Çalışkanlık ve üretken olmanın önemini kavrar.	
		Çalışkanlık ve üretken olmanın bireye kazandırdıklarının farkına varır.	
		Başarılı olmuş insanların pes etmeyen, çalışkan karakterde olduklarını analiz eder	
		Saygı	
		Birey olarak dünyayı anlamada ve anlamlandırmada saygıyı ön planda tutmanın önemini açıklar.	
		Bir birey olarak farklılıklara saygının ne demek olduğunu analiz eder.	
		Tasarruf	
		Çevremizi kuşatan tüketim kültürüne karşı farkındalık kazanır.	
		Toplumun bir parçası olarak sınırlı kaynaklarla sınırsız bir şekilde tüketmenin mümkün olmadığını ancak tasarrufla bir dengenin oluşabileceğini kavrar.	
		Vatanseverlik	
		Vatanseverliğin, söylemle değil eylemle ilgili bir değer olduğunu kavrar.	
		Doğal ve kültürel mirasa duyarlılığın, vatanseverliğin önemli bir unsuru olduğunu değerlendirir.	
		Vatanseverliğin, bir görev ahlakı gerektirdiğini analiz eder.	
		Genel Değerlendirme	
		Değerlerimiz dersinin kendisinde oluşturduğu farklılıkları değerlendirir.	
		Değerlerimiz dersinin kendisinde yarattığı davranış değişikliklerini analiz eder.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	06.02.2026	Duyarlılık	PY6-PY11
2	13.02.2026	Yardımseverlik	PY6-PY11
3	20.02.2026	Hoşgörü	PY6-PY11
4	27.02.2026	Sevgi	PY6-PY11
5	06.03.2026	Dürüstlük	PY6-PY11
6	13.03.2026	Aile Birliğine Önem Verme	PY6-PY11
7	27.03.2026	Sorumluluk	PY6-PY11
8	03.04.2026	Adalet	PY6-PY11
		Ara Sınav (4-12 Nisan 2026)	
9	17.04.2026	Çalışkanlık	PY6-PY11
10	24.04.2026	Saygı	PY6-PY11
11	01.05.2026	Tasarruf	PY6-PY11
12	08.05.2026	Vatanseverlik	PY6-PY11
13	15.05.2026	Değerler hakkında öğrencilerin görüşlerinin alınması	PY6-PY11
14	22.05.2026	Genel Değerlendirme	PY6-PY11
		Dönem Sonu Sınavı (2-12 Haziran 2026)	
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, içerik olarak belirlenen temel değerlere dayalı olarak hazırlanacak proje görevleriyle gerçekleştirilecektir. Proje görevinin geçme notuna etkisi % 100'dür.	
Örnek Sorular		Seçilen değere yönelik hazırlanan projeler şu kriterlere göre değerlendirilecektir: 1. Gerekli yazışmaların yapılması 2. Ön hazırlık sürecinin tamamlanması 3. Projenin uygulanıp tamamlanması (20 puan) 4. Proje posterinin ve raporunun hazırlanması (20 puan) 5. Projenin zamanında sınıfta sunulması (20 puan) 6. Düzen ve tertip (20 puan) 7. Harcanan zaman ve emek (20 puan)	

Proje Değerlendirme Ölçütleri	Seçilen değere yönelik hazırlanan projeler şu kriterlere göre değerlendirilecektir: 1. Gerekli yazışmaların yapılması 2. Ön hazırlık sürecinin tamamlanması 3. Projenin uygulanıp tamamlanması (20 puan) 4. Proje posterinin ve raporunun hazırlanması (20 puan) 5. Projenin zamanında sınıfta sunulması (20 puan) 6. Düzen ve tertip (20 puan) 7. Harcanan zaman ve emek (20 puan)
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	https://www.youtube.com/watch?v=oSvQOb8q7fk&t=88s https://www.youtube.com/watch?v=OKHvuUz5EzE https://www.ntv.com.tr/saglik/hosgoru-mutlu-ediyor-basariya-ulastiriyor-16-kasim-uluslararası-hosgoru-gunu,RgzYplhygUu2QsG7Ywe0Yw https://www.youtube.com/watch?v=vwAFguJLTGk https://www.youtube.com/watch?v=U-egpNmIqpY https://www.youtube.com/watch?v=RMtE2oMy_e4 https://www.youtube.com/watch?v=Nmd-jYUiTM0 https://www.youtube.com/watch?v=t2JBPBIFR2Y https://www.youtube.com/watch?v=XVNVrhr1pK8 http://www.cevremuhendisligi.org/index.php/cevre-aktuel/haberler/1067-copleri-temizlemeye-tesvik-etme-trashtag (Haber 1“Gelmiş Geçmiş En Yararlı Akım #Trashtag, Çöpleri Temizlemeye Teşvik Eden Meydan Okuma”) https://siyamder.org/haberler/basin-bulteni-dunya-temizlik-gunu-lets-do-it-haydi-yapalim-hareketi/ https://www.youtube.com/watch?v=K-lwDSy2fdw https://www.nkfu.com/adalet-ve-esitlik-kavramlari-arasindaki-iliski/ https://gelisenbeyin.net/egitimde-adalet-ve-otesi.html

KRY102 - Kariyer Planlama

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Gülden DÜZGÜNLÜ
Oda Numarası	Z-30
Ofis Saatleri	Çarşamba 15:15-16:00, Çarşamba 16:15-17:00
E-posta	gulden.duzgunlu@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 13:15-14:00
Derslik	1/26
Dersin Amacı	Kariyer Planlama dersi öğrencilerin iş dünyasını, farklı sektörleri ve bu sektörlerin gereksinimlerini tanımasını sağlayarak; iş dünyasına hazırlık sürecinde kariyer planlamasının önemi hakkında öğrencilerde farkındalık oluşturmayı hedefler. Ders, öğrencilerin, kişisel yetkinliklerini keşfetmesini ve iş dünyasının beklentilerini doğru anlamasını sağlayarak; bilgi ve becerilerini, ilgili sektörlerin gereklilikleri ile paralellik arz edecek şekilde geliştirmelerine yardımcı olur.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Dersin genel tanıtımı ve kariyer kavramı
	Kariyer kavramını tanımlar
	Ulusal ve uluslararası değişim programları
	Mevlana değişim programına başvuru şartlarını bilir.
	Erasmus + değişim programını tanır.
	Temel iletişim becerileri
	Sosyal medya kullanımında dikkat edilmesi gereken hususları kavrar
	Sosyal medya kullanımının avantajlarını bilir.
	Etkili iletişim tekniklerini kavrar
	Sektör günleri (Sivil Toplum Kuruluşları)
	Sivil toplum kuruluşlarının görev ve sorumluluklarını kavrar.
	İnce yetenekler (Soft-Skills)
	Zaman yönetiminin önemini kavrar.
	Stres yönetiminin iş hayatındaki önemini kavrar.
	Problem çözme becerilerini geliştirir
	Sektör günleri (Kamu Sektörü)
	Kamu sektörünü tanır.
	. İlgili kamu sektöründe yapılan iş ve işlemleri kavrar
	Diksiyon ve beden dili
	Etkili iletişim kurmada diksiyonun önemini kavrar.
	İş görüşmelerinde diksiyon ve beden dilinin önemini kavrar.
	Özgeçmiş ve kapak yazısı hazırlama
	Etkili bir özgeçmişin hangi bölümlerden oluşması gerektiğini kavrar
	Özgeçmişte yer alan bölümleri doldururken dikkat etmesi gereken hususları bilir
	Sektör günleri (Özel Sektör)
	Özel sektörü tanır. İlgili özel sektörde yapılan iş ve işlemleri kavrar.
	İlgili özel sektörde yapılan iş ve işlemleri kavrar.
	Etkili mülakat teknikleri
	İşe alım sürecinde mülakatın önemini kavrar.
	Mülakat öncesi dikkat etmesi gereken hususları bilir
	Sektör günleri (Akademi)
	Akademik hayatı tanır.
	Akademik hayattaki kadro ve pozisyonlar hakkında bilgi sahibi olur.
	Ders değerlendirmesi ve proje detayları
	Dersin genel değerlendirmesini yapar.
	Ders kapsamında yapılan uygulamaların sonuçlarını analiz eder.

Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	04.02.2026	Dersin genel tanıtımı ve kariyer kavramı	PY8
2	11.02.2026	Ulusal ve uluslararası değişim programları	PY8
3	18.02.2026	Temel iletişim becerileri	PY8
4	25.02.2026	Sektör günleri (Sivil Toplum Kuruluşları)	PY8
5	04.03.2026	İnce yetenekler (Soft-Skills)	PY8
6	11.03.2026	Sektör günleri (Kamu Sektörü)	PY8
7	25.03.2026	Diksiyon ve beden dili	PY8
8	01.04.2026	Özgeçmiş ve kapak yazısı hazırlama	PY8
		Ara Sınav (4-12 Nisan 2026)	
9	15.04.2026	Sektör günleri (Özel Sektör)	PY8
10	22.04.2026	Etkili mülakat teknikleri	PY8
11	29.04.2026	Sektör günleri (Akademi)	PY8
12	06.05.2026	Sektör günleri (Girişimcilik)	PY8
13	13.05.2026	Ders değerlendirmesi ve proje detayları	PY8
14	20.05.2026	Ders değerlendirmesi ve proje detayları	PY8
		Dönem Sonu Sınavı (2-12 Haziran 2026)	
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir dönem sonu sınavı aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin katkısı % 40 dönem sonu sınavı ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır	
Örnek Sorular		1) Kariyer patikası kavramını tanımlayarak; kendi kariyer patikanızı oluşturunuz. 2) İletişim ağı oluşturma çabalarının kariyer açısından önemini tartışınız.	
Cevap Anahtarı		1) Kişinin gelecekteki çalışma sorumlulukları ve atamalarını karşılamak için kişisel eğitim ve gelişim deneyimleri tasarlama sürecidir. V.H.K.İ. -> Şef -> Şube Müdürü -> Daire Başkanı -> Genel Sekreter 2) Networking çalışmaları iletişim ağımızın büyüyerek daha büyük kesimlere ulaşmamızı ve kendimizi ifade edebilmemizi sağlayacaktır. Böylelikle kariyer hayatımızda elde ettiğimiz başarılarından daha fazla bireyin haberdar olması sağlanmış ve kabiliyetlerimiz ile örtüşen bir pozisyonda ve/veya ücrette bir işe başlama olanağımız artmış olacaktır.	
Kaynak Kitap		Yazar/Editör: TOGÜ KARMER tarafından hazırlanan kariyer rehber kitabı.	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		 Erdoğan, N. (2003). Kariyer Geliştirme, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.	

İNG102 - İngilizce II

Öğretim Üyesi	Mete ŞEN
Oda Numarası	Z 21
Ofis Saatleri	Pazartesi /Salı:15:15/16:15
E-posta	mete.sen@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 10:30-12:15
Derslik	Z/21
Dersin Amacı	Bu ders sonucu öğrenciler İngilizcenin temel yapılarını kullanarak kendilerini ifade edebileceklerdir. Bu ders öğrencilere İngilizce temel yapılarını başlangıç düzeyde (Beginner / A1) vermeyi amaçlar.
Konu ve İlgili Kazanımlar	There is / There are
	Evin bölümleri ve eşyaların kelime öğretimi yapılır. There is / are kullanılarak örnek cümle yapılır
	This/that/these ve those yapıları öğretilerek nesnelerin konumuna göre basit sıfatlar kullanarak cümlede kullanma yetisi edinilir.
	Can ve can't modal verb
	Can / can't modal verbler kullanılarak basit cümleler kurabilir ve soru kalıbını deneyimler.
	Bu konu ile ilgili alıştırmaları cevaplayabilir.
	Adverbs (zarf) öğrenimi ile kurdukları cümleleri geliştirirler.
	Bu haftaya kadar işlenen zaman kavramları ile ilgili karşılaştırmalı alıştırmaları cevaplayabilir.
	WAS /WERE, The Simple Past Tense
	Was/were ile basit cümleler kurabilir.
	Dili geçmiş zamanda (The Simple Past Tense) olumlu, olumsuz, soru formlarında cümle kuruluşlarını öğrenir.
	Düzenli/Düzensiz fiilleri öğrenir.
	Bu zamanı kullanarak basit cümleler yazabilir.
	Bu zaman ile kullanılan zaman zarflarını öğrenir.
	Bu zamanda hazırlanmış metinleri okuyup / dinleyip anlayabilir ve sorulan ilgili soruları yanıtlayabilir.
	Geçmiş zaman kullanarak geçirdiği son tatili anlatan metin yazabilir.
	Geniş zaman ve geçmiş zamanı karşılaştıran soruları cevaplayabilir.
	There is / There are
	Evin bölümleri ve eşyaların kelime öğretimi yapılır. There is / are kullanılarak örnek cümle yapılır
	This/that/these ve those yapıları öğretilerek nesnelerin konumuna göre basit sıfatlar kullanarak cümlede kullanma yetisi edinilir.
	Can ve can't modal verb
	Can / can't modal verbler kullanılarak basit cümleler kurabilir ve soru kalıbını deneyimler.
	Bu konu ile ilgili alıştırmaları cevaplayabilir.
	Adverbs (zarf) öğrenimi ile kurdukları cümleleri geliştirirler.
	Bu haftaya kadar işlenen zaman kavramları ile ilgili karşılaştırmalı alıştırmaları cevaplayabilir.
	WAS /WERE, The Simple Past Tense
	Was/were ile basit cümleler kurabilir.
	Dili geçmiş zamanda (The Simple Past Tense) olumlu, olumsuz, soru formlarında cümle kuruluşlarını öğrenir.

		Düzenli/Düzensiz fiilleri öğrenir.	
		Bu zamanı kullanarak basit cümleler yazabilir.	
		Bu zaman ile kullanılan zaman zarflarını öğrenir.	
		Bu zamanda hazırlanmış metinleri okuyup / dinleyip anlayabilir ve sorulan ilgili soruları yanıtlayabilir.	
		Geçmiş zaman kullanarak geçirdiği son tatili anlatan metin yazabilir.	
		Geniş zaman ve geçmiş zamanı karşılaştıran soruları cevaplayabilir.	
		There is / There are	
		Evin bölümleri ve eşyaların kelime öğretimi yapılır. There is / are kullanılarak örnek cümle yapılır	
		This/that/these ve those yapıları öğretilerek nesnelerin konumuna göre basit sıfatlar kullanarak cümlede kullanma yetisi edinilir.	
		Can ve can't modal verb	
		Can / can't modal verbler kullanılarak basit cümleler kurabilir ve soru kalıbını deneyimler.	
		Bu konu ile ilgili alıştırmaları cevaplayabilir.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	03.02.2026	Uyum Haftası	
2	10.02.2026	There is / There are	PY1PY3PY14
3	17.02.2026	Evin bölümleri ve eşyalar / This-That-Those-These	PY1PY3PY14
4	24.02.2026	Geniş zaman ve geçmiş zamanı karşılaştıran soruları cevaplayabilir	PY1PY3PY14
5	03.03.2026	Can ve can't modal verb	PY1PY3PY14
6	10.03.2026	Can Modal fiili ile adverbs eklenerek cümle kurmayı öğrenme	PY1PY3PY14
7	24.03.2026	Can ve geniş zaman kullanımlı cümle kurma	PY1PY3PY14
8	31.03.2026	Kendilerini ifade eden metin yazımı	PY1PY3PY14
	4-12-04-2026	Ara Sınav	
9	14.04.2026	Okuma parçası üzerinden soruları cevaplama	PY1PY3PY14
10	21.04.2026	WAS /WERE, The Simple Past Tense	PY1PY3PY14
11	28.04.2026	Dili geçmiş zamanda (The Simple Past Tense) olumlu, olumsuz, soru formlarında cümle kuruluşlarını öğrenir.	PY1PY3PY14
12	05.05.2026	Düzenli/Düzensiz fiilleri öğrenir.	PY1PY3PY13
13	12.05.2026	Bu zamanda hazırlanmış metinleri okuyup / dinleyip anlayabilir ve sorulan ilgili soruları yanıtlayabilir.	PY1PY3PY13
14	23.05.2026	Geçmiş zaman kullanarak geçirdiği son tatili anlatan metin yazabilir. . Öğrenilen konuların pekiştirilmesi için sınav öncesi çalışma yapılır.	PY1PY3PY13
	2-12-06-2026	Dönem Sonu Sınavı	
	17-25-06-2026	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve ders notları esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalin ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	

Örnek Sorular	1. Can you _____ a bike? a) riding b) ride c) to ride d) rides 2. You can cook meal in the _____. a) livingroom b) bedroom c) bathroom d) kitchen 3. _____ an Internet cafe in this town. a) There are b) There is c) There aren't d) There be 4. Danny _____ at work yesterday, but he _____ at work today. a) was / is b) wasn't / isn't c) was / isn't d) is / isn't 5. Ann and Max usually _____ sailing at weekends, but last weekend they _____ tennis. a) goes / played b) go / played c) went / play d) went / played
Cevap Anahtarı	1-b 2-d 3-b 4-c 5- b
Kaynak Kitap	English for Life (Oxford University Press) + Student's Book + Workbook + iTools (Digital Teaching Resources)
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Oxford Practice Grammar by Norman Coe, Mark Harrison, Ken Paterson (Oxford University Press) English Grammar in Use by Raymond Murhpy (Cambridge University Press) Essential Grammar in Use by Raymond Murphy (Cambridge University Press)

AİİT102 - Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II

Öğretim Üyesi	Öğr. Gör. İzzet Bahri ATEŞLİ
Oda Numarası	205
Ofis Saatleri	
E-posta	İzzetbahri.atesli@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 10.30 – 12.15
Derslik	Uzaktan Eğitim
Dersin Amacı	Türkiye Cumhuriyeti devletinin kuruluş şartlarının ve özelliklerinin anlaşılabilmesi için; Türk milletini Kurtuluş Savaşı yapmak durumunda bırakan şartlarla, Kurtuluş Savaşının hangi şartlarda ve hangi ilkeler çerçevesinde gerçekleştiğini ve devletin hangi esaslar üzerine kurulduğunu kavratmak; böylece devletin kuruluş felsefesini bilen, devletin ve milletin temel değerlerine saygılı bireyler yetiştirmek
Konu ve İlgili Kazanımlar	Dersin Amaçları
	Milli Mücadele
	TBMM'ye karşı çıkan ayaklanmaları bilir.
	TBMM'ye karşı çıkan ayaklanmaların Milli Mücadele üzerindeki etkilerini değerlendirebilir.
	Sevr Antlaşması ile emperyalist güçlerin Anadolu üzerindeki emellerini değerlendirebilir.
	Türk Milleti'nin Sevr Antlaşması'na verdiği tepkileri değerlendirebilir.
	Milli Mücadele'de Doğu Cephesi'nde yaşanan askeri ve siyasi gelişmeleri kavrar.
	Milli Mücadele'de ilk askeri ve siyasi zaferin kime karşı kazanıldığını bilir.
	Milli Mücadele'de Güney Cephesi'nde yaşanan askeri ve siyasi gelişmeleri kavrar.
	Kuva-yı Milliye birliklerinin faaliyetlerini ve düzenli ordunun kurulma sürecini bilir.
	Milli Mücadele'de Batı Cephesi'nde yaşanan askeri ve siyasi gelişmeleri kavrar.
	Milli Mücadele'de Doğu, Güney ve Batı Cepheleri'nde elde edilen başarıları ve bu başarıların Türk Milleti açısından önemini açıklayabilir.
	Milli Mücadele
	Mudanya Ateşkes Antlaşması'nın Milli Mücadele'deki yeri ve önemini kavrar.
	Milli Mücadele'nin askeri safhasının Mudanya Ateşkes Antlaşması ile bittiğini bilir.
	Lozan Antlaşması'nın Türk Milleti'ne sağladığı kazanımları analiz eder.
	Türk Milleti'nin bağımsızlığını sınırlayan kapitülasyon, azınlık hakları, dış borçlar gibi unsurlardan Milli Mücadele'de kazanılan askeri başarılar ve Lozan Antlaşması ile verilen siyasi mücadeleler ile kazanıldığını kavrar.
	Türkiye'nin uluslararası platformda tam bağımsız bir güç olarak tanınması sürecini değerlendirebilir.
	Tarihsel süreçte ve günümüzde Lozan Antlaşması'nın Türk Milleti için önemini açıklayabilir.
	Türkiye Cumhuriyeti'nin Kuruluşu
	Türkiye'de saltanat ve halifeliğin kaldırılma süreçlerini değerlendirebilir.
	"Cumhuriyet" kavramının ne anlama geldiğini bilir.
	Atatürk'ün Cumhuriyetçilik ilkesini ve dayandığı temel esasları kavrar.
	Atatürkçü Düşünce Sistemi içinde Cumhuriyetçilik ilkesinin yerini ve önemini açıklayabilir.
	Atatürk dönemi Türk demokratikleşme sürecinin ilk aşamalarını değerlendirebilir.
	Cumhuriyetin Demokratikleşmesi
	Halk Fırkası'nın, Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası'nın, Serbest Cumhuriyet Fırkası'nın ve Demokrat Parti'nin kuruluşunu, benimsediği temel ilkeleri ve bu partilerin Türk siyasi tarihi içindeki yeri ve önemini bilir.
	Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan sonraki süreçte yaşanan siyasi gelişmeleri değerlendirebilir.
	Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş yıllarındaki demokratikleşme yolunda atılan adımları analiz edebilir.
	Türkiye'de çok partili siyasi hayata geçiş sürecini değerlendirebilir.
	Demokratik bir sistem için siyasi partilerin ve çok partili yaşamın gerekliliğini kavrar.
	Atatürk'ün Halkçılık ilkesini ve önemini açıklayabilir.

Atatürk'ün Halkçılık ilkesinin dayandığı temel esasları bilir.
Halkçılık ilkesinin milli egemenliğin ve eşitliğin temel dayanağı olduğunu bilir.
Cumhuriyet'in Laikleşmesi
Laiklik kavramının ne almama geldiğini bilir.
Atatürk'ün Laiklik ilkesi ve önemini açıklayabilir.
Türkiye'nin siyasi, hukuk ve eğitim alanlarındaki laikleşme sürecini değerlendirebilir.
Hukuksal alanda yapılan inkılapların gerekçelerini bilir.
Hukuk alanında yapılan inkılapların dayandığı esasları bilir.
Türk Medeni Kanunu ile Türk aile yapısında ve kadının toplumsal statüsünde meydana gelen değişiklikleri değerlendirebilir
Milliyetçilik İlkesi
Milliyetçilik kavramının ne anlama geldiğini tanımlayabilir.
Milliyetçilik kavramının nasıl ortaya çıktığını ve dünya üzerindeki etkilerini açıklayabilir.
Türk milliyetçiliğinin gelişim safhalarını değerlendirebilir.
Atatürk'ün Milliyetçilik ilkesini ve dayandığı temel esasları açıklayabilir.
Milli tarih ve dil bilincinin yeri ve önemini bilir.
Milliyetçilik ilkesi doğrultusunda yapılan inkılap hareketlerini bilir.
Ara Sınav
Devletçilik İlkesi
Ekonomi alanında meydana gelen gelişmeleri kavrar.
ATA102 Tam bağımsız ve milli bir ekonomi düzeni kurmak için İzmir İktisat Kongresi'nde alınan kararları değerlendirebilir.
Tam bağımsız bir ekonominin bir millet için ne kadar önemli olduğunu kavrar.
1929 Dünya Ekonomik Bunalımı'nın Türkiye üzerine etkilerini değerlendirebilir.
Atatürk'ün Devletçilik ilkesinin ne anlama geldiğini ve önemi açıklayabilir.
Devletçilik ilkesinin Türkiye'nin o günkü ihtiyaçlarından doğmuş olduğunu ve dünyadaki diğer ekonomik sistemlerden farklı yönlerini bilir.
İnkılaplara Tepkiler
Cumhuriyet'in ilk yıllarında Türkiye Cumhuriyeti'ne yönelik tehditleri analiz edebilir.
Mustafa Kemal'e suikast girişimini analiz edebilir.
Şeyh Said ve Menemen Olaylarını amaçlarını değerlendirebilir.
Türk Tarihinin Anayasaları ve Özellikleri
"Anayasa" kavramının ne anlama geldiğini bilir.
Dünyada anayasa kavramının ilk ve ne şekilde ortaya çıktığını ve dünyadaki anayasal gelişmelerin Osmanlı Devleti üzerindeki etkilerini değerlendirebilir.
Osmanlı Devleti'nde yaşanan anayasal gelişmeleri, 1876 Anayasası ve özelliklerini, 1909 yılı değişikliklerini siyasi ve kişisel hak ve özgürlükler açısından değerlendirebilir.
Türkiye Cumhuriyeti'nin 1921, 1924, 1961, 1982 Anayasası olmak üzere dört anayasal süreç yaşadığını bilir.
1921, 1924, 1961, 1982 Anayasaları'nın uygulanmasını hazırlayan siyasi süreçlerde yaşanan olayları, bu anayasaların temel özelliklerini ve uygulanmasından doğan toplumsal ve siyasi sonuçları değerlendirebilir.
Türkiye'de kişisel hak ve özgürlükler konusunda yaşanan gelişmeleri değerlendirebilir.
Eğitim İnkılabı
Eğitim alanında yapılan inkılapların gerekçelerini bilir.
Atatürk'ün milli ve çağdaş eğitime verdiği önemi kavrar.
Eğitim ve kültür alanında yapılan gelişmeleri kavrar.
Tevhid-i Tedrisat Kanunu, Harf İnkılabı, Millet Mektepleri'nin yeni bir eğitim sistemi kurulması içindeki yeri ve önemini değerlendirebilir.
Köy Enstitüleri'nin kuruluş amacını, işleyiş biçimini ve Türk eğitim sistemi içindeki yeri ve önemini değerlendirebilir.
Yükseköğretim alanında yapılan yeni düzenlemeler ve Üniversite Reformu konusunda atılan ilk adımları değerlendirebilir.
Toplumsal Alanda Yapılan İnkılaplar
Toplumsal alanda yapılan inkılapları ve meydana gelen gelişmeleri kavrar.
Şapka ve kıyafet alanında yapılan düzenlemelerin nedenini bilir.
Soyadı Kanunu ile eşit ve ayrıcalıksız bir toplum oluşturma amaçlandığını bilir.

		Soyadı Kanunu ile Halkçılık ilkesini ilişkilendirebilir.	
		Milletlerarası Takvim, Ölçü, Saat ve Rakam sistemine geçiş ile uluslararası ilişkilerde doğacak aksaklıkların giderilmesinin amaçlandığını kavrar.	
		Türkiye Cumhuriyeti’nin Dış Politikası	
		Atatürk dönemi Türk dış politikasının temel ilkelerini ve amaçlarını açıklayabilir.	
		Atatürk dönemi dış politikasını tam bağımsızlık, akılcılık, milli menfaatleri esas alma ilkeleri özelinde değerlendirebilir.	
		Lozan Antlaşması’nı Atatürk dönemi Türk dış politikası ilkeleri ile ilişkilendirebilir.	
		Musul Meselesi’nin o günkü ve günümüzde Türk Milleti için arz ettiği önemi kavrar.	
		Montrö Boğazlar Sözleşmesi, Balkan ve Sadabat Paktı ve Türkiye’nin Milletler Cemiyeti’ne girişi gibi dış politikada yaşanan gelişmeleri Atatürk’ün dış politika ilkeleri çerçevesinde değerlendirebilir.	
		Atatürk dönemi Türk dış politikasının temel ilkelerini ve amaçlarını açıklayabilir.	
		Türkiye Cumhuriyeti’nin Dış Politikası	
		Atatürk dönemi sonrası Türk dış politikasının temel ilkelerini ve amaçlarını açıklayabilir.	
		İkinci Dünya Savaşı’ndaki gelişmeleri ve bu savaşın sonuçlarının Türkiye’ye etkilerini analiz edebilir.	
		İkinci Dünya Savaşı’nda takip edilen Türk dış politikasını Türkiye’nin milli menfaatleri noktasında değerlendirebilir.	
		Türkiye’nin Batılı ülkelerle ilişkilerini ve onların siyasi ve askeri kurumları içinde yer alma mücadelesini anlar ve bu alanda yaşanan problemleri kavrar.	
		Türkiye’nin milli davalarından biri olarak, Kıbrıs’ta meydana gelen gelişmeleri anlar ve bunun Türkiye için önemini bilir.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	2 Şubat 26	Milli Mücadele: TBMM’ye Karşı Ayaklanmalar, Sevr Antlaşması	PY1- PY7-PY16
2	9 Şubat 26	Milli Mücadele’nin Cepheleri; Doğu, Güney ve Batı Cepheleri ve Sonuçları	PY1- PY7-PY16
3	16 Şubat 26	Milli Mücadele: Savaşı Bitiren Antlaşmalar, Mudanya Ateşkes Antlaşması, Lozan Antlaşması	PY1- PY7-PY16
4	23 Şubat 26	Türkiye Cumhuriyeti’nin Kuruluşu: Saltanatın Kaldırılması, Cumhuriyetin İlanı, Halifeliğin Kaldırılması, Atatürk’ün Cumhuriyetçilik İlkesi	PY1- PY7-PY16
5	2 Mart 26	Cumhuriyetin Demokratikleşmesi: Halk Fırkası, Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası, Serbest Cumhuriyet Fırkası, Demokrat Parti ve Sonrası, Seçme ve Seçilme Hakkının Geliştirilmesi, Atatürk’ün Halkçılık ilkesi	PY1- PY7-PY16
6	9 Mart 26	Cumhuriyetin Laikleşmesi: Yönetimin (Halifeliğin Kaldırılması), Hukukun (Şer’i Hukukun ve Mahkemelerin Sona Ermesi ve Yeni Hukuk Düzeni, Anayasa ve Yasalarda Değişiklikler) ve Eğitimin Laikleşmesi (Tevhid-i Tedrisat Kanunu), Atatürk’ün Laiklik İlkesi	PY1- PY7-PY16
7	16 Mart 26	Milliyetçilik İlkesi: Milli Devlet, Milli Tarih (Türk Tarih Kurumu), Milli Dil (Türk Dil Kurumu), Atatürk’ün Milliyetçilik İlkesi	PY1- PY7-PY16
8	30 Mart 26	Devletçilik İlkesi: İzmir İktisat Kongresi, Ekonominin Millileştirilmesi, Özel Girişimciliğin Desteklenmesi, Devlet Eliyle Kalkınma, Planlı Ekonomi, Atatürk’ün Devletçilik İlkesi	PY1- PY7-PY16
4-12 Nisan 2026		Ara Sınav	

9	13 Nisan 2026	İnkılâplara Tepkiler: Şeyh Said Ayaklanması, İzmir’de Atatürk’e Suikast Girişimi, Menemen Olayı	PY1- PY7-PY16
10	20 Nisan 2026	Türk Tarihinin Anayasaları ve Özellikleri: 1876, 1909, 1921, 1924, 1961, 1982 Anayasaları ve Özellikleri	PY1- PY7-PY16
11	27 Nisan 2026	Eğitim İnkılâbı: Tevhid-i Tedrisat Kanunu, Türk Eğitim Sisteminin Temel Özellikleri, Harf İnkılâbı, Eğitimi Geliştirmek İçin Yapılan Çalışmalar, Halkevleri, Köy Enstitüleri, Üniversite Reformu	PY1- PY7-PY16
12	4 Mayıs 2026	Toplumsal Alanda Yapılan İnkılâplar: Kıyafet İnkılâbı, Tarikatların Yasaklanması, Soyadı Kanunu, Milletlerarası Takvim, Ölçü, Rakam Sistemine Geçiş	PY1- PY7-PY16
13	11 Mayıs 2026	Türkiye Cumhuriyeti’nin Dış Politikası: Türkiye’nin Stratejik Önemi, Milli Mücadele Döneminde Dış Politika, Atatürk Döneminde Dış Politika	PY1- PY7-PY16
14	18-23 Mayıs 2026	Türkiye Cumhuriyeti’nin Dış Politikası: Atatürk Sonrasında Dış Politika	PY1- PY7-PY16
	2-12 Haziran 2026	Yarıyıl Sonu Sınavları	
	17-25 Haziran 2026	Bütünleme Sınavları	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir dönem sonu sınavı aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin katkısı % 40 dönem sonu sınavı ise % 60’tır. Geçme notu 100 üzerinden 60’tır.	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		1- Kemal Atatürk, Nutuk, Cilt: I-III, İstanbul 1993. 2- YÖK-Komisyon, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi, Ankara 1989. 3- Komisyon, Türkiye Cumhuriyeti Tarihi I-II, AAM Yay., Ankara 2002.	

TD102 - Türk Dili II

Öğretim Üyesi	Öğr. Gör. Faruk TOYDEMİR
Oda Numarası	205
Ofis Saatleri	Çarşamba-(15.15-17.00)
E-posta	faruk.toydemir@gop.edu.tr.
Ders Zamanı	Cuma 08:30 – 10:15
Derslik	Uzaktan Eğitim
Dersin Amacı	Türk dilinin gramer yapısını ve anlatım gücünü öğrencilere kavratmak, Türk dilini daha iyi kullanma becerisini kazandırmak; ön lisans ve lisans düzeyindeki öğrencilere kendilerini doğru ve etkili olarak doğru ifade etmeyi, ana dil bilinci edindirmeyi; panel, konferans, açık oturum, forum türü toplantıları etkili dinlemeyi öğretmektir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Dersin Amaçları
	Dersin verilmesindeki genel amaçları öğrenir; temel ve yardımcı kaynakları hakkında bilgi sahibi olur.
	Ses Bilgisi
	Ses bilgisi ile ilgili temel kavramları bilir.
	Ünlü ve Ünsüzlerle ilgili ses olaylarını ve nedenlerini bilir.
	Cümle Bilgisi
	Cümle ile ilgili kavramları bilir. Olumlu cümleyi, olumsuz cümleyi bilir. Soru cümlesini, ünlem cümlesini bilir
	Cümlede anlam kaymalarını bilir.
	Basit cümleyi, birleşik cümleyi öğrenir, Bağımlı sıralı cümleyi ayırabilir. Bağlı (Bağlaçlı) cümleyi bilir.
	Sözcük Türleri
	Sözcük türü ile ilgili kavramları bilir. Sözcük türlerini anlam, tür ve görev bakımından sınıflandırır.
	Adlar ve Adıllar
	Metin içerisinde isim ve isim öbeklerini bulur.
	İsmi tanımlar, özelliklerini ve isim öbeklerinin çeşitlerini bilir.
	Zamirin tanımını, özelliklerini ve zamir çeşitlerini bilir. Metin içerisinde zamirleri ve zamir çeşitlerini bulur.
	Sıfatlar
	Sıfatın tanımını, özelliklerini ve sıfat türlerini bilir. Metinde sıfatı ve sıfat türlerini bulur
	Adlaşmış sıfatlar öğrenir metin içinde değerlendirir.
	Zarflar
	Zarfın tanımını ve zarf türlerini bilir. Metin içerisinde zarfları bulur.
	Zarflarla yapılmış yan cümleleri kavrar.
	Eylemler
	Eylemin tanımını ve özelliklerini bilir. İsim ve eylem ayırımına varır. Metin içerisinde eylemleri bulur.
	Eylemlerin kendi içinde farklı kullanımlarını öğrenir.
	Ek eylem ve Eylemsiler
	Ek eylem nedir, bilir. Eylemin özelliklerini kavrar. Metin içerisinde ek eylemin bulur.
	Eylemsilerin tanımını yapar, özelliklerini bilir. Metin içerisinde eylemsileri bulur.
	Edat Bağlaç Ünlem
	Bağlacın özelliklerini kavrar. Bağlaç türlerini bilir. Metin içerisinde edatları bulur.
	Edat nedir, bilir. Edatın özelliklerini kavrar. Ünlem türlerini bilir. Metin içerisinde Ünlemleri bulur.
	Form Yazılar
	Özgeçmiş, biyografi, dilekçe, rapor, tutanak, mektup yazılarının özelliklerini bilir.
	Form yazıların uygulamasını yapar.
	Edebi Yazılar ve Sözlü Türler

		Makale, Deneme, Fıkra, Eleştiri, Röportaj, Anı, Hatıra, Gezi, Seyahat yazılarının tanımını ve özelliklerini bilir.	
		Seminer, Kongre, Sempozyum, Panel, Forum gibi sözlü anlatım türlerinin tanımını ve özelliklerini bilir.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	2 Şubat 26	Ses Bilgisi	P2,P7,P10,
2	9 Şubat 26	Anlamına Göre Cümleler	P2,P7,P10,P15,P16,P21
3	16 Şubat 26	Yapısına Göre Cümleler	P2,P7,P10,P15,P16,
4	23 Şubat 26	Sözcük Türleri (İsim ve İsim Öbekleri)	P2,P7,P10,P15,P16,P21
5	2 Mart 26	Zamirler	P2,P7,P10,P15,P16,P21
6	9 Mart 26	Sıfat ve Sıfat Öbekleri	P2,P7,P10,P15,P16,P21
7	16 Mart 26	Zarflar	P2,P7,P10,P15,P16,P21
8	23 Mart 26	Ek eylemler	PY2 – PY5
9	30 Mart 26	Eylemler	PY2 – PY5
	4-12 NİSAN 2026	Ara Sınav	
10	13 Nisan 2026	Eylemsiler	PY11- PY12
11	20 Nisan 2026	Bağlaçlar	PY10
12	27 Nisan 2026	Edatlar,	PY2- PY11- PY12
13	4 Mayıs 2026	Ünlemler	PY5
14	11 Mayıs 2026	Yazılı Anlatım Türleri	PY9
15	18-23 Mayıs 2026	Sözlü Anlatım Türleri	PY9
	2-12 Haziran 2026	Yarıyıl Sonu Sınavları	
	17-25 Haziran 2026	Bütünleme Sınavları	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir dönem sonu sınavı aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin katkısı % 40 dönem sonu sınavı ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	

Örnek Sorular	1. Aşağıdaki atasözlerinin hangisinde ünsüz benzeşmesinin örneği yoktur? A) İrmaktan geçerken at değiştirilmez. B) Herkesin geçtiği köprüden sen de geç. C) Her şeyin yokluğu yokluktur. D) İyi olacak hastanın hekim ayağına gelir. E) Değirmen iki taştan, muhabbet iki baştan. 2. Ben güzel günlerin şairiyim." cümlesiyle yapısı, yüklemine yeri ve türü yönünden aşağıdaki dizelerin hangisi özdeştir? A) Saadetten alıyorum ilhamımı. B) Kızlara çeyizlerinden bahsediyorum. C) Çocuklara müjdelere veriyorum. D) Babası cephede kalan çocuklara. E) Ben ümitsizlere ümidim. 3. Aşağıdaki cümlelerin hangisi yapısına göre basit, söz dizimine göre devrik bir cümledir? A) Okulda tiyatro çalışması yapmayı düşünüyor. B) Şiiri güzel okuyanlar, toplanmış salonda. C) Herkese laf anlatıyor, kimseyi incitmiyor. D) Bir dergi çıkaracağını söylemişti geçen gün. E) Hikâyelerini bir kitapta topladı bu sene. 4. Aşağıdakilerden hangisinde ikileme zarf fiillerle kurulmuştur? A) Sabah hızlı hızlı yürüyordu. B) Bir köşede ileri geri konuştular. C) Çocuk düşse kalka büyür. D) İşleri sonra sonra yoluna girdi. E) Gece gündüz demeden çalıştı. 5. Aşağıdaki cümlelerden hangisinde fiilimsi yoktur? A) Dün gölge veren ağaç, bugün ocakta yandı. B) Güneşli bir havada yayılımız yola çıktı. C) Gün doğarken bir ölüm rüyasıyla uyandım. D) Yedi yüz yıl süren hikâyemizi dinlemiş. E) Seninle gelmesini istemez misin?
Cevaplar	1-d, 2-e, 3-e, 4-c, 5-b
Kaynak Kitap	Prof. Dr. Hanifi VURAL, Türk Dili, Taşhan Kitap, Tokat, 2012
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	1. Prof. Dr. Muharrem Ergin, Türk Dil Bilgisi, Bayrak Yayınları, İstanbul, 1999. 2. Prof. Dr. Tahsin Banguoğlu, Türkçenin Grameri, TDK Yayınları, Ankara, 1998. 3. Prof. Dr. Mustafa Özkan vd.; Yükseköğretimde Türk Dili Yazılı ve Sözlü Anlatım, Filiz Kitabevi, İstanbul, 2006. 4. Prof. Dr. Mehmet Kaplan, Dil ve Kültür, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2011. 5. Ertem, Rekin - İsa Kocakaplan, Üniversitelerde Türk Dili ve Kompozisyon 6. Serdar Odacı vd., Üniversiteler için Dil ve Anlatım, Palet Yay., Konya, 2009. 7. "Türkçe Sözlük", TDK Yayınları, Ankara, 2013. 8. "Yazım Kılavuzu", TDK Yayınları, Ankara, 2012..

2.Sınıf Güz Dönemi Ders Planları

HİT2001 - Halkla İlişkiler Kampanyaları

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Üyesi İlknur ŞAHİN
Oda Numarası	Z-41
Ofis Saatleri	
E-posta	ilknur.patan@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilerin halkla ilişkiler kampanyalarının planlanması, yürütülmesi ve değerlendirilmesi süreçlerini teorik ve pratik olarak öğrenmelerini sağlamaktır. Öğrenciler, kampanya geliştirme sürecinde stratejik düşünme, hedef kitle analizi, iletişim araçlarının seçimi ve ölçme-değerlendirme konularında bilgi ve beceri kazanacaklardır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Halkla İlişkiler Kavramına Genel Bakış
	Halkla ilişkiler kavramını öğrenir.
	Halkla ilişkilerle ilgili temel konularda bilgi sahibi olur.
	Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar ve Süreçler
	Halkla ilişkiler sürecinin bileşenlerini tanıır.
	İletişim süreciyle halkla ilişkiler arasındaki ilişkiyi açıklar.
	Halkla İlişkiler Kampanyalarına Giriş
	Kampanya kavramını halkla ilişkiler bağlamında tanıımlar.
	Farklı kampanya türlerini ayırt eder.
	Kampanya Araştırma Aşaması I
	Kampanya için araştırma tekniklerini öğrenir.
	Çeşitli kampanya analizlerini yapabilir.
	Kampanya Araştırma Aşaması II
	Kampanya için araştırma tekniklerini öğrenir.
	Çeşitli kampanya analizlerini yapabilir.
	Kampanya Planlama Aşaması I
	Amaç ve hedefleri öğrenir.
	Hedef kitle analizini öğrenir
	Strateji ve taktikler hakkında bilgi sahibi olur.
	Kampanya konumlandırmasını öğrenir.
	Kampanya Planlama Aşaması II
	Yaratıcılık ve özgünlük hakkında bilgi sahibi olur.
	Uygulanabilirlik ve sürdürülebilirlik hakkında bilgi sahibi olur.
	Medya ve tekniklerin belirlenmesi hakkında bilgi sahibi olur.
	Kampanya Planlama Aşaması III
	Faaliyet planının hazırlanması hakkında bilgi sahibi olur.
	Bütçe planının hazırlanması hakkında bilgi sahibi olur.
	Kampanya Uygulama Aşaması
	Uygulama planının oluşturulması hakkında bilgi sahibi olur.
	Yaratıcı uygulamaların belirtilmesi (Yaratıcı strateji, Proje stratejisi, İletişim Stratejisi) hakkında bilgi sahibi olur.
	Faaliyet planının detaylarının ortaya konulması hakkında bilgi sahibi olur.
	Zaman tablosunun hazırlanması hakkında bilgi sahibi olur.
	Bütçe planının detaylandırılması hakkında bilgi sahibi olur.
	Kampanya Ölçme Değerlendirme Aşaması
	Kampanya başarısını ölçmeyi öğrenir.
	Değerlendirme raporu oluşturur.

		Hazırlanan Kampanyaların Sınıf Ortamında Sunumu I
		Öğrenciler tarafından farklı konularda hazırlanan halkla ilişkiler kampanyalarının sunumları yapılır.
		Hazırlanan Kampanyaların Sınıf Ortamında Sunumu II
		Öğrenciler tarafından farklı konularda hazırlanan halkla ilişkiler kampanyalarının sunumları yapılır.
		Hazırlanan Kampanyaların Sınıf Ortamında Sunumu III
		Öğrenciler tarafından farklı konularda hazırlanan halkla ilişkiler kampanyalarının sunumları yapılır.
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	Oryantasyon Haftası	PY1
2	Halkla İlişkiler Kavramına Genel Bakış	PY1-PY3-PY6
3	Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar ve Süreçler	PY1-PY3-PY11-PY12-PY16
4	Halkla İlişkiler Kampanyalarına Giriş	PY12-PY13-PY15
5	Kampanya Araştırma Aşaması I	PY12-PY13-PY15
6	Kampanya Araştırma Aşaması II	PY12-PY13-PY15
7	Kampanya Planlama Aşaması I	PY12-PY13-PY15
8	Kampanya Planlama Aşaması II	PY12-PY13-PY15
	Ara Sınav	
9	Kampanya Planlama Aşaması III	PY12-PY13-PY15
10	Kampanya Uygulama Aşaması	PY12-PY13-PY15
11	Kampanya Ölçme Değerlendirme Aşaması	PY12-PY13-PY15
12	Hazırlanan Kampanyaların Sınıf Ortamında Sunumu I	PY12-PY13-PY15
13	Hazırlanan Kampanyaların Sınıf Ortamında Sunumu II	PY12-PY13-PY15
14	Hazırlanan Kampanyaların Sınıf Ortamında Sunumu III	PY12-PY13-PY15
	Dönem Sonu Sınavı	
	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular	1. Halkla ilişkiler kampanyalarında SMART hedeflerin "A" harfi aşağıdakilerden hangisini ifade eder? A) Available (Ulaşılabilir) B) Action (Eylem) C) Achievable (Gerçekleşebilir) D) Active (Aktif) 2. Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkiler kampanyalarının araştırma aşamasında kullanılan tekniklerden biridir? A) SWOT Analizi B) Mesaj Geliştirme C) Bütçe Planlama D) Medya Seçimi 3. "Hedef kitle analizi" halkla ilişkiler kampanyalarında neden önemlidir? 4. Bir halkla ilişkiler kampanyasının ölçme ve değerlendirme aşamasında hangi yöntemler kullanılabilir? En az iki örnek veriniz. 5. Bir üniversite, gençlere yönelik "Sıfır Atık" kampanyası düzenlemek istiyor. Sizden kampanyanın temel mesajını ve bir iletişim aracını belirtmeniz isteniyor.	

Cevap Anahtarı	1. C) Achievable (Gerçekleşebilir) 2. A) SWOT Analizi 3. Hedef kitle analizi, kampanyanın kimlere hitap edeceğini belirleyerek mesajların, iletişim araçlarının ve stratejilerin doğru seçilmesini sağlar. Yanlış hedef kitle seçimi kampanyanın başarısız olmasına neden olur. 4. Anketler ve odak grup görüşmeleri ile hedef kitlenin algısı ölçülebilir. Medya yansımaları ve basında çıkan haberlerin sayısı analiz edilebilir. Sosyal medyada etkileşim oranları (beğeni, paylaşım, yorum) incelenebilir. ROI (yatırımın geri dönüşü) hesaplanarak kampanyanın maliyet-etki dengesi değerlendirilebilir 5. Temel Mesaj: “Geleceğini Çöpe Atma, Sıfır Atıkla Yaşa!” İletişim Aracı: Instagram Reels ve TikTok videoları (çünkü genç hedef kitleye uygun ve görsel-işitsel etki güçlüdür)
Kaynak Kitap	 Yazar/Editör: Nilay Başok Yurdakul – Gül Çoşkun
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 Yazar: Ceyda Aydede

HİT2003 - Reklamcılık

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Üyesi İlknur ŞAHİN
Oda Numarası	Z-41
Ofis Saatleri	
E-posta	ilknur.patan@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	Bu ders; Öğrencilere reklamcılığın temel kavramlarını, tarihsel gelişimini ve işleyiş mekanizmalarını öğretmek; reklamın diğer disiplinlerle ilişkisini kavratmak; farklı reklam türleri ve mecraları hakkında öğrencileri bilgilendirerek öğrencilerin derse yönelik bilgi ve yeterlilik düzeylerini artırmak.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Reklam Kavramının Çeşitli Tanımları ve Yorumlanması
	Reklamın tanımını bilir.
	Üretici ve tüketici açısından reklamı bilir.
	Dünya’da ve Türkiye’de yapılan reklamcılık tanımlarına hâkim olur.
	Tanımlar hakkında yorumlamalarda bulunabilir.
	Reklamın Tarihsel Süreci
	Türkiye’deki reklamcılık gelişimini öğrenir.
	Dünya’daki reklamcılık gelişimini öğrenir.
	Reklamcılığın gelişmesindeki etkenleri bilir.
	Reklamın Fonsiyonları
	Reklamcılığın fonksiyonlarını öğrenir
	Reklamcılığın hedeflerini öğrenir.
	Reklamda iletişim sürecini öğrenir.
	Reklamın Sınıflandırılması
	Reklamın sınıflandırmasını yapabilir.
	Üretici açısından, tüketici açısından reklamı öğrenir
	Hedef Pazar açısından ve talep açısından reklamları öğrenir.
	Konu, mesaj ve ödeme açısından reklam türlerini öğrenir.
	Coğrafi açıdan reklam türlerini öğrenir.
	İletişim araçlarına göre reklam türlerini öğrenir.
	Reklamcılık Sektörü ve Kurumlar
	Reklamcılık sektörü hakkında geniş bir perspektife sahip olur.
	Reklam etiği hakkında bilgi sahibi olur.
	Türkiye’de reklamları denetleyici kurumları öğrenir.
	Reklam Mecraları
	Reklamda kullanılan iletişim araçlarını öğrenir.
	Reklamda kullanılan renkler, semboller ve işaretlerin anlamını bilir.
	Örnek reklamlar izleyerek bakış açısı kazanır.
	Reklamcılığın Diğer Disiplinlerle İlişkisi
	Reklam ve Halkla İlişkilerin ilişkisini öğrenir
	Reklam ve Pazarlama ilişkisini öğrenir
	Reklam ve İletişim ilişkisini öğrenir.
	Reklam ve Propaganda ilişkisini öğrenir.
	Reklam Kampanyaları
	Reklam kampanyalarında araştırma ve planlama aşamalarını öğrenir.
	Reklam kampanyalarında uygulama ve ölçme değerlendirme aşamalarını öğrenir.
	Reklam ve Medya Planlaması
	Medya planlaması kavramını öğrenir.
	Reklam ve medya planlaması arasında ilişki kurabilir.
	Hangi reklamın, hangi iletişim aracı ile kullanılması gerektiğinin ayrımını yapabilir.
	Reklam Yönetimi

	Reklam planlaması yapar.		
	Reklamın hedeflerini ve bütçe planlamasını öğrenir.		
	Reklam bütçesini etkileyen faktörleri ve reklam kurallarını bilir.		
	Reklamda İkna Teknikleri ve Reklam Modelleri		
	Aristoteles'in reklam üçlemesini öğrenir.		
	İkna tekniklerine hâkim olur.		
	Reklamda kullanılan modelleri öğrenir.		
	Reklamın Etkileri		
	Reklamın tüketiciler üzerindeki etkisini öğrenir.		
	Reklamın fiyatlara etkisini öğrenir.		
	Reklamın ekonomik etkilerini öğrenir.		
	Reklam savurganlığı kavramını öğrenir.		
	Grup Projesi Sunumları		
	Ders kapsamında hazırlanan öğrenci sunumları dinlenecek.		
Hafta-Tarih	Ders Konuları		İlgili Program Yeterliği
1	Reklam Kavramının Çeşitli Tanımları ve Yorumlanması		PY1
2	Reklamın Tarihsel Süreci		PY1
3	Reklamın Fonsiyonları		PY1-PY11
4	Reklamın Sınıflandırılması		PY1-PY11-PY12-PY13-PY16
5	Reklamcılık Sektörü ve Kurumlar		PY1-PY11-PY12-PY13-PY16
6	Reklam Mecraları		PY1-PY11-PY12-PY13-PY16
7	Reklam Kampanyaları		PY1-PY11-PY12-PY13-PY16
8	Reklamcılığın Diğer Disiplinlerle İlişkisi		PY1-PY11-PY12-PY13-PY16
	Ara Sınav		
9	Reklam ve Medya Planlaması		PY1-PY11-PY12-PY13-PY16
10	Reklam Yönetimi		PY1-PY11-PY12-PY13-PY16
11	Reklamda İkna Teknikleri ve Reklam Modelleri		PY1-PY11-PY12-PY13-PY16
12	Reklamın Etkileri		PY1-PY11-PY12-PY13-PY16
13	Grup Projesi Sunumları		PY1-PY11-PY12-PY13-PY16
14	Grup Projesi Sunumları		PY1-PY11-PY12-PY13-PY16
	Dönem Sonu Sınavı		
	Bütünleme Sınavı		
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.		

Örnek Sorular	1.Kaynağı belli, ücreti ödenen, kişisel olmayan iletişim biçimi olan, şimdi ya da gelecekte tüketicileri bazı eylemlerde bulunmaları için ikna etmek üzere hazırlanan, bir ürüne, hizmete dair bir mesajı sözlü ya da görüntülü olarak pazara sunmak için yapılan faaliyetlere ne ad verilir? A) Lisanslama B) Patent verme C) Lojistik D) Reklam E) Kampanya 2.Aşağıdaki reklam türlerinin hangisinde izleyen veya dinleyen sayısı hemen tespit edilebilir? A) Radyo Reklamı B) Gazete Reklamı C) TV Reklamı D) İnternet Reklamı E) Dergi Reklamı 3.Aşağıdakilerden hangisi reklam ikna metotlarından biri değildir? A) Ünlü kişileri kullanmak B) Özel hissettirmek C) Mizah unsuru kullanmak D) Sıradan göstermek E) İhtiyaç hissettirmek 4.Aşağıdakilerden hangisi reklamın işlevlerinden biri değildir? A) Bilgi verme işlevi B) Yarar sağlama işlevi C) Hatırlama işlevi D) İkna etme işlevi E) Tanıtma işlevi 5.“Klinik deneylerle onaylanmış koruma kalkanı ile diş ve diş eti problemlerine karşı savaşır ve 12 saat aktif koruma sağlar. Diş hekimleri tarafından dünyada en çok tavsiye diş macunu...” Yukarıdaki reklam metninde kullanılan dil işlevi aşağıdakilerden hangisidir? A) Göndergesel işlevi B) Kanalı kontrol etme işlevi C) Heyecana bağlı işlev D) Dil ötesi işlev E) Sanatsal işlev 6. Reklamla ilgili olarak aşağıdaki yargılardan hangisi yanlıştır? A) Reklamcılığın kökeni Eski Yunan ve Roma’ya dayanır. B) Başarılı reklam metinleri kolay anlaşılır, yalın kelimelerle kurulmuş, akıcı ve algılanması kolay metinlerdir. C) Yaratıcılık bir reklamın başarılı olmasının temel koşullardan biridir. D) Günümüzde gazete reklamları diğer reklam araçlarına göre daha etkilidir. E) Reklam mesajlarının yaratılmasında temel kaynak tüketicilerdir.
Cevap Anahtarı	1)d, 2)d, 3)d, 4)b, 5)a, 6)d
Kaynak Kitap	Yazar/Editör: Reklam ve Reklamcılık – Müge ELDEN
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Reklamcılık - Gıyasettin Tayfur

HİT2005 - Tüketici Davranışları

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
Oda Numarası	Z-42
Ofis Saatleri	
E-posta	hanifi.karacinar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	Tüketicilerin ürün tercihlerini belirleyen etkenler hakkında bilgi edinilmesini sağlamak.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Tüketici Davranışları Temel Kavramları
	Tüketici, müşteri, ticari müşteri kavramlarını tanımlar.
	Tüketici davranışları temel kavramlarını birbirinden ayırt eder
	Tüketici rollerini açıklar.
	Tüketiciyi sınıflandırır.
	Sınıflarına göre tüketicilerin özelliklerini ifade eder.
	Tüketici Davranışı Kavramı ve Özellikleri
	Tüketici davranış kavramını tanımlar.
	Tüketici davranışını boyutlarına göre açıklar.
	Tüketici davranış özelliklerini sıralar.
	Tüketici davranış özelliklerini açıklar.
	Tüketici Davranışlarının Diğer Disiplinlerle İlişkisi
	Tüketici davranışlarının diğer disiplinlerle ilişkisini tartışır.
	Mikro ve makro tüketici davranışlarını birbirinden ayırt eder.
	Farklı bakış açılarıyla tüketici davranışlarını yorumlar.
	Tüketici Davranış Modelleri
	Model kavramını tanımlar.
	Tüketici davranış modellerinin sağladığı yararları açıklar.
	Tüketici davranış modellerinin işlevlerini ifade eder.
	Kara Kutu modeli açıklar.
	Tüketici davranış modellerini sınıflandırır.
	Açıklayıcı Tüketici Davranış Modelleri
	Açıklayıcı tüketici davranış modeli kavramını açıklar
	Açıklayıcı tüketici davranış modellerini sınıflandırır.
	Açıklayıcı tüketici davranış modellerinin özelliklerini açıklar.
	Tanımlayıcı Tüketici Davranış Modelleri
	Tanımlayıcı tüketici davranış modeli kavramını açıklar.
	Tanımlayıcı tüketici davranış modellerini sınıflandırır.
	Tanımlayıcı tüketici davranış modellerinin özelliklerini açıklar.
	Tanımlayıcı tüketici davranış modellerinin aşamalarını sıralar.
	Tüketici Satın Alma Davranışını Etkilen Kişisel Faktörler
	Tüketici satın alma davranışını etkilen faktörleri sınıflandırır.
	Tüketici satın alma davranışını etkilen kişisel faktörleri sıralar.
	Kişisel faktörlerden demografik faktörleri açıklar
	Kişisel faktörlerden durumsal faktörleri açıklar.
	Kişisel faktörlerin tüketici davranışını etkileme derecesini tartışır.
	Sosyokültürel Faktörler
	Sosyokültürel faktörleri sıralar.
	Sosyokültürel faktörleri sınıflandırır.
	Sosyokültürel faktörlerin özelliklerini açıklar.
	Sosyokültürel faktörlerin işlevlerini açıklar.
	Sosyokültürel faktörlerin tüketici davranışına etkisini tartışır.

		Ekonomik Faktörler	
		Ekonomi kavramını tanımlar.	
		Pazarı etkileyen ekonomik faktörleri açıklar.	
		Engel kanunlarını yorumlar.	
		Ekonomik faktörlerin özelliklerini açıklar.	
		Ekonomik faktörlerin işlevlerini açıklar.	
		Ekonomik faktörlerin tüketici davranışını etki derecesini tartışır.	
		Psikolojik Faktörler	
		Psikolojik faktör kavramını tanımlar.	
		Psikolojik faktörleri sınıflandırır.	
		Psikolojik faktörlerin özelliklerini açıklar.	
		Psikolojik faktörlerin işlevlerini açıklar.	
		Psikolojik faktörlerin tüketici davranışını etki derecesini tartışır.	
		Tüketici Karar Alma Süreci	
		Tüketici karar alma süreci modellerini açıklar.	
		Karar alma sürecindeki durumsal etkileri yorumlar.	
		Tüketici karar verme düzeylerini tartışır.	
		Karar verme düzeylerine göre tüketicileri sınıflandırır.	
		Tüketicilerin yüksek ve düşük ilgilenim özelliklerini açıklar.	
		Tüketici Satınalma Süreci	
		Tüketici satın alma sürecini aşamalarına göre açıklar.	
		İhtiyaç kavramını tanımlar, ihtiyacı sınıflandırır.	
		İhtiyacın fark edilmesindeki değişimleri açıklar.	
		Alternatiflerin belirlenmesi sürecini analiz eder.	
		Alternatiflerin değerlendirme sürecini yorumlar.	
		Tüketici karar verme kurallarını sınıflandırır.	
		Satınalma sürecinin belirleyicilerini açıklar.	
		Tüketici Satınalma Sonrası Davranışlar	
		Satınalma sonrası süreci açıklar.	
		Satınalma sonrası davranışları gruplandırır.	
		Memnun tüketici davranışları özelliklerini sıralar.	
		Tatmin edilmemiş tüketici davranışları özelliklerini sıralar.	
		Tüketici şikâyet eğilimlerini ve davranışlarını açıklar.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1		Tüketici Davranışları Temel Kavramları	PY1
2		Tüketici Davranış Kavramı ve Özellikleri	PY1-PY3
3		Tüketici Davranışlarının Diğer Disiplinlerle İlişkisi	PY1-PY3-PY13
4		Tüketici Davranış Modelleri	PY14
5		Açıklayıcı Tüketici Davranış Modelleri	PY14
6		Tanımlayıcı Tüketici Davranış Modelleri	PY14
7		Tüketici Satın Alma Davranışını Etkilen Kişisel Faktörler	PY14-PY17
8		Tüketici Satın Alma Davranışını Etkilen Kişisel Faktörler	PY14-PY17
		Ara Sınav	
9		Sosyokültürel Faktörler	PY1-PY3-PY13
10		Ekonomik Faktörler	PY1-PY3-PY14
11		Psikolojik Faktörler	PY1
12		Tüketici Karar Alma Süreci	PY1-PY16
13		Tüketici Satınalma Süreci	PY1-PY16
14		Tüketici Satınalma Sonrası Davranışlar	PY1-PY16
		Dönem Sonu Sınavı	
		Bütünleme Sınavı	

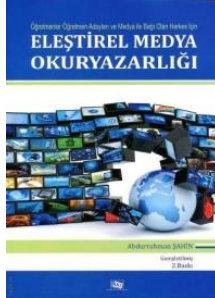
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.
Örnek Sorular	1. Aşağıdakilerden hangisi tüketici rollerden biri değildir? a) Satın alıcı b) Kullanıcı c) Etkileyici d) Değerlendirici e) Karar verici 2. Kişinin özellikle ekonomik ürünleri ve hizmetleri satın alma ve kullanmadaki kararları ve bunlarla ilgili faaliyetleri hangi kavram ifade edilir? a) Tutum b) Tüketici davranışı c) Müşteri ilişkileri d) Motivasyon e) Kişilik 3. Tüketicilerin; aile, arkadaşlar, pazar ve ekonomik çevre gibi faktörlerden etkilendiğini ifade eden özelliği hangisidir? a) Gütülenmiş bir süreçtir. b) Çevre faktörlerinden etkilenir c) Farklı rollerle ilgilenir d) Dinamik bir süreçtir e) Çeşitli faaliyetlerden oluşur 4. Bir olayın ortaya çıkış sürecini ya da olaylar arasındaki ilişkileri mantık olarak gösteren düşünce yoluna ne denir? a) Model b) Üretim c) Yönetim d) Proje e) Plan 5. Tüketici davranışını açıklamak için Kurt Lewin tarafından geliştirilen model hangisidir? a) Kara kutu modeli b) Etki – Tepki c) Kırmızı kutu modeli d) Bilişsel model e) Psikanalitik model 6. Aşağıdaki bilim adamlarından hangisinin geleneksel tüketici davranış modeli yoktur? a) Maslow b) Marshall c) Freud d) Nicosia e) Veblen 7. Freud'un psikoanalitik modelinde bilinçaltını kontrol eden kavram hangisidir? a) Ego b) Süper ego c) Id d) Bilinç e) Bilindışı 8. Bir toplumun aynı değerleri, aynı ilgileri, yaşam tarzını ve davranış biçimini benimsemiş alt bölümleri olarak tanımlanan kavram aşağıdakilerden hangisidir? a) Kitle b) Sosyal Grup c) Yığın d) Sosyal Etki e) Toplum
Cevap Anahtarı	1-d, 2-b, 3-b, 4-a, 5-a, 6-d,7-c, 8-b
Kaynak Kitap	 Yazar/Editör: Tüketici Davranışları, Dr. M. Büşra Engin Öztürk, Ekin Yayınları, 2015
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 Altunışık, R., İslamoğlu, A.H., Tüketici Davranışları, Beta Basın Yayım, İstanbul, 2013

HİT2007 - Medya Okuryazarlığı

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Üyesi İlknur ŞAHİN
Oda Numarası	Z-41
Ofis Saatleri	
E-posta	ilknur.patan@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, öğrencilerin medya araçları ve içeriklerini eleştirel bir perspektifle değerlendirme, medya mesajlarının üretim ve iletim süreçlerini anlama, bilgiye erişme ve doğrulama becerilerini geliştirme, ayrıca medya karşısında bilinçli, etik ve sorumlu bireyler olarak konumlanmalarını sağlamaktır. Öğrenciler, medya okuryazarlığı yoluyla kitle iletişim araçlarının toplumsal, kültürel ve ekonomik etkilerini analiz edebilecek ve yeni medya ortamlarında aktif, katılımcı ve bilinçli kullanıcılar haline gelecektir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Medya okuryazarlığı kavramı
	Medya, basılı, elektronik ve dijital medya kavramlarını tanımlayabilir.
	Medyada üretilen içerik çeşitlerini bilir.
	Medya okuryazarlığının ilkelerini ve boyutlarını kavrar
	Medya okuryazarlığının öneminin bilincine varır
	Medya okuryazarlığının dünyadaki gelişimi
	Medya okuryazarlığının tarihi gelişimi hakkında bilgi sahibi olur.
	Medya okuryazarlığı eğitimine neden ihtiyaç duyulduğunu açıklayabilir.
	Medya okuryazarlığı eğitiminin ilk örnekleri hakkında bilgi sahibi olur.
	Medya okuryazarlığı konusundaki ilk kuramcıları ve çalışmalarını tanır.
	Medya okuryazarlığının Türkiye'deki gelişimi
	Medya okuryazarlığının ülkemizdeki tarihi gelişim süreci hakkında bilgi sahibi olur.
	Ülkemizde neden medya okuryazarlığı eğitimine ihtiyaç duyulduğunu açıklayabilir.
	Ülkemizde medya okuryazarlığı eğitiminin hangi düzeylerde gerçekleştirildiği hakkında bilgi sahibi olur.
	Ülkemizdeki medya okuryazarlığı eğitiminden sorumlu kurum ve kuruluşları ve sorumluluklarını bilir.
	Medya okuryazarlığı temel yaklaşımlar
	Medya okuryazarlığı eğitiminde öne sürülmüş yaklaşımları ve bu yaklaşımları öne süren kuramcıları açıklayabilir.
	Medya okuryazarlığı ve aşılmacı yaklaşım konusunda bilgi sahibi olur.
	Medya okuryazarlığı ve korumacı yaklaşım konusunda bilgi sahibi olur.
	Medya okuryazarlığı ve eleştirel yaklaşım konusunda bilgi sahibi olur.
	Geleneksel medya okuryazarlığından ve dijital okuryazarlığa
	Geleneksel medya ve araçlarını açıklayabilir.
	Dijital medya ve araçlarını açıklayabilir.
	Okuryazarlık türleri ve bunların gereksinimlerini bilir.
	Geleneksel ve dijital medyada üretilen içerikleri konusunda bilgi sahibi olur.
	Yeni medya ortamlarında bilgi ve haber güvenilirliğini değerlendirebilir.
	Basılı medya metinleri içerik çözümlemesi
	Basılı medyada içerik üretim süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
	Basılı medyadaki içeriklerin nasıl okunması gerektiğini bilir.
	Basılı medyada gördüğü görsel ve metin içeriklerinin doğruluğunu ve nasıl okunması gerektiğini değerlendirebilir.
	Elektronik “radyo, televizyon, sinema” medyada içerik çözümleme
	Elektronik medya çeşitlerini tanır ve bu ortamlarda üretilen içeriklerin süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
	Televizyon içeriklerini analiz edebilir ve hangi tür içeriklerin ne amaçla üretildiği hakkında fikir sahibi olur.

	Sinema sektörüne yönelik üretilen içerikleri analiz edebilir.	
	Radyoda dinlediği içerikleri analiz edebilir ve radyodaki içeriklerin üretim amaçları ve hedef kitlelerini açıklayabilir.	
	Dijital medyada içerik çözümleme	
	Dijital medya ortamlarını tanır ve bu ortamlarda üretilen içerik çeşitleri hakkında bilgi sahibi olur.	
	Dijital medya ortamlarında üretilen içerikleri analiz edebilir.	
	Dijital medya ortamlarında dolaşan içeriklerin güvenilirliğini değerlendirebilir.	
	Bilginin kalitesi üzerine etki eden sorunlar	
	Bilginin kaynağı ve güvenilirliği konusunu kavrar.	
	Medyada gerçekliği sunumu hakkında fikir sahibi olur.	
	Dezenformasyon ve manipülasyon kavramlarını tanır.	
	Medyadaki içeriklerin doğruluğu konusunda analiz yapabilir.	
	Medyada yalan – yanlış bilgi sorunu	
	Yalan haber, yanlış bilgi kavramlarını kavrar.	
	Geleneksel ve dijital medyada üretilen yalan haber çeşitlerini bilir.	
	Dijital medya ortamlarındaki içeriklerin doğruluğu konusunda şüphe eder ve gerektiğinde doğruluk analizi yapabilir.	
	Sosyal medyada dezenformasyon konusunda bilgi sahibi olur ve yalan haberlerin yayılmasına aracılık etmez.	
	Bilgi ve haber doğrulama platformları	
	Bilgi ve içerik doğrulama platformlarının dünyadaki ve ülkemizdeki örneklerini tanır.	
	Hangi tür içeriklerin nasıl teyid edilmesi gerektiği konusunda bilgi sahibi olur.	
	Gerektiğinde medya içeriklerinin doğruluğunu teyid edebilir.	
	Medya okuryazarlığı uygulamaları	
	Medya okuryazarlığı uygulamaları	
Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	Medya okuryazarlığı kavramı	PY1
2	Medya okuryazarlığının dünyadaki gelişimi	PY1-PY6- PY12
3	Medya okuryazarlığının Türkiye’deki gelişimi	PY1-PY6- PY12
4	Medya okuryazarlığı temel yaklaşımlar	PY1
5	Geleneksel medya okuryazarlığından ve dijital okuryazarlığa	PY9-PY11-PY15
6	Basılı medya metinleri içerik çözümlemesi	PY15
7	Elektronik “radyo, televizyon, sinema” medyada içerik çözümleme	PY12-PY15
8	Medyada yalan – yanlış bilgi sorunu	PY6-PY12
	Ara Sınav	
9	Dijital medyada içerik çözümleme	PY6-PY11-PY17
10	Bilginin kalitesi üzerine etki eden sorunlar	PY6-PY12
11	Bilgi ve haber doğrulama platformları	PY6-PY12
12	Medya okuryazarlığı uygulamaları	PY1- PY11
13	Medya okuryazarlığı uygulamaları	PY1- PY11
14	Dersin değerlendirilmesi	PY1
	Dönem Sonu Sınavı	
	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60’tır. Geçme notu 100 üzerinden 60’tır.	
Örnek Sorular	1. Sosyal medya ortamları doğru habere ulaşmada güvenilir bir kaynak mıdır? Örneklerle açıklayınız. 2. Medya okuryazarlığı kavramı sizin için neyi ifade etmektedir? 3. Medyada yer alan yalan haber ve yanlış bilgi sorununa, “haber doğrulama”-”fact check” platformlarının bir çözüm oluşturduğunu düşünüyor musunuz? Örneklerle açıklayınız.	

Cevap Anahtarı	C.1. Günümüzde bireyler, sosyal medya platformlarını kullanma, haber okuma, haberleşme, bilgi edinme, müzik dinleme, video ve film izleme gibi farklı amaçlar doğrultusunda internet kullanımını daha fazla tercih eder hale gelmiştir. Son yıllarda haber alma ve bilgi edinmede internet ve özellikle de sosyal medya platformları geleneksel medyadan daha fazla tercih edilir bir konuma ulaşmıştır. Ancak verilerin güvenilirliği ve doğruluğu noktasında çeşitli haber kaynakları ve sosyal medya platformları tam olarak güvenilir olma özelliğine sahip değildir. Özellikle sosyal medya ortamında doğruluğu henüz kanıtlanmamış enformasyonunun ya da yalan haberin yayılım hızı artmış, bu tür içerikler hem profesyonel içerik sağlayıcılar hem de kullanıcılar yoluyla kısa sürede geniş kitlelere ulaşır hale gelmiştir. Bireylerin sanal ortamda okuduğu bir haber, gördüğü bir görsel veya izlediği bir video içeriği o konu hakkındaki tavır ve tutumlarını belirlemede etkili olabilmektedir. Özellikle, ergenlik çağındaki bireyler ile çok fazla internet deneyimi olmayan eğitim seviyesi nispeten düşük bireyler, gezindikleri internet sitelerinden veya sosyal medya mecralarından elde ettikleri bilgilere daha fazla inanma eğiliminde olabilmektedirler. Ancak internette özellikle de sosyal medya platformlarında paylaşılan her içeriğin doğru olmayabileceğini unutmamak gerekir. Bilinçli bir internet kullanıcısı, internette paylaşılan yazı, resim ve video gibi içeriğin doğruluğunu birkaç kaynaktan kontrol etmelidir. Ayrıca bilinçli internet kullanıcısı, internet ve sosyal medya gibi ortamlarda yalan ve suça konu olan paylaşımları ilgili birimlere şikâyet ederek bu ortamı kötü amaçlarla kullananların yakalanmasına katkı sunabilirler. Ancak bu durum elbette bireylerin dijital okuryazarlık becerilerine sahip olmaları ile mümkün olabilmektedir. C.2. Medya okuryazarlığı; yaygın kabul gören tanımıyla, çeşitli türden (görsel, işitsel, basılı, vb.) medya mesajlarına erişebilme, erişilen medyaları eleştirel bakış açısıyla çözümleyip değerlendirebilme ve kendi medya iletilerini üretebilme becerisidir. Medyanın çocukların fiziksel, bilişsel ve sosyal gelişimleri üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri olduğu ileri sürülmektedir. Yapılan araştırmalar özellikle çocukların hayatlarında medyanın zaman ve mekân olarak yerinin artmakta olduğunu göstermektedir. Öte yandan medya iletilerinin kendine özgü yapısının, dilinin ve uygulamalarının olduğu ve bunların sürekli değişmekte, gelişmekte olduğu da aşîkârdır. Bireylerin bu mecraları daha verimli kullanmaları ve bunu yaparken maruz kalılabilecek bazı riskler karşısında farkındalık geliştirebilmeleri için, medya iletileri ve yöntemleri konusunda bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Dolayısıyla bu durum, çocukların medya konusunda eğitim almalarının önemini ve verilecek eğitimin de mütemediyen güncellenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Alandaki öncü ülkelerde sürdürülen bu çalışmalar, "medya okuryazarlığı" eğitimi olarak adlandırılmaktadır. C.3. Yeni medya ortamları olarak kabul edilen internet ortamlarında yalan, haber, yanlış veya gerçekliği ile oynanmış bilgi ve dezenformasyonun yayılımındaki artış son yıllarda önemli bir sorun haline gelmektedir. Bu doğrultuda internet ortamlarındaki enformasyonun doğrulanmasına yönelik araçlar, uygulamalar ve platformların sayısı artmaya başlamıştır. İnternet ortamlarında dolaşan yalan bilgi ve dezenformasyonun önlenmesinde son yıllarda alternatif bir çözüm yöntemi olarak doğrulama platformları ön plana çıkmaktadır. 2017 yılında Duke Reporters' Lab tarafından yapılan araştırmada 114 ülkede 47 doğrulama platformunun bulunduğu ve son yıllarda belirgin bir artış sergilendiği belirtilmiştir. Bu tür girişimlerin en çok Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunduğu ifade edilen araştırmada, özellikle seçim yıllarında doğrulama platformlarının sayısında artış olduğu vurgulanmaktadır. Doğrulama platformlarının kıtalara göre dağılımını da içeren araştırma verilerine göre Afrika kıtasında 5, Asya'da 9, Avustralya'da 1, Avrupa'da 39, Kuzey Amerika'da 50 ve Güney Amerika'da 10 girişim faaliyet göstermektedir (Stencel, 2017). İnternette ve sosyal medyada ortaya çıkan ve hızla yayılan ve sayıları bazen binlerle on binlerle ifade edilen yalan haber, dezenformasyon ve doğruluğu ile oynanmış içerikler ile mücadele konusunda alternatif bir çözüm olarak teyit-doğrulama platformları da ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda Medyada yer alan yalan haber ve yanlış bilgi sorununa haber doğrulama platformları alternatif bir çözüm yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır.
----------------	---

Kaynak Kitap		Yazar /Editör: Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi, Dr. İbrahim E. Bilici, Nobel Akademik Yayıncılık
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		Eleştirel Medya Okuryazarlığı, Abdurrahman Şahin, Seçkin Yayınları

HİT2027 – Siyasal İletişim

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Onur BİNBAŞ
Oda Numarası	Z/43
Ofis Saatleri	
E-posta	onur.binbas@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	1.Siyasal iletişimle ilgili kavramları ve kuramsal yaklaşımları incelemek. 2.Siyasal iletişimi hem geleneksel hem de eleştirel bir perspektif içerisinde çözümlmek. 3. Siyasal iletişimin politik meşruiyeti sağlamadaki rolünü ortaya koymak. 4.Politik konuşma ve politik söylem üzerinde medya etkilerini çözümlemek. 5.Siyasal iletişimdeki uzmanlaşmanın siyasal kampanyalar, siyasal pazarlama, siyasal reklamlar üzerinde ne gibi değişiklikler yarattığını ortaya koymak. 6.Seçmenin oy verme davranışı üzerinde etkili olabilecek unsurları belirlemek. 7.Bireyin siyasetin bir öznesi olabilmesinde sivil toplumun, sivil itaatsizlik eylemlerinin, yeni toplumsal hareketlerin rolünü ortaya koymak.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Siyasal iletişimi tanımlama biçimleri. Siyaset ve iletişim arasındaki ilişkiler. Siyasal iletişim kavramını açıklayabilmek. Siyaset ve iletişim arasındaki ilişkiyi açıklayabilme Siyasal iletişimin temel aktörleri. Siyasal iletişimin rol ve fonksiyonları. Siyasal iletişimin fonksiyonlarını tanımlayabilme Güncel siyasal iletişim fonksiyonları ile ilgili analiz yapabilme Politik meşruiyetin sağlanmasında siyasal iletişimin rolü. Siyasal iletişim ve siyasetin bilimselleşmesi arasındaki ilişkiler. Politik meşruiyet hakkında örnekler verebilmek Siyasal iletişimin gelişimini eleştirel değerlendirmek Siyasetin bilimselleşmesini eleştirel analiz yapabilme Bir siyasal iletişim biçimi olarak retorik ve retorik türleri. Retorik hakkında açıklama yapabilme Kuramın günümüzdeki uygulamaları ile karşılaştırma ve analiz yapabilme Günümüzde politik konuşma ve politik konuşma üzerinde medyanın rolü. Politik konuşma yapabilme Politik konuşmalar ile medya arasındaki ilişkiyi karşılaştırma ve analiz Siyasal kampanyaların işlevleri, Türkiye’de seçim kampanyaları ve profesyonelleşme süreci. Siyasetin gösterileşmesi. Siyasal seçim kampanyalarının analiz edebilme Siyasal seçim kampanyası hazırlayabilme Siyasal pazarlama. Kuram hakkında açıklama yapabilme Kuramın günümüzdeki uygulamaları ile karşılaştırma ve analiz Siyasal reklamcılık. Kuram hakkında açıklama yapabilme Kuramın günümüzdeki uygulamaları ile karşılaştırma ve analiz Siyasal gündem ve siyasal gündemi etkileyen unsurlar. Siyasal gündemi eleştirebilmek Siyasal gündemi değerlendirebilir Seçmenin oy verme davranışı ve belirli bir parti veya aday tercih etmesinde etkili olan unsurları açıklamaya çalışan yaklaşımlar. Oy kayması sebeplerini inceleme ve araştırma Oy verme nedenleri hakkında bilgi sahibi olur. Sivil toplum. Sivil Toplum hakkında açıklama yapabilme

		Türkiye’de ki Sivil Toplum hareketlerini eleştirel değerlendirebilmek	
		Sivil itaatsizlik - Yeni toplumsal hareketler.	
		Sivil İtaatsizlik uygulamaları ile karşılaştırma ve analiz	
		Sınav öncesi genel tekrar	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1		Uyum Haftası	
2		Siyasal iletişimi tanımlama biçimleri. Siyaset ve iletişim arasındaki ilişkiler.	PY1, PY11
3		Siyasal iletişimin temel aktörleri. Siyasal iletişimin rol ve fonksiyonları.	PY1, PY11
4		Politik meşruiyetin sağlanmasında siyasal iletişimin rolü. Siyasal iletişim ve siyasetin bilimselleşmesi arasındaki ilişkiler.	PY1, PY11
5		Bir siyasal iletişim biçimi olarak retorik ve retorik türleri.	PY1, PY11
6		Günümüzde politik konuşma ve politik konuşma üzerinde medyanın rolü.	PY1, PY12, PY13
7		Siyasal kampanyaların işlevleri, Türkiye’de seçim kampanyaları ve profesyonelleşme süreci. Siyasetin gösterileşmesi.	PY1, PY11
8		Siyasal pazarlama.	PY1, PY16
		Ara Sınav	
9		Siyasal reklamcılık.	PY1, PY16
10		Siyasal gündem ve siyasal gündemi etkileyen unsurlar.	PY1, PY11
11		Seçmenin oy verme davranışı ve belirli bir parti veya adayı tercih etmesinde etkili olan unsurları açıklamaya çalışan yaklaşımlar.	PY1, PY11
12		Sivil toplum.	PY1, PY11
13		Sivil itaatsizlik - Yeni toplumsal hareketler.	PY1, PY11
14		Sınav öncesi genel tekrar	PY1, PY11
		Dönem Sonu Sınavı	
		Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60’tır. Final notu 50 ve üzeri olması gereklidir. Geçme notu 100 üzerinden 60’tır.	
Örnek Sorular		1. Çok sayıda izleyiciye ulaşan gazeteler, dergiler, televizyon, radyo, sinema nasıl bir iletişim türüdür? a) Kitle iletişimi b) Kişiler arası iletişim c) Kişi içi iletişim d) Örgüt içi iletişim e) Hepsi 2. En etkili iletişim kanalı aşağıdakilerden hangisidir? a) Beden dili b) İmaj c) Olumlu kelimeler d) Olumsuz kelimeler e) Ses tonu 3.“Duygu, düşünce ve bilgilerin her türlü yolla başkaları ile paylaşılması” ifadesi aşağıdakilerden hangisinin tanımıdır? a) Etkileşim b) Öğretim c) Öğrenim d) İletim e) İletişim	
Cevap Anahtarı		1.a 2.a 3. e	
Kaynak Kitap		Eser Köker, Politikanın İletişimi İletişimin Politikası, Vadi Yayınları, Ankara, 1998.	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		Nazife Güngör - İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar	

HİT2029 - Araştırma Yöntemleri

Öğretim Üyesi	Doç. Dr. Alptekin DEVELİ
Oda Numarası	Z/33
Ofis Saatleri	
E-posta	alptekin.develi@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	Öğrencilere araştırma konularını seçme, araştırma yapabilme, raporlama ve sunma becerilerinin kazandırılması amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Giriş
	Ders sorumlusunu tanır.
	Ders içeriklerini ve işleyişini anlar.
	Dersin kaynak ve materyallerini öğrenir.
	Bilim ve Araştırma
	Bilim ve araştırma kavramlarını bilir.
	Bilmenin alternatif yollarını bilir.
	Bilimsel araştırmaya olan ihtiyacın mantığını kavrar.
	Araştırma Kaynaklarını Kullanma
	Arama motorlarını bilir.
	Veri tabanlarını bilir.
	Google akademik'e ulaşmayı bilir ve kullanımını anlar.
	Araştırma Kaynaklarını Kullanma
	Ulusal tez merkezi'ne ulaşmayı bilir ve kullanımını anlar.
	Üniversite abone veri tabanlarına ulaşmayı bilir.
	Üniversite abone veri tabanlarına kampüs dışı ulaşmayı bilir.
	Bilimsel Yöntem
	Bilimsel yöntemi anlar.
	Bilimsel yöntemin özelliklerini bilir.
	Bilimsel araştırmayı anlar.
	Tümevarım ve Tümdengelim
	Tümevarım yaklaşımını bilir.
	Tümdengelim yaklaşımını bilir.
	Kuram test etme ve kuram geliştirmenin mantığını anlar.
	Bilimsel Araştırmanın Aşamaları
	Bilimsel araştırmanın aşamalarını bilir.
	Sorunsal belirlemeyi anlar.
	Yazın taraması ve raporlamayı anlar.
	Araştırmanın Kavramsal Çerçevesi
	Kuramı ve kapsamını bilir.
	Hipotezi ve kapsamını bilir.
	Değişkeni ve kapsamını bilir.
	Araştırma Tasarımı
	Bilimsel araştırmanın temel türlerini bilir.
	Araştırma tasarımını bilir.
	Araştırma tasarım türlerini bilir.
	Araştırmada Yazın Taraması Kullanımı
	Araştırmalarda yazın taraması kullanımını anlar.
	Araştırmalarda yazın taraması türlerini bilir.
	Araştırmalarda yazın taraması tekniklerini bilir.
	Araştırma Raporunun Hazırlanması ve Etik
	Kaynak göstermenin mantığını anlar.

		Atıf yapmanın mantığını anlar.	
		Doğrudan alıntı yapmanın mantığını anlar.	
		Araştırma Raporunun Hazırlanması ve Etik	
		Raporlamada genel yazım kurallarını ve üslubu bilir.	
		Araştırma raporunun düzenini bilir.	
		Bilimsel araştırmada etik dışı davranışları anlar.	
		Araştırma Raporunda APA Stili Kullanımı	
		Araştırmalarda kaynak gösterme stillerini anlar.	
		APA yayım kılavuzunu ana hatlarıyla anlar.	
		APA stilini anlar.	
		Araştırma Raporunda APA Stili Kullanımı	
		APA yazım kurallarını bilir.	
		APA alıntılama kurallarını bilir.	
		APA stilini çeşitli çevrimiçi araçlarla kullanmayı bilir.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1		Giriş	PY1, PY15
2		Bilim ve Araştırma	PY1, PY15
3		Araştırma Kaynaklarını Kullanma	PY1, PY15, PY9
4		Araştırma Kaynaklarını Kullanma	PY1, PY15, PY9
5		Bilimsel Yöntem	PY3, PY15
6		Tümevarım ve Tümdengelim	PY6, PY15
7		Bilimsel Araştırmanın Aşamaları	PY6, PY9, PY15
8		Araştırmanın Kavramsal Çerçevesi	PY15, PY17
		Ara Sınav	
9		Araştırma Tasarımı	PY11, PY15
10		Araştırmada Yazın Taraması Kullanımı	PY3, PY15
11		Araştırma Raporunun Hazırlanması ve Etik	PY6, PY9, PY15
12		Araştırma Raporunun Hazırlanması ve Etik	PY6, PY9, PY15
13		Araştırma Raporunda APA Stili Kullanımı	PY6, PY9, PY15
14		Araştırma Raporunda APA Stili Kullanımı	PY6, PY9, PY15
		Dönem Sonu Sınavı	
		Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitap ve derste yürütülen tartışmalar çerçevesinde, karma yöntemle hazırlanmış (çoktan seçmeli, doğru-yanlış, klasik) bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı %40 finalinki ise %60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1. "Araştırma sorularını cevaplamak amacıyla bağımlı ve bağımsız değişkenlerin seçilmesi ve ölçümü için plan geliştirilmesidir." Yukarıdaki tanım cümlesi aşağıdaki terimlerden hangisini açıklamak üzere yapılmış olabilir? A-) Kuram B-) Evren C-) Değişken D-) Sınırlılık E-) Desen 2. "Olgusal veriler, subjektif (öznel) olan ve hakkında yorum yapmayı gerektiren verilerdir. İnsanların görüş ve düşüncelerine, tutum ve davranışlarına dayalı olarak oluşur." A-) Doğru B-) Yanlış 3. Birincil veriler nedir? Açıklayınız. Birincil verilerin elde edilmesinde kullanılan tekniklerin isimlerini yazınız.	
Cevap Anahtarı		1-) E 2-) B 3-) Birincil veriler orijinaldir. Yani araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Bilimsel bilgiye ulaşmada daha çok birincil verilerden faydalanılır. Esasında bilimsel bilginin değeri birincil veri kaynakları ile elde edilmesinde bağlıdır. Birincil verilerin elde edilmesinde kullanılan teknikler: Anket, gözlem, deney, görüşme (mülakat)'tır.	

Kaynak Kitap		Editörler: Kaya, Z. & Şahin, M Meslek Yüksek Okulları İçin Araştırma Yöntem ve Teknikleri, Eğitim Yayınevi
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		Yazarlar: Prof. Dr. Sait GÜRBÜZ & Prof. Dr. Faruk ŞAHİN Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Felsefe - Yöntem - Analiz, Seçkin Yayıncılık.

HİT2049 - Etik

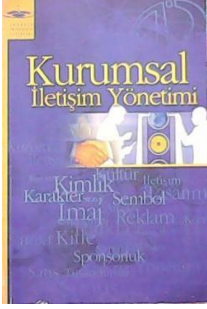
Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Onur BİNBAŞ		
Oda Numarası	Z/43		
Ofis Saatleri			
E-posta	onur.binbas@gop.edu.tr		
Ders Zamanı			
Derslik			
Dersin Amacı	Bu ders, öğrencilere öncelikle etik kavramını tanıtmaya ve önemini kavratmayı amaçlamaktadır. Bu amacın yanında Halkla İlişkiler alanında etik konular ve nelere dikkat edilmesi gerektiği konusunda öğrenciler bilinçlendirilmeye çalışılacaktır.		
Konu ve İlgili Kazanımlar	Sorumluluk Kavramları ve İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları		
	Sosyal Sorumluluk ve Türlerini bilir		
	Kurumların Sosyal Sorumluluklarının önemini bilir		
	İş Ahlakı ve Önemi		
	İş Ahlakı Kavramının Ortaya Çıkışı Ve Gelişim sürecini bilir		
	Genel Ahlak Teorileri Bağlamında İş Ahlakının Temellerini bilir		
	Örgütlerde İş Ahlakına İlişkin Problem Ve İkilemli Konular.		
	Meslek Ahlakı kavramını bilir		
	İş Ahlakı Ve Etik Yaklaşımlar		
	Ahlak, Etik Ve Ahlak Teorisi Arasındaki İlişkiyi bilir		
	Normatif Ahlak Teorileri bilir		
	İşletmelerde Ahlaki Karar Alma ve Etik Liderlik		
	İşletme Ve Lider İçin Pragmatik Prensipleri bilir		
	İşletmelerde Liderlik, Kültür Ve Etik Sorumlulukları bilir		
	Örgütlerde Etik Kavramının Önemi		
	Örgütlerde Etik Kavramının Önemi bilir		
	Örgütlerin Çeşitli Gruplara Olan Etik Sorumlulukları bilir		
	İşletme İçine Yönelik İş Ahlakı Konuları		
	İşletme Yöneticileri Ve İş Ahlakı ilişkisini ve önemini bilir		
	Çalışanlar Ve İş Ahlakı ilişkisini bilir.		
	İşletme Fonksiyonlarına Yönelik İş Ahlakı Konuları		
	Pazarlamada Etik Konuları bilir		
	Üretim Ve Tedarikte Etik Konuları bilir		
	Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışı		
	Etik Kodların Gelişimi Ve Önemi bilir.		
	Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışını bilir		
	Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışına ilişkin güncel Konular		
	Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışa ilişkin güncel konuları bilir		
	Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışına ilişkin güncel Konular		
	Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışa ilişkin güncel konuları bilir		
	Güncel Tartışmalar		
	İçerik analizi		
	Sınav öncesi genel tekrar		
Hafta-Tarih	Ders Konuları		İlgili Program Yeterliği
1	Uyum Haftası		
2	Sorumluluk Kavramları ve İşletmelerin Sosyal Sorumlulukları		PY1, PY2, PY14
3	İş Ahlakı ve Önemi iletişimin rol ve fonksiyonları.		PY1, PY2, PY14
4	Örgütlerde İş Ahlakına İlişkin Problem Ve İkilemli Konular.		PY1, PY2, PY14
5	İş Ahlakı Ve Etik Yaklaşımlar		PY1, PY2, PY14

6	İşletmelerde Ahlaki Karar Alma ve Etik Liderlik	PY1, PY2, PY14
7	Örgütlerde Etik Kavramının Önemi	PY1, PY2, PY14
8	İşletme İçine Yönelik İş Ahlaki Konuları	PY1, PY2, PY14
	Ara Sınav	
9	İşletme Fonksiyonlarına Yönelik İş Ahlakı Konuları	PY1, PY2, PY14
10	Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışı	PY1, PY2, PY14
11	Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışına ilişkin güncel Konular	PY1, PY2, PY14
12	Halkla İlişkiler Mesleğinde Etik Anlayışına ilişkin güncel Konular	PY1, PY2, PY14
13	Güncel Tartışmalar	PY1, PY2, PY14
14	Sınav öncesi genel tekrar	PY1, PY2, PY14
	Dönem Sonu Sınavı	
	Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme	Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Final notu 50 ve üzeri olması gereklidir. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular	1- Aşağıdakilerden hangisi iş ahlakının gerekliliği içinde yer alamaz? a. Çeşitli gelişimlerle tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş. b. 1980'li yıllardan itibaren tüketim toplumuna geçiş, insanları gayri ahlaki yollara itmiştir. c. Stratejistlere göre, artan nüfus karşısında önlem alınmazsa gelirlerden daha fazla pay alma adına insan şiddete yönelecektir. d. Askeri alandaki teknolojik gelişmeler işletmelerin elindedir ve insanlık için tehlike arz etmektedir. e. Doğanın insanlık tarafından hızla yok edilmesi, acil önlemleri gerekli kılmaktadır.	
Cevap Anahtarı	1.c	
Kaynak Kitap	İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve Etik, Editörler Prof. Dr. Ömer TORLAK Doç. Dr. Figen DALYAN, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2605 Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1573 (2012) Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar; 3-192.	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Çobanoğlu N, 2009, Kuramsal ve Uygulamalı Tıp Etiği, 1. Baskı, Ankara: Eflatun Yayınevi.	

HİT2053 - Kurumsal İletişim

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
Oda Numarası	Z-42
Ofis Saatleri	
E-posta	hanifi.karacinar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	Kurumsal özellik taşıyan ve bu özelliklerle toplumsal yapının bir parçası haline gelen firmaların kurum içinde ve dışında kurdukları iletişimin öğretilmesi amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Kurumsal İletişim Tanım ve Kapsam
	İletişim ve kurumsal iletişim kavramlarına hâkim olur
	İletişimin ne olduğu ve kurumlardaki işlevi hakkında bilgi sahibi olur.
	İletişimin kurumlardaki etkinliğini bilir
	Kurumsal iletişimin kapsamını öğrenir.
	Kurumların İletişime Yaklaşımı
	Bürokratik iletişim biçimini öğrenir.
	Manipülatif iletişim biçimini öğrenir.
	Demokratik iletişim biçimini öğrenir.
	Orantısız iletişim biçimini öğrenir.
	Kurumsal İletişimin Sınıflandırılması
	Kurumsal iletişim sürecini yorumlar.
	Kurumsal iletişimin işlevlerini, hedeflerini ve öğelerini bilir.
	Kurumsal iletişimin sınıflandırmasını yapabilir
	Kurumsal Dizayn, Kurumsal Kültür ve Kurumsal İmaj
	Kurumun dizaynını sembollerini, logosunu ve karakterini öğrenir
	Kurum kültürünü öğrenir ve kurumsal bağlılığa etkisini yorumlar
	Kurumsal imajın kurum içi ve kurum dışında önemini kavrar
	Kurumsal İletişimde Stratejik Yönetim ve Planlama
	Kurum felsefesini ve vizyonunu öğrenir.
	Stratejik yönetim kavramını tanımlar.
	Planlama aşamalarını öğrenir ve stratejik plan oluşturabilir.
	Analizler ve sorun tespiti yapar.
	Kurumsal Reklamcılık
	Reklam kavramını öğrenir.
	Kurumsal iletişim ile reklam arasındaki ilişkiyi kurar.
	Kurumsal imaja reklamın etkisini kavrar.
	Kurumsal reklam stratejileri ve uygulamaları konusunda bilinçlenir.
	Kurum İçi Halkla İlişkiler
	Yönetim ve Halkla ilişkiler kavramı arasında bağlantı kurar.
	Kurumsal halkla ilişkiler politikaları oluşturabilir.
	Kurumsal halkla ilişkileri öğrenir.
	Kurum içi halkla ilişkiler ve hedef kitle bağlantısını yorumlayabilir.
	Kurumsal İletişim ve Sponsorluk
	Sponsorluk tanımı, kapsamı, tarihçesi ve türlerini öğrenir.
	Sponsorluğun kurumsal amaçlarını öğrenir.
	Kurumların sponsor seçimindeki adımları bilir.
	Kurum ve sponsorluk ilişkisini kurabilir.
	Kurumsal İletişim ve Kişisel Satış
	Kişisel satış kavramını öğrenir.
	Kişisel satışın güçlü ve zayıf yönlerini öğrenir
	Müşteri ve kurum arasındaki ilişkiyi kurabilir.

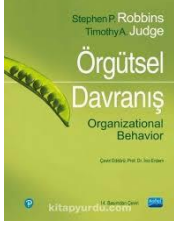
	Kişisel satış sürecine hâkim olur		
	Kurumsal İletişim ve Satış Tutundurma		
	Satış tutundurma faaliyetlerinin önemini kavrar.		
	Satış tutundurma etkinliklerini sınıflandırabilir.		
	Kurumsal İletişim ve Pazarlama		
	Pazarlama kavramını öğrenir		
	Pazar araştırması yapabilir.		
	Pazarlama iletişimini kavrar		
	Kurumsal İletişim ve Etkili İletişim Çabaları		
	Kurum içi iletişim kanallarını öğrenir.		
	Kurum içi ve dışı hedef kitlelere uygun araçlara karar verebilir.		
	Kurumsal İletişimin Toplumsal Sorumluluk ve Etik Boyutu		
	Toplumsal sosyal sorumluluk kavramını ve önemini anlar.		
	Etik davranışı etkileyen etkenleri öğrenir.		
	Kurum içindeki kurallar ve etik ortamın yaratılması		
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1		Kurumsal İletişim Tanım ve Kapsam	PY1-PY11
2		Kurumların İletişime Yaklaşımı	PY1-PY11-PY14
3		Kurumsal İletişimin Sınıflandırılması	PY4
4		Kurumsal Dizayn, Kurumsal Kültür ve Kurumsal İmaj	PY13
5		Kurumsal İletişimde Stratejik Yönetim ve Planlama	PY12
6		Kurumsal Reklamcılık	PY1-PY3
7		Kurum İçi Halkla İlişkiler	PY1-PY3-PY5-PY6
8		Kurumsal İletişim ve Sponsorluk	PY1-PY3-PY12
		Ara Sınav	
9		Kurumsal İletişim ve Kişisel Satış	PY1-PY3
10		Kurumsal İletişim ve Satış Tutundurma	PY1-PY3
11		Kurumsal İletişim ve Pazarlama	PY1-PY3
12		Kurumsal İletişim ve Etkili İletişim Çabaları	PY1-PY3-PY7
13		Kurumsal İletişimin Toplumsal Sorumluluk ve Etik Boyutu	PY1-PY3-PY11
14		Dersin Değerlendirilmesi	
		Dönem Sonu Sınavı	
		Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1.Kurumun iç ve dış çevreleriyle iletişiminin yönetimiyle ilgili birçok fonksiyonu açıklamak için kullanılan terim aşağıdakilerden hangisidir? A. Pazarlama iletişimi B. Yatırımcı ilişkileri C. Kurumsal iletişim D. Çalışanlarla ilişkiler E. Yönetim iletişimi 2. Kurum içinde bireylerin nasıl davranması, birbirlerini nasıl etkilemeleri gerektiğini biçimlendiren, işlerin nasıl yapıldığını gösteren ortak paylaşılan inançlar, tutumlar, tahminler ve beklentiler modeline ne ad verilir? A. Kriz B. Kurum kimliği C. Kurum kültürü D. İtibar E. Kurum imajı 3.Kurum amblemiyle birleşmiş bir şekilde kullanılan, kurumun adı olarak tanımlanan kavram aşağıdakilerden hangisidir? A. Logo B. Kurumun imzası C. Amblem D. Tipografi E. Şablon 4. “Şirketin borsaya başarılı bir şekilde girmesi sonucu hissedarlarının sayısının artması” aşağıdaki kavramlardan hangisiyle ilgili bir uygulama örneğidir? A. Kurumsal imaj B. Kurumsal sosyal sorumluluk C. Finansal halkla ilişkiler D. Hükümetle iletişim E. Konu yönetimi	

	5. Kurumsal marka aşağıdakilerden hangisi ile kavramsallaştırılamaz? A. Örgütün kökeni ve günlük uygulamaları arasındaki uyum B. Örgütün harici paydaşlar tarafından nasıl algılandığı C. Örgütün harici paydaşlar tarafından nasıl algılandığı D. Örgütün yapılanma biçimi E. Örgütün ulaşmayı istediği yer
Cevap Anahtarı	1.C 2.C 3.B 4.C 5.D
Kaynak Kitap	 Yazar /Editör: Başak Solmaz– Kurumsal İletişim Yönetimi
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 AÖF– Kurumsal İletişim Yönetimi

HİT2055 – Örgütsel Davranış

Öğretim Üyesi	Doç. Dr. Alptekin DEVELİ
Oda Numarası	Z/33
Ofis Saatleri	
E-posta	alptekin.develi@gop.edu.tr
Ders Zamanı	
Derslik	
Dersin Amacı	İş yaşamındaki bireysel ve örgütsel davranışları anlamak; bu davranışların sebeplerini ve sonuçlarını kuramsal çerçevede açıklayarak öğrencilerin analiz ve değerlendirme becerilerini geliştirmektir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Giriş
	Ders sorumlusunu tanır.
	Ders içeriklerini ve işleyişini anlar.
	Dersin kaynak ve materyallerini öğrenir.
	Örgütsel Davranış Nedir?
	Yönetim kavramını ve temel yönetim fonksiyonlarını açıklar.
	Yönetici rolleri ve yönetim becerilerini ayırt eder.
	Örgütsel davranışın tanımını ve kapsamını açıklar.
	Örgütsel Davranış Nedir?
	Örgütsel davranışa katkı sağlayan temel disiplinleri tanır.
	Örgütsel davranış alanındaki güncel zorlukları ve fırsatları değerlendirir.
	Örgütlerde iş gücü çeşitliliği, küreselleşme ve değişim süreçlerini anlar.
	Tutumlar ve İş Tatmini
	Tutum kavramını ve iş yaşamındaki temel unsurlarını açıklar.
	İş tatmininin nedenlerini ve çalışan davranışları üzerindeki etkilerini değerlendirir.
	İş tatmini ile performans, bağlılık ve sapkın davranışlar arasındaki ilişkiyi yorumlar.
	Motivasyon Temelleri
	Klasik ve modern motivasyon teorilerini açıklar.
	Motivasyon teorilerini iş ortamındaki çalışan davranışlarını anlamada yorumlar.
	Motivasyonun örgütsel performans ve adalet algısıyla ilişkisini değerlendirir.
	Motivasyon: Kavramlardan Uygulamalara
	İş dizaynı ve motivasyon arasındaki ilişkiyi anlar.
	İş yeri karakteristiklerini bilir.
	Personel katılım uygulamalarını anlar.
	Grup Davranışının Temelleri
	Grup kavramını ve türlerini anlar.
	Grup olgusunun mantığını anlar.
	Grup olgusuna yönelik yaklaşımları bilir.
	Çalışma Takımlarını Anlamak
	Takım kavramını ve türlerini anlar.
	Grup ve takım kavramları arasındaki farkı bilir.
	Etkili takım olmanın inceliklerini anlar.
	Liderlik
	Liderlik kavramını anlar.
	Lider ve yönetici arasındaki farkı bilir.
	Liderlik türlerini anlar.
	Güç ve Politika
	Güç kavramını iş yaşamı bağlamında anlar.
	Politika kavramını iş yaşamı bağlamında anlar.
	Güç ve politikanın sebeplerini ve sonuçlarını anlar.

		Çatışma ve Müzakere	
		Çatışma kavramını anlar.	
		Müzakere kavramını anlar.	
		Çatışma ve müzakere yönetim süreçlerini anlar.	
		Örgüt Yapısının Temelleri	
		Örgüt yapılarını anlar.	
		Farklı örgüt türlerinin gerekçesini bilir.	
		Örgüt yapılarının belirleyicilerini ve sonuçlarını anlar.	
		Örgüt Kültürü	
		Kültür ve örgüt kültürü kavramlarını anlar.	
		Örgüt kültürünün bileşenlerini bilir.	
		Örgüt kültürünün çalışan performansı ve memnuniyeti ile ilişkisini anlar.	
		Örgütsel Değişim ve Stres Yönetimi	
		Örgütlerde değişim yönetimi sürecini anlar.	
		Örgüt geliştirme ve değişime direnç sürecini anlar.	
		Stres ve stres yönetimi sürecini anlar.	
	Hafta-Tarih	Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1		Giriş	PY1, PY14
2		Örgütsel Davranış Nedir?	PY1, PY14
3		Örgütsel Davranış Nedir?	PY1, PY14
4		Tutumlar ve İş Tatmini	PY7, PY14
5		Motivasyon Temelleri	PY1, PY7, PY14
6		Motivasyon: Kavramlardan Uygulamalara	PY7, PY8, PY14
7		Grup Davranışının Temelleri	PY7, PY14
8		Çalışma Takımlarını Anlamak	PY7, PY14
		Ara Sınav	
9		Liderlik	PY7, PY14, P17
10		Güç ve Politika	PY7, PY14
11		Çatışma ve Müzakere	PY6, PY7, PY14
12		Örgüt Yapısının Temelleri	PY1, PY14
13		Örgüt Kültürü	PY9, PY14
14		Örgütsel Değişim ve Stres Yönetimi	PY7, PY8, PY14
		Dönem Sonu Sınavı	
		Bütünleme Sınavı	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitap ve derste yürütülen tartışmalar çerçevesinde, karma yöntemle hazırlanmış (çoktan seçmeli, doğru-yanlış, klasik) bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı %40 finalinki ise %60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1. Aşağıdakilerden hangisi kişilik dilimlerinden birisi değildir? A-) Mizaç B-) Karakter C-) Benlik D-) Yetenek E-) Düzgü 2. “Sosyal statü, bireyin sosyal yapıda işgal ettiği yerdir.” A-) Doğru B-) Yanlış 3. Tutum kavramını açıklayınız.	
Cevap Anahtarı		1-) E 2-) A 3-) Tutum, bireylerin belirli objelere karşı, geçirdikleri çeşitli deneyimler sonucu düzenli tavır alışları, davranış biçimleridir. Tutum, bir kimse, nesne ya da durumla	

	ilgili oldukça organize ve sürekli olan inanç ve duygulardır. Başka bir anlatımla tutum, davranışta bulunmaya hazır olma halidir. Öğrenilmiş eğilimler tutumu ifade eder.	
Kaynak Kitap		Çeviri Editörü: İnci ERDEM Örgütsel Davranış, Nobel Akademik Yayıncılık.
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi		Yazar: Aydın YILMAZER, Cemal EROĞLU Meslek Yüksekokulları için Davranış Bilimleri ve Örgütsel Davranış, Detay Yayıncılık.

2.Sınıf Bahar Dönemi Ders Planları

HİT2002 - Reklamcılık Uygulamaları

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Yusuf KANSU
Oda Numarası	Z-43
Ofis Saatleri	Salı 13:15-14:00, Salı 14:15-15:00
E-posta	yusuf.kansu@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 13:15-16:00
Derslik	Z/21
Dersin Amacı	Reklam kavramının tanımı ve tarihsel gelişimi, reklamcılığın amaçları ve fonksiyonları, reklamların türleri ve sınıflandırılması, reklamcılıkta sosyal ve ekonomik görünüş, ürün konumlandırmasında reklamın yeri ve işlevi, bütünleşik pazarlama iletişimi ve reklam ilişkisi, reklamcılıkta yeni yaklaşımlar incelenmektedir. Reklam ajanslarında örgütsel yapı, reklam kampanyası oluşum süreci, yaratıcılık güdülemeleri, etkinlik ölçümlemesi bu derste işlenen konular arasında yer almaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Reklam Kavramına Genel Bir Bakış
	Reklam kavramını öğrenir.
	Reklamın tarihçesini öğrenir.
	Reklamın amaçlarını ve özelliklerini öğrenir
	Reklam sektörü hakkında genel bilgileri öğrenir.
	Kampanya Kavramına Genel Bir Bakış
	Kampanya kavramını öğrenir
	Kampanya çeşitlerini öğrenir
	Reklam ve kampanya ilişkisini öğrenir.
	Reklam Kampanyası Nedir?
	Reklam kampanyası nedir?
	Reklam kampanyasının süreçleri nedir?
	Reklam kampanyasının aşamalarını öğrenir.
	Araştırma Aşaması
	Araştırma tasarımı öğrenir.
	Konuyla ilgili araştırma yapmayı öğrenir.
	Araştırma süreçlerini öğrenir.
	Durum – SWOT- Rakip ve Pazar analizi
	Durum analizini öğrenir.
	SWOT analizini öğrenir.
	Rakip analizini öğrenir.
	Pazar analizini öğrenir.
	Risk Analizi ve Sorun Tespiti
	Risk analizini öğrenir.
	Sorun tespiti yapmayı öğrenir.
	Planlama Aşaması
	Planlama süreci hakkında bilgi edinir.
	Planlama sürecinin adımlarını öğrenir.
	Planlama sürecinde dikkat edilmesi gereken unsurları öğrenir.
	Reklam Kampanyasının Amaç ve Hedeflerinin Belirlenmesi
	Kampanya amaçlarının belirlenmesi sürecini öğrenir.
	Kampanya hedeflerinin belirlenmesi sürecini öğrenir.
	Reklam Kampanyasının Hedef Kitlenin Belirlenmesi
	Hedef kitle analizini yapar.
	Hedef kitlenin önemini öğrenir.
	Medya Planlaması, Faaliyet Planı ve Bütçe Planlaması

		Medya planlamasını öğrenir.	
		Faaliyet takvimi düzenlemeyi öğrenir.	
		Bütçe planlaması yapmayı öğrenir.	
		Yaratıcı Strateji ve Konumlandırma	
		Reklam kampanyasında yaratıcı strateji adımlarını öğrenir.	
		Reklam kampanyasının konumlandırmasını yapabilir.	
		Uygulama Aşaması	
		Hazırlanan reklam kampanyasında uygulama adımlarını öğrenir ve uygulama takvimi yapabilir.	
		Ölçme ve Değerlendirme Aşaması	
		Yapılan reklam kampanyasının geri bildirimlerini çeşitli yöntemlerle analiz eder ve verileri yorumlar.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	02.02.2026	Reklam Kavramına Genel Bir Bakış	PY1
2	09.02.2026	Kampanya Kavramına Genel Bir Bakış	PY1-PY3-PY6
3	16.02.2026	Reklam Kampanyası Nedir?	PY1-PY3-PY11-PY12-PY16
4	23.02.2026	Araştırma Aşaması	PY12-PY13-PY15
5	02.03.2026	Durum – SWOT- Rakip ve Pazar analizi	PY12-PY13-PY15
6	09.03.2026	Risk Analizi ve Sorun Tespiti	PY12-PY13-PY15
7	23.03.2026	Planlama Aşaması	PY12-PY13-PY15
8	30.03.2026	Reklam Kampanyasının Amaç ve Hedeflerinin Belirlenmesi	PY12-PY13-PY15
		Ara Sınav (4-12 Nisan 2026)	
9	13.04.2026	Reklam Kampanyasının Hedef Kitlenin Belirlenmesi	PY12-PY13-PY15
10	20.04.2026	Medya Planlaması, Faaliyet Planı ve Bütçe Planlaması	PY12-PY13-PY15
11	27.04.2026	Yaratıcı Strateji ve Konumlandırma	PY12-PY13-PY15
12	04.05.2026	Uygulama Aşaması	PY12-PY13-PY15
13	11.05.2026	Ölçme ve Değerlendirme Aşaması	PY12-PY13-PY15
14	18.05.2026	Dersin Değerlendirilmesi	PY12-PY13-PY15
		Dönem Sonu Sınavı (2-12 Haziran 2026)	
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1. Reklam kampanyası kaç aşamadan oluşur? 2. Reklam kampanyasında araştırma aşamasında bulunan adımları yazınız? 3. Örnek bir Swot Analiz Hazırlayınız?  The diagram illustrates a SWOT analysis using four cartoon figures representing Strengths (S), Weaknesses (W), Opportunities (O), and Threats (T). Each figure is positioned above a colored box with corresponding text in Turkish and English. Strengths (S): Güçlü Yanlar (strengths). Başarılı olduğun alanlar veya işine yarayacak sahip olduğun avantajlar. Weaknesses (W): Zayıf Yönler (weaknesses). Geliştirmen gereken yönler. Opportunities (O): Fırsatlar (opportunities). İşine olumlu etici olacak dış faktörler. Threats (T): Tehditler (threats). İşine olumsuz etici olacak dış faktörlerle ilgili problemler ve riskler.	

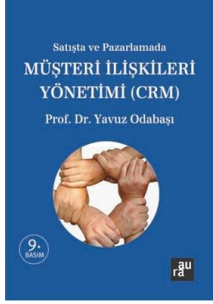
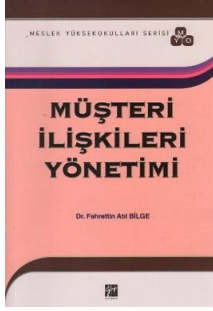
Cevap Anahtarı	Cevap 1: Araştırma, Planlama, Uygulama, Ölçme ve Değerlendirme Cevap 2: Yapılacak Kampanya Konusu Hakkında Genel Bilgi Pazar Analizi Rakip Analizi Durum Analizi SWOT Analizi Risk Analizi Sorun Tespiti Cevap 3: SWOT Analizi • Güçlü Yönler •Marka bilinirliğinin giderek artması •Yenilikçi yapı •Güçlü finansal yapı •Yerli sermaye •Kamyon, otomobil, uçak, zirai araçlar, askeri Araçlar, iş makineleri gibi çok çeşitli araçlar için lastik üretimi yapması • Zayıf Yönler •Bayiler ile iletişim sorunu •Yerli malı olmasına rağmen pazar payı az olması • Fırsatlar •Yeni pazar alanları •Yeni dağıtım stratejileri •Ürün çeşitliği fazla olması •Yerli malı kullanımı bilincinin artması • Tehditler •Güçlü rakiplerin olması •Yeni rakiplerin pazara girmesi •Medyada çıkabilecek olumsuz haberler
Kaynak Kitap	 Yazar/Editör: Rukiye Gülay Öztürk
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 Açık Öğretim Yayınları

HİT2004 - Müşteri İlişkileri Yönetimi

Öğretim Üyesi	Öğr. Gör. Onur BİNBAŞ
Oda Numarası	Z/43
Ofis Saatleri	Salı:08.30, Çarşamba:08.30
E-posta	onur.binbas@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 09:30-12:15
Derslik	1/02
Dersin Amacı	Müşteri ilişkilerini yönetebilme becerilerinin kazanılması amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Müşteri İlişkileri Yönetimi: Tanımı, Kapsamı ve Önemi
	Müşteri ve müşteri ilişkileri kavramını tanımlayabilir.
	Müşteri ilişkileri yönetiminin önemini kavrar.
	Müşteri ilişkileri yönetiminin tarihsel gelişimini açıklar.
	Müşteri ilişkileri yönetiminin türlerini açıklayabilir.
	Müşteri ilişkileri yönetiminin unsurlarını sıralar
	Müşteri İlişkileri Geliştirme
	Müşteri ilişkileri kavramı ve özelliklerini açıklayabilir.
	Müşteri sadakati önemini kavrar.
	Müşteri odaklı olmanın unsurlarını sıralar.
	Müşteri ilişkilerinin geliştirilmesinin gerekliliklerini sıralar.
	Müşteri ilişkileri ve ilişkisel pazarlamayı değerlendirebilir
	İlişkisel pazarlamanın avantajlarını açıklayabilir.
	Pazarlama uygulamasının adımlarını açıklayabilir.
	Müşteri İlişkilerinin Yeni Boyutları
	Müşteri ilişkilerinin gelişmesine neden olan gelişmeleri sıralar.
	Kalite, toplam kalite kavramlarını bilir.
	Kalitenin getirdiği maliyetlere katlanma nedenlerini kavrar.
	Satış ve pazarlama süreçlerini gruplandırır.
	Kalitenin aşamalarını açıklayabilir.
	Toplam kalite yönetimine katılım için gerekenleri sıralar.
	Müşteri tatminin kuruluşu yararlarını açıklayabilir.
	Müşterilerin faydayı değerlendirme niteliklerini sıralar.
	Müşteri yaşam boyu değeri ölçülmesi için gerekli verileri sıralar.
	Müşteri yaşam boyu değeri ölçülmesinde izlenecek yolları açıklar.
	Müşterilerle İletişim
	İletişim kavramını bilir.
	İletişim modeli ve öğeleri açıklayabilir.
	İletişim engellerini sıralayabilir.
	İletişim becerilerini geliştirme yöntemlerini açıklayabilir.
	Müşterilerle iletişim biçimlerini değerlendirebilir
	Müşteri Hizmeti
	Hizmet ve müşteri hizmetleri kavramlarını bilir.
	Müşteri hizmetlerinde çalışanların dikkat edecek unsurları sıralar.
	Müşteri bağlılığı ile ilgili kavramları tanımlayabilir.
	Hizmetlerin özellikleri sıralar.
	Hizmet kalitesinin boyutlarını sıralar.
	Müşteriyi Kazanma ve Tutma
	Müşteri kazanma ve tutmanın önemini kavrar.
	Uzun dönemli müşteri tutma önerilerini sıralar.
	Müşteri tutmada başarılı olmak için atılacak adımları sıralar.
	Müşteri tutma modeli adımlarını açıklayabilir.

		Müşteri tutma programlarının geliştirilmesi sürecini açıklar.	
		Kaybedilen müşterinin kazanılması değerlendirir.	
		Müşteri şikâyetlerinin önemi kavrar.	
		Müşteri şikâyetlerinin yaratacağı fırsatları açıklayabilir.	
		Müşterinin şikâyet etme ve şikâyet etmeme nedenlerini sıralar.	
		Kızgın müşterilere yönelik davranışları açıklayabilir.	
		Müşteri İlişkilerinin Ölçülmesi	
		Müşteri ilişkilerinin ölçülmesinin amacını kavrar.	
		Müşteri ilişkilerinin ölçümünde ölçümü yapılacak konuları sıralar	
		Danışma paneli oluşturma ve uygulama sürecini açıklar.	
		Müşteri ilişkilerinin ölçümünde kullanılan yöntemleri sıralar.	
		Müşteri ilişkilerinin ölçülmesinde kullanılan yöntemleri açıklar.	
		Müşteri İlişkilerinde Stratejik Yaklaşım	
		Stratejik düşünme kavramını tanımlar.	
		Stratejik düşünmenin özelliklerini sıralar.	
		Müşteri bağlılığı türlerini açıklayabilir.	
		Müşteri bağlılığı oluşturan unsurları sıralar.	
		Müşteri odaklı olmanın gereklerini bilir.	
		Müşteri değeri kavramını bilir.	
		Müşteri İlişkilerinin Planlanması ve Uygulama Süreci	
		Müşteri ilişkileri uygularken gerçekleşen faaliyetleri sıralar.	
		Müşteri ilişkilerinin planlamasındaki temel soruları açıklar.	
		Müşteri ilişkileri uygulama aşamalarını açıklayabilir.	
		Müşteri ilişkileri yönetiminde başarı/başarısızlık unsurları sıralar.	
		Örgüt Kültürü ve Müşteri İlişkileri	
		Örgüt kültürü kavramını bilir.	
		Müşteriye yönelik örgüt kültürü tutumlarını açıklayabilir.	
		Örgüt kültürünün özelliklerini sıralar.	
		Örgüt kültürünün unsurlarını tanımlayabilir.	
		Örgüt kültürünün işlevlerini açıklayabilir.	
		Müşteri odaklı kültüre sahip olmada engelleri sıralar.	
		Müşteri odaklı kültüre sahip olmanın gerekliliklerini açıklar	
		Müşteri İlişkileri Yönetimi Uygulamaları	
		Pazarlama kampanyaları yönetim sürecinin aşamalarını açıklar.	
		Kampanya uygulamasını değerlendirebilir.	
		Sadakat programları kavramını bilir.	
		Sadakat programı boyutlarını sıralar.	
		Sadakat programı amaçlarını açıklayabilir.	
		Müşteri İlişkilerinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözümleri	
		Müşteri ilişkilerinde satış öncesi yaşanabilecek sorunları açıklar.	
		Müşteri ilişkilerinde satış anında yaşanabilecek sorunları açıklar.	
		Müşteri ilişkilerinde satış sonrasında yaşanan sorunları açıklar	
		Müşterinin şikâyet etme kararını etkileyen değişkenler sıralar.	
		Şikâyet yönetimi kavramını bilir.	
		Şikâyetleri çözebilecek elemanların özellikleri değerlendirir.	
		Şikâyet çözüm adımları kavrar.	
		Şikâyet eden müşterilerin şirketten aldıkları faydaları sıralar.	
		Salgın hale gelen şikâyetle işletmenin iletişim davranışını açıklar.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	03.02.2026	Müşteri İlişkileri Yönetimi: Tanımı, Kapsamı ve Önemi	PY5-PY6-PY7
2	10.02.2026	Müşteri İlişkileri Geliştirme	PY5-PY6-PY7
3	17.02.2026	Müşteri İlişkilerinin Yeni Boyutları	PY5-PY6-PY7
4	24.02.2026	Müşterilerle İletişim	PY5-PY6-PY7
5	03.03.2026	Müşteri Hizmeti	PY5-PY6-PY7

6	10.03.2026	Müşteriyi Kazanma ve Tutma	PY16-PY17
7	24.03.2026	Müşteri İlişkilerinin Ölçülmesi	PY5-PY7-PY9
8	31.03.2026	Müşteri İlişkilerinin Ölçülmesi	PY5-PY6-PY7
		Ara Sınav (4-12 Nisan 2026)	
9	14.04.2026	Müşteri İlişkilerinde Stratejik Yaklaşım	PY13-PY14
10	21.04.2026	Müşteri İlişkilerinin Planlanması ve Uygulama Süreci	PY11-PY14
11	28.04.2026	Örgüt Kültürü ve Müşteri İlişkileri	PY2-PY16
12	05.05.2026	Müşteri İlişkileri Yönetimi Uygulamaları	PY14,PY16
13	12.05.2026	Müşteri İlişkilerinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözümleri	PY7-PY14
14	19.05.2026	Genel değerlendirme	PY1
		Dönem Sonu Sınavı (2-12 Haziran 2026)	
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1. Müşteri ilişkileri yönetiminde müşterinin aldığı tüm soyut ve somut unsurlara topluca ne ad verilmektedir? a-) Mal b-) Sunum c-) Mamul d-) Ürün e-) Hizmet 2. Örgüt üyelerinin davranışlarını denetleyen ve onları ortak amaçlara yönlendiren sosyal norm, paylaşılmış inanç ve değerler bütününe ne ad verilmektedir? Misyon Marka Vizyon Örgüt kültürü a-) Misyon b-) Marka c-) Vizyon d-) Örgüt kültürü e-) İmaj 3. A işletmesi, otomobiline dört adet lastik alan müşterisine yol yardımı hizmeti sunmaktadır. Bu uygulama, hangi müşteri ilişkileri yönetimi programı ile ilişkilidir? a-) Ödül programları b-) Kişiselleştirme c-) Topluluk oluşturma d-) Proaktif müşteri hizmetleri e-) Reaktif müşteri hizmetleri 4. Müşteri Merkezli Pazarlama'ya göre işletmenin katlandığı maliyeti karşılamayan müşteri tipi aşağıdakilerden hangisidir? a-) İndirim dönemlerinde gelen müşteri b-) İşletmenin ilave çabalarıyla kazanılabilecek müşteri c-) İşletmeye sadık müşteri d-) Sıfırın altındaki müşteri e-) Göçmen müşteri 5. Aşağıdakilerden hangisi müşterilerin işletmeyi terk etme nedenlerinden biri değildir? a-) Çalışanların saygılı davranışları b-) Hizmet kalitesinin düşük olarak algılanması c-) Daha kaliteli ürün arayışı d-) Başka işletmelerin sunduğu kolaylıklar e-) Başka yerden daha ucuza ihtiyacını karşılayabilme	

	6. Aşağıdakilerden hangisi Müşteri İlişkileri Yönetimi Pazarlama Karması (4C) elemanlarından biri değildir? a-) Müşteri için değer b-) Ürün c-) Müşteriye maliyet d-) İletişim e-) Kolaylık 7. Aşağıdakilerden hangisi Müşteri İlişkileri Yönetiminin amaçlarından biri değildir? a-) Ürünü yönetmek b-) İşletme faaliyet ve süreçlerini müşteriler doğrultusunda yeniden düzenlemek c-) Müşteri tatmini yoluyla kâr artışı sağlamak d-) Maliyetleri azaltmak e-) Sadık müşteri kitlesi oluşturmak 8. Aşağıdakilerden hangisi Müşteri İlişkileri Yönetimi anlayışına uygun değildir? a-) Mevcut müşteriler muhafaza edilmelidir. b-) Kalite, her şey ile ilintilidir. c-) Pazarlama karması, müşteriye göre düzenlenmelidir. d-) Kısa dönemde yeni müşteriler kazanılmalıdır. e-) Müşterinin ürüne veya hizmete verdiği değere odaklanılmalıdır?
Cevap Anahtarı	1-b, 2-d, 3-a, 4-d, 5-a, 6-b,7-e, 8-d
Kaynak Kitap	 Yazar/Editör: Odabaşı, Yavuz, Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi, Sistem Yayıncılık,2015 Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 Fahrettin Atıl Bilge, Müşteri İlişkileri Yönetimi, Gazi Kitabevi,2010

HİT2006 - Marka Yönetimi

Öğretim Görevlisi	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
Oda Numarası	Z-42
Ofis Saatleri	Pazartesi 08:30-09:15, Salı 08:30-09:15
E-posta	hanifi.karacinar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Pazartesi 09:30-12:15
Derslik	1/26
Dersin Amacı	Bu ders; marka ve markalaşma kavramlarının önemini kavratmak, marka yönetimi hakkında bilgi vermek ve öğrencilerin bir markanın nasıl yönetildiğini anlamalarını ve yorumlayabilmelerini amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Marka Kavramı
	Marka ve markalaşma kavramlarını tanır.
	Ürün ve marka karşılaştırması yapabilir.
	Markaların genel özelliklerini sıralar.
	Marka Yönetimi
	Bir markanın geliştirilmesi süreçlerini bilir.
	Marka yönetiminin işletmeye faydalarını anlar.
	Marka ve duyular arasındaki ilişkiyi yorumlar.
	Markalaşmanın Faydaları
	Markalaşmanın tüketicilere sağladığı bilir.
	Markalaşmanın üreticilere sağladığı bilir
	Markalaşmanın perakendecilere sağladığı bilir
	Markalaşmanın ülkelere sağladığı bilir
	Markanın Bileşenleri ve Yapısı
	Markanın bileşenlerini ayırt eder.
	Markanın yapısını bilir.
	Markanın yapısı ve bileşenlerini karşılaştırır.
	Markalaşma Süreci
	Marka gelişimini yorumlar.
	Markalaşma profesyonellerini tanır.
	Marka süreçlerini bilir.
	Büyük markların ortak özelliklerini sıralar.
	Markları türlerini sınıflandırır.
	Marka Kimliği ve Marka Kişiliği
	Marka kimliği ve marka kişiliği kavramlarını tanır.
	Marka kimliğinin bileşenlerini bilir.
	Marka kişilik özellikleri ve boyutları hakkında bilgi sahibi olur.
	Marka İmajı ve Marka Değeri
	İmaj kavramını açıklar ve imaj türleri hakkında bilgi sahibi olur.
	Marka imajı ve marka değeri kavramlarını tanır.
	Marka değeri unsurlarını tanır ve karşılaştırır.
	Marka Sadakati
	Marka sadakatini kavramını tanır.
	Marka sadakati ve satın alma davranışı arasındaki ilişkiyi bilir.
	Marka sadakati oluşturma yöntem ve süreçlerini açıklar.
	Marka sadakati seviyelerini ve unsurlarını bilir ve yorumlar.
	Marka Farkındalığı
	Marka farkındalığı kavramını tanır.
	Marka farkındalığının seviyelerini bilir.
	Marka farkındalık piramidini yorumlar.
	Marka Çağrışımları

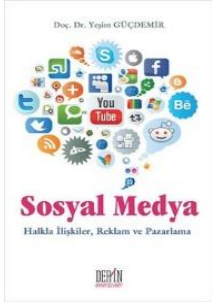
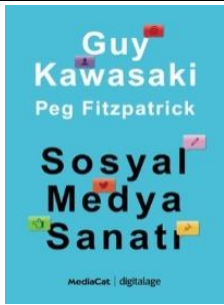
		Marka çağrışımları kavramını tanır.	
		Marka çağrışımlarının çeşitlerini bilir.	
		Algılanan Kalite	
		Kalite ve algılanan kalite kavramlarını tanır.	
		Algılanan kalitenin önemi bilir	
		Algılanan kalitenin boyutlarını açıklar.	
		Marka Konumlandırma	
		Marka kimliğinin nasıl oluşturulacağını ve konumlandırılacağını anlar.	
		Marka konumlandırma ve marka farkındalığı arasındaki ilişkiyi açıklar.	
		Marka yaratmadaki güçlükleri bilir.	
		Marka konumlandırma stratejilerini ve sürecini bilir.	
		Marka İletişimi ve Marka Genişletme	
		Marka iletişimi ve marka genişletme kavramlarını tanır.	
		Marka iletişim süreçlerini bilir.	
		Marka genişletmenin nedenlerini açıklar.	
		Global Marka Yönetimi	
		Bir markanın küresel olabilmesinin koşullarını bilir.	
		Global bir marka oluşmanın nedenlerini açıklar.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	02.02.2026	Marka Kavramı	PY1-PY17
2	09.02.2026	Marka Yönetimi	PY1-PY17
3	16.02.2026	Markalaşmanın Faydaları	PY1-PY17
4	23.02.2026	Markanın Bileşenleri ve Yapısı	PY1-PY17
5	02.03.2026	Markalaşma Süreci	PY1-PY17
6	09.03.2026	Marka Kimliği ve Marka Kişiliği	PY1-PY17
7	23.03.2026	Marka İmajı ve Marka Değeri	PY1-PY12-PY17
8	30.03.2026	Marka Sadakati	PY1- PY17
		Ara Sınav (4-12 Nisan 2026)	
9	13.04.2026	Marka Farkındalığı	PY1- PY17
10	20.04.2026	Marka Çağrışımları	PY1- PY17
11	27.04.2026	Algılanan Kalite	PY1-PY2-PY17
12	04.05.2026	Marka Konumlandırma	PY1- PY17
13	11.05.2026	Marka İletişimi ve Marka Genişletme	PY1- PY6-PY17
14	18.05.2026	Global Marka Yönetimi	PY1- - PY17
		Dönem Sonu Sınavı (2-12 Haziran 2026)	
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1. Marka sadakati piramidi ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır? a) Piramidinin en altındaki marka bağlılığı olmayan tüketiciler, herhangi bir markaya bağlanabilirler. b) Piramidin ikinci basamağında yer alan, markayı değiştirmek için neden görmeyen tüketiciler, satın aldıktan sonra marka onları tatmin ettiği sürece markayı değiştirmeye gerek duymamaktadırlar. c) Piramidin üçüncü basamağında yer alan tüketiciler, değişir maliyetlerle tatmin olan tüketicilerdir. d) Dördüncü derecede yer alan marka bağımlıları, markayı gerçekten seven tüketicilerdir. e) Marka sadakati piramidinin en altında yer alan, marka bağlılığı olmayan tüketiciler, markaları birbirinin aynısı görmektedirler.	

	2. " Tüketicinin bir ürünün markasını sürekli satın alma derecesidir." biçiminde ifade edilen marka unsuru hangisidir? a) Marka denkliği b) Marka farkındalığı c) Marka farklılığı d) Marka sadakati e) Marka değeri 3. " Potansiyel alıcının, belirli bir ürün kategorisindeki markayı bilmesi ve hatırlamasıdır." biçiminde ifade edilen marka unsuru aşağıdakilerden hangisidir? a) Marka denkliği b) Marka farkındalığı c) Marka farklılığı d) Marka sadakati e) Marka değeri 4.Çok dar bir alan için markanın kendisini konumlandırması sonucu müşterilerin bu markayı gözden kaçırmaması" biçiminde ifade edilen konumlandırma hatası aşağıdakilerden hangisidir? a) Eksik konumlandırma b) Kuşkulu konumlandırma c) İlgisiz konumlandırma d) Aşırı konumlandırma e) Kafa karıştıran konumlandırma 5. Aşağıdakilerden hangisi marka denkliğini oluşturan unsurlardan değildir? a) Marka sadakati b) Marka farkındalığı c) Marka çağrışımı d) Markalaşma e) Algılanan kalite 6. Aşağıdakilerden hangisi marka adının belirlenmesi sürecinde dikkat edilmesi gereken unsurlardan değildir? a) Hatırlanması ve söylenişi kolay olmalıdır b) Ürünün yararını ve kalitesini yansıtmalıdır c) Marka adının rakip marka adlarıyla benzerlik taşıymasına önem gösterilmelidir. d) Ulusal alanda bir isim olması yeterlidir e) Uluslararası bir denkliği olmalıdır
Cevap Anahtarı	1)a, 2)d, 3)b, 4)d, 5)d, 6)d
Kaynak Kitap	 Yazar/Editör: Işıl Karpat AKTUĞLU, <i>Marka Yönetimi, Güçlü ve Başarılı Markalar için Temel İlkeler</i>, İstanbul: İletişim Yayınları, 2004.  Nurhan Babür TOSUN, <i>İletişim Temelli Marka Yönetimi</i>, Beta Yayınevi, İstanbul, 2010.
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 Marka Yönetimi ve Marka Stratejileri, Mehmet Akif Çakırer, 2013

HİT2008 - Sosyal Medya

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Yusuf KANSU
Oda Numarası	Z-43
Ofis Saatleri	Salı 13:15-14:00, Salı 14:15-15:00
E-posta	yusuf.kansu@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Çarşamba 09:30-12:15
Derslik	1/26
Dersin Amacı	Yeni iletişim teknolojilerinden sosyal medya kavramı ve tarihsel gelişimi hakkında temel bilgiler sunularak sosyal medya araç ve teknolojilerini tanıtmak ve sosyal medya stratejilerini geleneksel halkla ilişkiler, reklamcılık, siyasal iletişim kampanyalarına nasıl uyarlanabileceği konularını örnekler sunarak öğrencilere kavratılması amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Sosyal medyanın gelişimi
	Sosyal medya kavramının içeriğini kavrar.
	Sosyal medyayı tanımlayıp örneklendirebilir.
	Sosyal medyanın ortaya çıkışı ve gelişim süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
	Sosyal medya platformları
	Sosyal medya platformlarını tanıy ve kullanım amaçlarına göre çeşitlendirebilir.
	Hangi amaca yönelik olarak hangi sosyal medya platformlarının kullanılması gerektiğini bilir ve ihtiyaç duyulduğunda doğru platform seçimini yapabilir.
	En yaygın bilinen ve kullanılan sosyal medya platformlarını etkin bir biçimde kullanabilir.
	Sosyal medyada halkla ilişkiler
	Yeni medya ortamlarında halkla ilişkiler faaliyetleri konusunda bilgi sahibi olur.
	Sosyal medyada uygulanan halkla ilişkiler süreçlerini bilir ve gerektiğinde uygulamaya geçebilir.
	İhtiyaca göre belirlenen faaliyete uygun platformu seçebilir.
	Sosyal medyada pazarlama
	Sosyal medyada pazarlama yöntem ve süreçleri hakkında bilgi sahibi olur.
	Ürün türüne göre doğru sosyal medya platformunu seçebilir.
	Sosyal medya platformlarına uygun formatta içerik seçimi konusunda bilgi sahibi olur.
	Sosyal medyada reklam kampanyaları
	Sosyal medyada reklam verme ve ücretlendirme politikaları hakkında bilgi sahibi olur.
	Hedef kitleye göre doğru platformu ve içeriği seçme noktasında fikir sahibi olur.
	Sosyal medyada reklam kampanyası planlaması hakkında bilgi sahibi olur ve gerektiğinde uygulamaya geçebilir.
	Sosyal medyada kamuoyu oluşturma süreçleri -Arap Baharı örneği
	Sosyal medya ve kamuoyu ilişkisini kavrar.
	Sosyal medyanın toplumlara etkileme gücü hakkında fikir sahibi olur.
	Sosyal medyada gündem oluşturma konusunda bilgi sahibi olur.
	Sosyal medya okuryazarlığı
	Dijital okuryazarlık ve sosyal medya okuryazarlığı konularını kavrar.
	Sosyal medyada içerik üretme ve üretilen içerikleri çözümleme yetisini geliştirir
	Medyada üretilen içeriklerin nasıl yorumlanması gerektiği noktasında görüş sahibi olur.
	İnternet ve sosyal medyanın kamu yönetiminde kullanımı
	E devlet ve sosyal medyanın kamu yönetiminde ne şekilde kullanıldığını bilir.
	Kamu kurumlarının sosyal medya hesaplarını tanıy.
	Gerektiğinde e devlet ve sosyal medya üzerinden kamu kurumlarına ne şekilde ulaşılabilirliğini bilir.
	Siyasal iletişimde sosyal medya kullanımı
	Siyasal iletişim süreçlerinde sosyal medya kullanımının önemini kavrar.
	Siyasi partilerin ve liderlerin sosyal medyayı hangi amaçlara yönelik ve ne şekilde kullandığı konusunda bilgi sahibi olur.

		Seçim kampanya süreçlerinde sosyal hangi sosyal medya platformlarında ne tür içerikler oluşturulduğu konusunda fikir sahibi olur.	
		Sosyal medyada yalan haber sorunu	
		Sosyal medyada yalan haber, manipülasyon ve dezenformasyon konusunda bilgi sahibi olur.	
		Sosyal medyada karşılaştığı haberlerin doğruluğunun teyiti noktasında yapılması gerekenleri bilir.	
		Sosyal medyada karşılaştığı bilgilere temkinli yaklaşır ve yalan haberin yayılmasına aracılık etmez.	
		Sosyal medya ve etik	
		Etik kavramını kavrar.	
		Sosyal medyada karşılaşılan etik sorunlarını bilir.	
		Sosyal medyada yer alan etik dışı içeriklerin yayılmasına aracılık etmez.	
		Sosyal medya uygulamaları	
		Sosyal medya uygulamaları	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	04.02.2026	Sosyal medyanın gelişimi	PY1-PY6- PY12
2	11.02.2026	Sosyal medya platformları	PY1-PY6- PY12
3	18.02.2026	Sosyal medyada halkla ilişkiler	PY1-PY6- PY12
4	25.02.2026	Sosyal medyada pazarlama	PY1-PY6- PY12
5	04.03.2026	Sosyal medyada reklam kampanyaları	PY1-PY6- PY12
6	11.03.2026	Sosyal medyada kamuoyu oluşturma süreçleri -Arap Baharı rneği	PY1-PY6- PY12
7	25.03.2026	Sosyal medya okuryazarlığı	PY1-PY6- PY12
8	01.04.2026	İnternet ve sosyal medyanın kamu yönetiminde kullanımı	PY1-PY6- PY12
		Ara Sınav (4-12 Nisan 2026)	
9	15.04.2026	Siyasal iletişimde sosyal medya kullanımı	PY1-PY6-PY9- PY12
10	22.04.2026	Sosyal medyada yalan haber sorunu	PY1-PY6- PY12
11	29.04.2026	Sosyal medya ve etik	PY1-PY6- PY12
12	06.05.2026	Sosyal medya uygulamaları	PY1-PY6- PY12
13	13.05.2026	Sosyal medya uygulamaları	PY1-PY6- PY12
14	20.05.2026	Dersin Değerlendirilmesi	PY1-PY6- PY12
		Dönem Sonu Sınavı (2-12 Haziran 2026)	PY1-PY6- PY12
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
rnek Sorular		1. Web 2.0 teknolojileri üzerine kurulan, daha derin sosyal etkileşime, topluluk oluşumuna ve işbirliği projelerini başarmaya imkan sağlayan web siteleri ne olarak adlandırılır? a. Sanal ortam b. Dijital iletişim c. Sosyal medya d. Web sayfası e. İnternete dayalı iletişim 2. "Genişbant bağlantıların yaygınlaşması", kullanıcılar/tüketiciler tarafından yaratılan içeriğin hızla yayılmasını kolaylaştıran aşağıdaki faktörlerden hangisi içinde yer almaktadır? a. Ekonomik b. Yasal c. Teknolojik d. Sosyal e. Kültürel 3. Aşağıdakilerden hangisi sosyal medyanın özelliklerinden biri değildir? a. İşletme içeriği sağlar b. İki yönlü iletişime dayalıdır c. İçerik paylaşımına izin verir d. İletişim hızlı ve etkilidir e. Kullanıcıların eğitimi gerekmez	

	4. Bir sosyal medya platformu içinde kullanıcıların birbirleriyle hangi ölçüde iletişim kurduklarını ifade eden sosyal medya unsuru aşağıdakilerden hangisidir? a. Sohbet b. Paylaşım c. İlişkiler d. İtibar e. Konum 5. Facebook'ta arkadaş olmadan da kullanıcıların paylaşımlarını takip etmeyi sağlayan özelliğe ne ad verilir? a. Etkinlikler b. Dürtme c. Takip d. Haber akışı e. Facebook uygulamaları 6. Aşağıdakilerden hangisi bir sosyal medya platformu değildir? a. Internet Explorer b. Bloglar c. Mikrobloglar d. Sosyal ağ kurma siteleri e. İnceleme ve değerlendirme siteleri 7. Aşağıdakilerden hangisi işletmeler açısından medya paylaşım sitelerinin öne çıkan unsurlarındandır? a. Medya ilişkileri b. Pazar testleri c. İşbirliği d. Reklam imkânı e. Organik içerik 8. Aşağıdakilerden hangisi küçük işletmeler için blog yapmanın faydalarından birisi değildir? a. Daha iyi iletişim b. Daha düşük maliyet c. Ürünü denemeye izin verme d. Kolay Web yayımlama çözümü e. Topluluk oluşturma 9. Aşağıdakilerden hangisi Internet'in kriz dönemleri için yarattığı avantajlardan biri değildir? a. İşletmeyle ilgili bilgilerin hızla yayılmasını sağlar b. Basın bültenleri ve duyurular aracılığı ile kamuoyunun bilgilendirilmesi sağlanır c. Kriz sürecinde geleneksel medyadan sonraki enformasyon kaynağı olarak rol oynar d. Bloglarda yer alabilecek resim ve görüntülere kolay erişim sağlar e. İşletmenin açıklık ve şeffaflık politikasına destek olur
Cevap Anahtarı	1)c, 2)c, 3)a, 4)a, 5)c, 6)a, 7)e, 8)c, 9)d
Kaynak Kitap	 Yazar /Editör: Sosyal Medya, Halkla İlişkiler, Reklam, Pazarlama, Dr. Yeşim Güçdemir DERİN YAYINLARI
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 Sosyal Medya Sanatı, Guy Kawasaki - Peg Fitzpatrick, Mediacat Yayınları

HİT2022 - İnsan Kaynakları Yönetimi

Öğretim Üyesi	Doç. Dr. Alptekin DEVELİ
Oda Numarası	Z/33
Ofis Saatleri	Perşembe 15:15 - 16:00; Cuma 09:15 - 10:00
E-posta	alptekin.develi@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Perşembe 13:15 - 15:00
Derslik	1/03
Dersin Amacı	İnsan kaynakları yönetimi kapsamına giren temel kavramları ve insan kaynakları yönetimi uygulamalarını öğretmektir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Giriş
	Ders sorumlusunu tanır.
	Ders içeriklerini ve işleyişini anlar.
	Dersin kaynak ve materyallerini öğrenir.
	İnsan kaynakları yönetimine (İKY) giriş
	İKY kavramını ve kapsamını bilir.
	Personel yönetiminden İKY'ye geçiş sürecini bilir.
	İKY kavramının gelişim sürecini anlar.
	İnsan kaynakları yönetiminin (İKY) amacı ve önemi
	İKY'nin amacını anlar.
	İKY'nin önemini anlar.
	İKY'nin temel ilkelerini bilir.
	İnsan kaynakları yönetiminde yetki ve sorumluluk
	Yetki ve sorumluluk kavramlarını bilir.
	Yetki türlerini bilir.
	Yetki devrini bilir.
	İnsan kaynakları bilgi sistemi
	İnsan kaynakları bilgi sistemini anlar.
	İnsan kaynakları bilgi sisteminin amaçlarını bilir.
	İnsan kaynaklarında bilgi türlerini bilir.
	İnsan kaynakları yönetimi (İKY) uygulamaları
	İKY uygulamalarının önemini bilir.
	İKY uygulamalarının türlerini bilir.
	İKY uygulamalarının kapsamını anlar.
	İnsan kaynakları planlaması
	İnsan kaynakları planlamasının amaçlarını bilir.
	İnsan kaynakları planlamasını etkileyen faktörleri bilir.
	İnsan kaynakları planlaması sürecini bilir.
	İş analizi, iş tanımları ve iş gerekleri
	İş analizi ve iş tanımları kavramlarını ve amaçlarını bilir.
	İş analizi sürecini bilir ve iş gerekleri kavramını anlar.
	İş analizi yöntemlerini bilir ve iş ve görev tasarımı anlar.
	İşgören bulma
	İşgören bulma uygulamasının önemini anlar.
	İşgören bulma uygulamasının kaynaklarını bilir.
	İşgören bulma kaynaklarının türlerini bilir.
	İşgören seçimi
	İşgören seçimi uygulamasının önemini anlar.
	İşgören seçim sürecini anlar.
	İşgören seçimi araçlarını bilir.
	İşe alıştırma, işgören eğitimi ve kariyer yönetimi
	İşe alıştırma, işgören eğitimi ve kariyer yönetimini anlar.
	İşgören eğitim ilkeleri ve planlamasını bilir.
	İşgören eğitim yöntemlerini bilir.
	Performans değerlendirme
	Performans değerlendirme kavramını bilir.

		Performans değerlendirmenin amaç ve yararlarını bilir.	
		Performans değerlendirme yöntemlerini bilir.	
		Ücret yönetimi	
		Ücret yönetiminin tanımını ve önemini bilir.	
		Ücretlendirme ilkelerini bilir.	
		Ücretlendirme sistemlerini anlar.	
		İşçi-işveren ilişkileri	
		İşçi ve işveren örgütlenmelerini ve sendikaları anlar.	
		İş sözleşmesi, grev ve lokavt kavramlarını anlar.	
		İş güvenliği ve işgören sağlığını bilir.	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	06.02.2026	Giriş	PY1, PY14
2	13.02.2026	İnsan kaynakları yönetimine (İKY) giriş	PY1, PY14
3	20.02.2026	İnsan kaynakları yönetiminin (İKY) amacı ve önemi	PY1, PY14
4	27.02.2026	İnsan kaynakları yönetiminde yetki ve sorumluluk	PY7, PY14
5	06.03.2026	İnsan kaynakları bilgi sistemi	PY4, PY14
6	13.03.2026	İnsan kaynakları yönetimi (İKY) uygulamaları	PY14, PY15
7	27.03.2026	İnsan kaynakları planlaması	PY5, PY14
8	03.04.2026	İş analizi, iş tanımları ve iş gerekleri	PY2, PY14
		Ara Sınav (4-12 Nisan 2026)	
9	17.04.2026	İşgören bulma	PY6, PY14
10	24.04.2026	İşgören seçimi	PY5, PY9, PY14
11	01.05.2026	İşe alıştırma, işgören eğitimi ve kariyer yönetimi	PY8, PY14
12	08.05.2026	Performans değerlendirme	PY9
13	15.05.2026	Ücret yönetimi	PY5, PY11, PY14
14	22.05.2026	İşçi-işveren ilişkileri	PY9, PY14
		Dönem Sonu Sınavı (2-12 Haziran 2026)	
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, bir ödev, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar çerçevesinde karma yöntemle hazırlanmış (çoktan seçmeli, doğru-yanlış, klasik) bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Ödevin ortalamaya katkısı %20, vizenin ortalamaya katkısı %20 finalinki ise %60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1. Aşağıdakilerden hangisi belirli bir dönemde işletmeye giren ve işletmeden çıkan personel sayısını ifade eder? A-) İş tanımı B-) Ortalama personel sayısı C-) Devamsızlık oranı D-) Personel envanteri E-) Personel devir oranı 2. “İşgören seçimi, örgüt yapısındaki boş pozisyonlar için nitelikli adaylardan bir havuz oluşturma sürecidir.” A-) Doğru B-) Yanlış 3. İşe alıştırma nedir? Açıklayınız	
Cevap Anahtarı		1-) E 2-) B 3-) İşe alıştırma (oryantasyon), işletmelerin işe yeni başlayan çalışanlarına yönelik uyguladığı ve çalışanların işletmeye uyumunu kolaylaştıran bir süreçtir. İşe alıştırma, yeni bir çalışana işletmenin geçmişine, kültürüne, işlerdeki davranış biçimlerine, fiziki ve sosyal altyapısına ilişkin temel bilgilerin verildiği bir uyumlaştırma sürecidir.	
Kaynak Kitap		 Yazar: Erdal ÜNSALAN & Bülent ŞİMŞEKER Meslek Yüksek Okulları İçin İnsan Kaynakları Yönetimi, 5. Baskı, Detay Yayıncılık	

HİT2034 - İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku

Öğretim Görevlisi	Öğr. Gör. Gülden DÜZGÜNLÜ
Oda Numarası	Z-30
Ofis Saatleri	Çarşamba 15:15-16:00, Çarşamba 16:15-17:00
E-posta	gulden.duzgunlu@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Perşembe 10:30-12:15
Derslik	1/46
Dersin Amacı	Bu dersle öğrencinin iş yaşamı ve sosyal güvenliği ile ilişkili hukuki hak ve sorumluluklarını kavraması amaçlanmaktadır.
	Toplumsal düzen kuralları içinde iş hukukunun yeri ve önemi
	İş hukukunun tanımı ve konularını bilir.
	İş hukukunun temel ilkelerini kavrar.
	İş hukukunun hukuk bilimi içindeki yerini öğrenir.
	İş hukukunun çalışma hayatı içindeki yeri ve önemini açıklar.
	İş hukukunun kaynakları, ulusal kaynaklar ve uluslararası kaynaklar
	İş hukukunun ulusal ve uluslararası kaynaklarını tanımlar.
	İş hukukunun yazılı kaynaklarını öğrenir.
	4857 Sayılı İş Kanunu'nun içeriğini bilir.
	İşin tanımı, çalışanların ayrımı, iş hukukunun özellikleri ve kapsamı
	4857 sayılı kanunun kişiler yönünden uygulama alanını kavrar.
	4857 sayılı iş kanunu'nun işyeri yönünden uygulama alanını bilir.
	İşyerinin 4857 sayılı iş kanunu'nun uygulama alanına girmesi ve uygulama alanından çıkması konusunu açıklar
	İş hukukunun temel kavramları, işçi, işveren, iş sözleşmesi
	İş, işçi, işveren ve işveren vekili kavramlarını açıklar ve çalışma hayatında tarafların yükümlülüklerini öğrenir.
	İş sözleşmesinin tanımı, unsurları ve geçici iş ilişkisini açıklar
	İş hukukunun temel kavramlarından işyerinin incelenmesi
	İş hukukuna göre iş yeri kavramını açıklayabilir.
	İş yeri açma, işletme ve kapatma süreçlerini öğrenir.
	İş yeri devri ve bu süreçte yapılması gerekenler konusunda bilgi sahibi olur.
	İş sözleşmesinin özellikleri, türleri, devri
	İş sözleşmesinin başlıca türlerini öğrenir.
	İş sözleşmesinin kurulmasının şartlarını bilir.
	İş sözleşmesinde tarafların borçlarını açıklar.
	İş sözleşmesi yapma ehliyeti ve ilgili konular
	İş hukukuna göre iş sözleşmesi yapma ehliyeti konusunda bilgi sahibi olur.
	İş hukukuna göre iş sözleşmelerinin yapılması zorunluluğunu bilir ve ileride buna göre davranır.
	Çalışma hayatında tarafların iş hukukuna ve oluşturulan iş sözleşmelerine göre hareket etmesi gerektiğini kavrar.
	İş sözleşmesinden doğan borçlar
	4857 Sayılı kanuna ve İş sözleşmesine göre işçinin borçlarını öğrenir.
	4857 Sayılı kanuna ve İş sözleşmesine göre işverenin borçlarını öğrenir.
	Çalışma süreleri, normal çalışma ve fazla çalışma süreleri
	İş hukukuna göre fazla çalışma kavramını bilir.
	Fazla çalışma sebeplerini ve yöntemlerini bilir ve açıklar.
	Fazla çalışma yasakları konusunda bilgi sahibi olur ve iş hayatında bu kurallara göre hareket eder.
	İş sözleşmesinin sona ermesi ve sonuçları, fesih, toplu işçi çıkarma,
	İş sözleşmesinin sona ermesini gerektiren şartları ve durumları bilir.

		İş hukukuna göre iş sözleşmesi fesih şartlarının oluşumu ve iş sözleşmesi fesih yol ve yöntemlerini öğrenir.	
		İş hukukuna ve sözleşmeye aykırı işten çıkarma durumlarında tarafların yükümlülüklerini öğrenir.	
		Toplu iş sözleşmesi, sendika ve konfederasyon üyelikleri	
		İş hukukuna göre sendika ve konfederasyonların yerini ve önemini kavrar.	
		Sendika ve kuruluşların işleyişi, gelir ve giderleri, faaliyetlerinin durdurulması ve sona ermesi konularında fikir sahibi olur.	
		Sendika, konfederasyon ve uluslararası kuruluşlara üyelik ve katılma konularında bilgi sahibi olur.	
		Toplu iş sözleşmesine dair konular	
		Toplu iş sözleşmesinin yapılması hükümleri ve uygulama alanını öğrenir.	
		Toplu iş sözleşmesinin normatif (düzenleyici) ve borç doğuran hükümlerini bilir.	
		Toplu iş sözleşmesinin türlerini açıklar.	
		Toplu iş sözleşmesinin sona ermesinin sonuçları, uyuşmazlıklar ve çözüm yolları konusunda fikir sahibi olur ve gerektiğinde ne yapması gerektiğini bilir.	
		İş sağlığı ve güvenliği, sosyal güvenlik uygulamaları hakkında incelemeler	
		İş sağlığı ve güvenliği, sosyal güvenlik uygulamaları hakkında bilgi sahibi olmak	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	05.02.2026	Uyum Haftası	
2	12.02.2026	Toplumsal düzen kuralları içinde iş hukukunun yeri ve önemi	PY13-PY14
3	19.02.2026	İş hukukunun kaynakları, ulusal kaynaklar ve uluslararası kaynaklar	PY13-PY14
4	26.02.2026	İşin tanımı, çalışanların ayrımı, iş hukukunun özellikleri ve kapsamı	PY13-PY14
5	05.03.2026	İş hukukunun temel kavramları, işçi, işveren, iş sözleşmesi	PY13-PY14
6	12.04.2026	İş hukukunun temel kavramlarından işyerinin incelenmesi	PY13-PY14
7	19.04.2026	İş sözleşmesinin özellikleri, türleri, devri	PY13-PY14
8	26.04.2026	İş sözleşmesi yapma ehliyeti ve ilgili konular	PY13-PY14
		ARA SINAVLAR (04-12 Nisan 2026)	
9	9.05.2026	İş sözleşmesinden doğan borçlar	PY13-PY14
10	16.05.2026	Çalışma süreleri, normal çalışma ve fazla çalışma süreleri	PY13-PY14
11	23.05.2026	İş sözleşmesinin sona ermesi ve sonuçları, fesih, toplu işçi çıkarma,	PY13-PY14
12	30.05.2026	Toplu iş sözleşmesi, sendika ve konfederasyon üyelikleri	PY13-PY14
13	6.06.2026	Toplu iş sözleşmesine dair konular	PY13-PY14
14	13.06.2026	İş sağlığı ve güvenliği, sosyal güvenlik uygulamaları hakkında incelemeler	PY13-PY14
15	20.06.2026	Genel Değerlendirme Ve Tekrar	
		DÖNEM SONU SINAVLARI (02-12 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1. İş Kanunu'nda gösterilen bildirim sürelerine uymadan gerçekleştirilen feshe ne ad verilir? A) Derhal fesih B) Haklı fesih C) Geçerli fesih D) Usulsüz süreli fesih E) Kötü niyetli fesih 2. İş Kanunu'na göre, belirli bir işin tamamlanması amacıyla yapılan iş sözleşmesine ne ad verilir? A) Zincirleme iş sözleşmesi B) Belirli süreli iş sözleşmesi	

HİT2038 - Girişimcilik

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
Oda Numarası	Z-42
Ofis Saatleri	Pazartesi 08:30-09:15, Salı 08:30-09:15
E-posta	hanifi.karacinar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 15:15-17:00
Derslik	1/02
Dersin Amacı	Girişimcilik kavramlarıyla ilgili konuların öğrenilmesi ve rekabet çağında girişimciliğin gereğinin ve öneminin öğrenilmesi amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Girişimcilik İle İlgili Temel Kavramlar
	Girişimcilik kavramını tanımlar.
	Girişimciliğin tarihçesini ifade eder.
	Ekonominin temel kavramlarını tanımlar.
	Üretim faktörlerini açıklar.
	Esnaf, tacir, girişimci, yönetici ve lider kavramlarını ayırt eder
	Yönetici, lider ve girişimcinin özelliklerini karşılaştırır.
	Girişimciliğin Önemi ve Temel Fonksiyonları
	Girişimciliğin sosyal hayattaki önemi ifade eder.
	Girişimciliğin ekonomik hayattaki önemi ifade eder.
	Girişimciliğin temel fonksiyonlarını açıklar.
	Girişimcilik kavramına bütüncül bir bakış açısıyla bakar.
	Girişimciliğin avantajlarını açıklar.
	Girişimciliğin dezavantajlarını açıklar.
	Girişimci ve Başarılı Girişimcileri Özellikleri
	Girişimcinin özelliklerini sınıflandırır.
	Girişimcinin kişisel, davranışsal ve sosyal özelliklerini açıklar.
	Girişimcinin becerileri sınıflandırır ve açıklar.
	Girişimcilik Türleri-I
	Girişimcilik türlerini sınıflandırır.
	Özel ve kamu girişimciliğinin özellikleri ile açıklar.
	İç ve dış girişimciliği açıklar.
	Sanal girişimciliği açıklar.
	Girişimcilik Türleri-II
	Fırsat girişimciliği ve yaratıcı girişimciliği açıklar.
	Sosyal girişimciliği açıklar.
	Kadın girişimciliği açıklar.
	Girişimcilikte Yenilik
	Yenilik kavramını tanımlar.
	Yenilik sürecini ifade eder.
	Yeniliğin kaynaklarını açıklar.
	Yeniliğin ilklerinin sıralar.
	Yeniliğin türlerini sınıflandırır.
	Yenilikçi düşünme tekniklerini sıralar.
	Girişimcilikte Yaratıcılık
	Yaratıcılık kavramını tanımlar.
	Yaratıcılığı etkileyen faktörleri ifade eder.
	Yaratıcılığın aşamalarını açıklar.
	Yaratıcılığın tekniklerini açıklar.
	Girişimcilikte Çevre
	Girişimcilikte çevrenin önemini kavrar.
	İç çevre analizi yöntem ve tekniklerini açıklar.

	Dış çevre unsurlarını gruplandırır.		
	Swot analizini ifade eder.		
	Girişimci Olma Şekilleri		
	Girişimci olabilmede izlenecek yolları izah eder.		
	Yeni iş kurma sürecinin aşamalarını açıklar.		
	Mevcut bir işletmeyi satınalma sürecini ifade eder.		
	Franchising (İmtiyaz Hakkı) iş modelini açıklar.		
	Bir İş Fikrinin Projeye ve Yatırıma Dönüştürülmesi		
	İş fikri kavramını tanımlar.		
	İş fikri bulma sürecini ve proje kavramını ifade eder.		
	Fizibilite çalışmasını aşamalarına göre açıklar.		
	İş planının amacını ve önemini kavrar.		
	İş planı değerlendirmesini açıklar.		
	Dünyada Girişimcilik		
	Gelişmiş ülkelerdeki girişimciliği açıklar.		
	Gelişmekte olan ülkelerdeki girişimciliği açıklar.		
	Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki girişimciliği karşılaştırır.		
	Uluslararası girişimcilik faaliyetlerini açıklar.		
	Türkiye’de Girişimcilik		
	Türk girişimciliğin genel özelliklerini sıralar.		
	Türk girişimciliğinin dar boğazlarını tartışır.		
	Türk girişimciliğinin çözüm önerilerini yorumlar.		
	Türkiye’deki girişimcilik ve devlet teşviklerini açıklar.		
	Türkiye’deki girişimcilik ve vergi sistemini kavrar.		
	Girişimcilikteki Gelişmeler ve Girişimcilere Öneriler		
	Girişimcilikteki gelişmeleri açıklar.		
	Girişimcilerin sosyal sorumluluklarını tartışır.		
	Girişimcilerin yasal sorumluluklarını açıklar.		
	Girişimcilerin aşması gereken engelleri sıralar.		
	Genç girişimcilere yapılan önerileri yorumlar.		
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	03.02.2026	Girişimcilik İle İlgili Temel Kavramlar	PY2-PY8
2	10.02.2026	Girişimciliğin Önemi ve Temel Fonksiyonları	PY2-PY8
3	17.02.2026	Girişimci ve Başarılı Girişimcileri Özellikleri	PY2-PY8
4	24.02.2026	Girişimcilik Türleri-I	PY11-PY12
5	03.03.2026	Girişimcilik Türleri-II	PY11-PY12
6	10.03.2026	Girişimcilikte Yenilik	PY15-PY16
7	24.03.2026	Girişimcilikte Yaratıcılık	PY15-PY16
8	31.03.2026	Girişimcilikte Çevre	PY2-PY15-PY16
		Ara Sınav (4-12 Nisan 2026)	
9	14.04.2026	Girişimci Olma Şekilleri	PY3-PY8-PY9-PY12
10	21.04.2026	Bir İş Fikrinin Projeye ve Yatırıma Dönüştürülmesi	PY9
11	28.04.2026	Dünyada Girişimcilik	PY2-PY14
12	05.05.2026	Türkiye’de Girişimcilik	PY2-PY14
13	12.05.2026	Girişimcilikteki Gelişmeler ve Girişimcilere Öneriler	PY13-PY14-PY15-PY16-PY17
14	19.05.2026	Genel Değerlendirme	
		Dönem Sonu Sınavı (2-12 Haziran 2026)	
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60’tır. Geçme notu 100 üzerinden 60’tır.	

Örnek Sorular	1. Aşağıdakilerden hangisi girişimcinin sosyal sorumluluk kapsamına girmez? a-) Çalışanlar b-) Müşteriler c-) Ekolojik çevre d-) Diğer ülke çalışanları e-) Ailesi ve toplum 2. Aşağıdakilerden hangisi girişimciliği teşvik eden faktörlerden değildir? a-) Aile b-) Kültür c-) Siyaset d-) Ekonomi e-) Zaman 3. Yeni bir düşüncenin, buluşun ya da var olan bir ürünün geliştirilerek kâr elde edilecek biçimde pazara sunulması etkinliği aşağıdakilerden hangisidir? a-) Yatırım yapma b-) Fırsat girişimciliği c-) Yaratıcı girişimcilik d-) Teşebbüs e-) İşletme kurma 4. Zarar veya kayıp durumuna yol açabilecek, istenmeyen bir olayın ortaya çıkma ihtimali olarak tanımlanan kavram aşağıdakilerden hangisidir? a-) Risk b-) Tehdit c-) Belirsizlik d-) Girişim e-) Teşebbüs 5. Aşağıdakilerden hangisi girişimcilik türlerinden değildir? a-) İç girişimcilik b-) Kadın girişimciliği c-) Kamu girişimciliği d-) Özel girişimcilik e-) Erkek girişimciliği 6. Aşağıdakilerden hangisi girişimciliğin sosyal hayattaki önemlerinden değildir? a-) Yaşamı kolaylaştırır b-) Huzur ve refahı artırır c-) İstihdamı artırır d-) İşsizliği artırır e-) Gelir dağılımını 7. Aşağıdakilerden hangisi girişimciliğin avantajlarındandır? a-) Fırsat b-) Yenilik c-) Başarma hissi d-) Yenileşme(İnovasyon) e-) Risk 8. Aşağıdakilerden hangisi girişimciliği etkileyen demografik faktörlerdendir? a-) Kültür b-) Cinsiyet c-) Coğrafya d-) Aile e-) Din
Cevap Anahtarı	1-d, 2-e, 3-c, 4-a, 5-e, 6-d,7-c, 8-b
Kaynak Kitap	Yazar/Editör: Emine BAŞAR, Girişimcilik, Nobel Yayınları, 2017 Sorumlu Olunan Bölümler/Sayfalar:
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	Mahmut TEKİN, Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi, Ankara, 2003

HİT2046 – Bütünleşik Pazarlama İletişimi

Öğretim Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Hanifi KARAÇINAR
Oda Numarası	Z-42
Ofis Saatleri	Pazartesi 08:30-09:15, Salı 08:30-09:15
E-posta	hanifi.karacinar@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Salı 13:15-15:00
Derslik	1/02
Dersin Amacı	Dersin amacı pazarlama işlevinin kapsamını ve rolünü, pazarlama karması elemanlarının entegrasyonu, halkla ilişkiler, reklamcılık, kişisel satış, satış tutundurma, doğrudan satış'a vurgu yaparak incelemektir.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Pazarlamada temel kavramlar Pazarlama kavramını tanıır. Pazarlama kavramının ortaya çıkışı ve tarihsel süreç hakkında bilgi sahibi olur. Pazarlama süreçlerini bilir. Modern pazarlama anlayışı Modern pazarlamanın ortaya çıkma gereklerini kavrar. Modern pazarlama anlayışının öğelerini açıklar. Bütünleşik pazarlama iletişimi Bütünleşik pazarlamayı tanımlar. Bütünleşik pazarlamanın bileşenlerini kavrar. Dünyada Pazar ortamlarının gelişimi konusunda bilgi sahibi olur. Bütünleşik pazarlama stratejileri konusunda fikir yürütebilir. Bütünleşik pazarlama iletişimi ve reklam Bütünleşik pazarlamada reklamın rollerini kavrar. Reklam türlerini bilir. Reklamın işlevleri konusunda bilgi sahibi olur. Halkla ilişkiler ve duyurum Bütünleşik pazarlamada halkla ilişkilerin rolünü kavrar. Halkla ilişkiler ortam ve araçlarının bütünleşik pazarlamada nasıl kullanıldığını bilir. Satış tutundurma ve kişisel satış Satış tutundurmanın bütünleşik pazarlamadaki rolünü tanıır. Satış tutundurma kavramı ve özelliklerini kavrar. Kişisel satış konusunda fikir sahibi olur. Ürün, fiyat ve dağıtım ilişkisi Ürün kavramını açıklar. Ambalajın iletişimdeki önemini kavrar. Fiyat kalite ilişkisi hakkında fikir sahibi olur. Pazarlamada dağıtım kanallarının önemini açıklar. Ağızdan ağıza iletişim Ağızdan ağıza iletişim kavramını açıklar. Ağızdan ağıza pazarlama konusunda bilgi sahibi olur. Ağızdan ağıza iletişimin tüketici kararlarına etkisi hakkında bilgi sahibi olur. Bütünleşik pazarlama iletişiminde yaklaşımlar Bütünleşik pazarlama iletişim modelleri hakkında bilgi sahibi olur. Bütünleşik pazarlamanın geleneksel pazarlamadan farklarını ortaya koyar. Bütünleşik pazarlamada iletişim yönetimi Bütünleşik pazarlama iletişiminin süreçlerini açıklar. Bütünleşik pazarlama planları hakkında fikir sahibi olur. Bütünleşik pazarlama ve yeni medya Bütünleşik pazarlamada yeni medyanın kullanımının önemini kavrar. Sosyal medyada pazarlama stratejileri hakkında bilgi sahibi olur. Yeni medyada pazarlama ortamları hakkında bilgi sahibi olur. Bütünleşik pazarlama uygulama örnekleri

		Bütünleşik pazarlama örneklerini inceleyebilir.	
		Örnekler üzerinden kazanımlarını deneyimleyebilir.	
		Dersin Değerlendirilmesi	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	03.02.2026	Pazarlamada temel kavramlar	P11,PY14,PY16
2	10.02.2026	Bütünleşik pazarlama iletişimi	P11,PY16
3	17.02.2026	Bütünleşik pazarlama iletişimi ve reklam	P11,PY16
4	24.02.2026	Satış tutundurma	P11,PY16
5	03.03.2026	Kişisel Satış	P11,PY16
6	10.03.2026	Halkla İlişkiler	PY1-PY12-PY13
7	24.03.2026	Sponsorluk	PY2-P11,PY16
8	31.03.2026	Ürün, fiyat ve dağıtım ilişkisi	P11,PY16
		Ara Sınav (4-12 Nisan 2026)	
9	14.04.2026	Ağızdan ağıza pazarlama	P11,PY15-PY16
10	21.04.2026	Bütünleşik pazarlama iletişiminde yaklaşımlar	P11,PY15-PY16
11	28.04.2026	Bütünleşik pazarlamada iletişim yönetimi	P11,PY15-PY16
12	05.05.2026	Bütünleşik pazarlama ve yeni medya	P11,PY15-PY16
13	12.05.2026	Bütünleşik pazarlama uygulama örnekleri	P11,PY15-PY16
14	19.05.2026	Dersin değerlendirilmesi	
		Dönem Sonu Sınavı (2-12 Haziran 2026)	
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan çoktan seçmeli bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1.Aşağıdakilerden hangisi kişisel satışın güçlü yönlerinden biri değildir? a) Bilgi vermenin kolay olması b) Kontrol yetersizliğinin yaşanması c) Uzlaşmanın sağlanması d) Geri bildirim e) Hedeflenmiş mesajın olması 2. Aşağıdakilerden hangisi ağızdan ağıza iletişimin kuralları arasında yer almaz? a) Her söylenene cevap vermemek b) Müşterilerin söylediklerine dikkat etmek c) Güvenilir uzman kullanmak d) Olumlu haberlerin yayılmasını sağlamak e) Kolay iş yapabilen bir marka olmak I. Still, II. Renk, III. İmaj IV. Prestij 3. Yukarıdakilerin hangileri ürünlerin somut bileşenlerindendir? a) Yalnız I b) I ve II c) II ve III d) I, II, IV e) I, III, IV 4. Aşağıdakilerden hangisi satınalma karar sürecini etkileyen kişisel etkenlerden biridir? a) Medya b) Arkadaş c) Algı d) Zaman e) Okul 5. Ağızdan ağıza iletişimin sanal ortamlarda gerçekleşmesine ne ad verilir? a) Çekicilik b) Sektörel reklam c) Sponsorlu içerik d) Viral pazarlama e) Tutundurma	
Cevap Anahtarı		1)b, 2)a, 3)b, 4)b, 5)d	
Kaynak Kitap		 Yazar/Editör: Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yönetimi, Detay yayıncılık	
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi			

HİT2052 - İmaj ve İtibar Yönetimi

Öğretim Görevlisi	Doç. Dr. Alptekin DEVELİ
Oda Numarası	Z/33
Ofis Saatleri	Perşembe 15:15 - 16:00; Cuma 09:15 - 10:00
E-posta	alptekin.develi@gop.edu.tr
Ders Zamanı	Cuma 10:30-12:15
Derslik	1/26
Dersin Amacı	Marka ve kurumsal imaj kavramlarının önemini kavratarak, markalaşma ve kurumsal imaj oluşturma süreçleri hakkında bilgi verip bu doğrultuda bir bakış açısı oluşturmaktır. Aynı zamanda öğrencilerin markanın bileşenlerini bilmeleri ve bu doğrultuda bir markanın nasıl yönetildiğini anlamaları ve yorumlayabilmeleri amaçlanmaktadır.
Konu ve İlgili Kazanımlar	Marka kavramına giriş
	Marka kavramını tanıır.
	Marka kavramının ortaya çıkışı ve tarihsel süreç hakkında bilgi sahibi olur.
	Markalaşma süreçlerini bilir.
	Ürün ve marka karşılaştırması yapabilir.
	İletişim teorileri açısından marka
	İletişim bilimlerinde markanın kavramının yeri boyutları hakkında bilgi sahibi olur.
	Marka kavramını ve iletişim ve halkla ilişkilerde alanındaki önemini tanımlar.
	Markalamanın temelleri ve marka stratejileri
	Markanın bileşenlerini ayırt eder.
	Marka kimliği, marka kişiliği ve marka bilinirliği kavramlarını yorumlar.
	Marka yönetim stratejilerini kavrar.
	Marka yayma stratejileri konusunda fikir yürütebilir.
	Marka konumlandırma
	Marka kimliğinin nasıl oluşturulacağını ve konumlandırılacağını anlar.
	Marka konumlandırma ve marka farkındalığı arasındaki ilişkiyi açıklayabilir.
	Marka konumlandırma stratejileri hakkında bilgi sahibi olur.
	Marka sadakati oluşturma
	Marka sadakati ve satın alma davranışı arasındaki ilişkiyi bilir.
	Marka sadakati oluşturma yöntem ve süreçlerini açıklayabilir.
	Kurumsal imaj kavramı
	İmaj kavramını açıklar ve imaj türleri hakkında bilgi sahibi olur.
	Marka ve kurumsal imaj arasındaki ilişkiyi yorumlar.
	Kurumsal imaj yönetim süreçleri hakkında fikir sahibi olur.
	İletişim teorileri açısından kurumsal imaj
	İmaj kavramını ve iletişim ve halkla ilişkilerde alanındaki önemini tanımlar.
	İmaj ve gerçeklik arasındaki ilişkiyi tartışır.
	İmaj üretimi sürecinde kitle iletişim araçlarının yerini değerlendirir.
	İmaj çalışmaları açısından etik tartışmaların anahtarlarını gösterir.
	Kurumsal imaj oluşturma stratejileri
	Kurumsal imaj oluşturma stratejilerini bilir.
	Etkin iletişimin önemi ve imaj yönetimi arasındaki ilişkiyi saptayabilir.
	Kurumsal imajı etkileyen ve imaj değişikliği için yapılması gereken değişimleri sorgulayabilir.
	Rakip marka ve kurumsal imajın kıyaslanması
	Kurumsal imaj oluşturmada rakip marka faktörünün etkisini yorumlar.
	Marka, rakip ve rekabet kavramlarını bilir ve aralarındaki ilişkiyi açıklayabilir.
	Kriz zamanında marka ve kurumsal imaj yönetimi
	Kriz kavramını açıklar.
	Krizi ortaya çıkaran durumları bilir ve kriz süreçlerini açıklar.

		Kriz zamanlarında kurumların ne yapmaları gerektiği hakkında fikir sahibi olur.	
		Kurumsal imajın ve kurumsal itibarın krizden çıkmadaki etkisini yorumlayabilir.	
		Sosyal medyada kurumsal imaj	
		Sosyal medya ve imaj oluşturma süreçlerini ilişkilendirebilir.	
		Kurumsal imajın ve kurumsal itibarın sosyal medya üzerinden aktarımı konusunda bilgi sahibi olur.	
		Kurumsal imaj oluşturmada sosyal medyanın rolünü açıklayabilir.	
		Sosyal medyada markalama	
		Kurumlar ve markalar için sosyal medya yönetiminin önemini kavrar.	
		Marka farkındalığı oluşturmada sosyal medya uygulama süreçlerini tanır.	
		İşletmelerde markalama ve kurumsal imaj uygulamalarından örnekler	
Hafta-Tarih		Ders Konuları	İlgili Program Yeterliği
1	06.02.2026	Marka kavramına giriş	PY1-PY3-PY12
2	13.02.2026	İletişim teorileri açısından marka	PY1-PY3-PY12
3	20.02.2026	Markalamanın temelleri ve marka stratejileri	PY1-PY3-PY12
4	27.02.2026	Marka konumlandırma	PY1-PY3-PY12
5	06.03.2026	Marka sadakati oluşturma	PY1-PY3-PY12
6	13.03.2026	Kurumsal imaj kavramı	PY1-PY3-PY12
7	27.03.2026	İletişim teorileri açısından kurumsal imaj	PY1-PY3-PY12
8	03.04.2026	Kurumsal imaj oluşturma stratejileri	PY1-PY3-PY12
		Ara Sınav (4-12 Nisan 2026)	
9	17.04.2026	Rakip marka ve kurumsal imajın kıyaslanması	PY1-PY3-PY12
10	24.04.2026	Kriz zamanında marka ve kurumsal imaj yönetimi	PY1-PY3-PY12
11	01.05.2026	Sosyal medyada kurumsal imaj	PY1-PY3-PY12
12	08.05.2026	Sosyal medyada markalama	PY1-PY3-PY12
13	15.05.2026	İşletmelerde markalama ve kurumsal imaj uygulamalarından örnekler	PY1-PY3-PY12
14	22.05.2026	Dersin değerlendirilmesi	
		Dönem Sonu Sınavı (2-12 Haziran 2026)	
		Bütünleme Sınavı (17-25 Haziran 2026)	
Değerlendirme		Bu dersin değerlendirmesi, kaynak kitaplar ve derste yürütülen tartışmalar esas alınarak hazırlanacak olan karma türde bir vize ve bir final aracılığıyla yapılacaktır. Vizenin ortalamaya katkısı % 40 finalinki ise % 60'tır. Geçme notu 100 üzerinden 60'tır.	
Örnek Sorular		1." Tüketicinin bir ürünün markasını sürekli satın alma derecesidir." biçiminde ifade edilen marka unsuru hangisidir? a) Marka denkliliği b) Marka farkındalığı c) Marka farklılığı d) Marka sadakati e) Marka değeri 2. Çok dar bir alan için markanın kendisini konumlandırması sonucu müşterilerin bu markayı gözden kaçırması" biçiminde ifade edilen konumlandırma hatası aşağıdakilerden hangisidir? a) Eksik konumlandırma b) Kuşku konumlandırma c) İlgisiz konumlandırma d) Aşırı konumlandırma e) Kafa karıştıran konumlandırma 3. Aşağıdakilerden hangisi 1985 yıllarında pazarlama stratejilerini belirleyen unsurlardan değildir? a) Fiyat b) Tutundurma c) Reklam d) Hizmet e) Dağıtım 4. Aşağıdakilerden hangisi marka denkliliğini oluşturan unsurlardan değildir? a) Algılanan kalite b) Marka çağrışımı c) Marka farkındalığı d) Marka gücü e) Marka bağlılığı 5. Aşağıdakilerden hangisi marka adının belirlenmesi sürecinde dikkat edilmesi gereken unsurlardan değildir? a) Hatırlanması ve söylenişi kolay olmalıdır	

	b) Ürünün yararını ve kalitesini yansıtmalıdır c) Marka adının rakip marka adlarıyla benzerlik taşımasına önem gösterilmelidir. d) Ulusal alanda bir isim olması yeterlidir e) Uluslararası bir denkliği olmalıdır 6. Tüketiciler, bir ürünü satın alırken o ürünü değişik boyutlarda değerlendirirler. Bu boyutlar marka kararları alınırken göz önünde bulundurulmalıdır. Hangisi bunlardan değildir? a) Kalite b) Marka c) Ambalaj d) Tasarım e) Stopaj 7. Aşağıdakilerden hangisi kişisel imajı oluşturan öğelerden biri değildir? a) Görüntü b) Sözlü iletişim c) Sözsüz iletişim d) İlişkiler e) Yeterlilikler 8. Aşağıdakilerden hangisi imaj türlerinden birisi değildir? a) Kişisel imaj b) Güçlü imaj c) Kurumsal imaj d) Marka imajı e) Ülke/şehir imajı
Cevap Anahtarı	1)c, 2)d, 3)c, 4)d, 5)d, 6)e, 7)d, 8)b
Kaynak Kitap	 Yazar/Editör: Marka Yönetimi ve Marka Stratejileri, Mehmet Akif Çakırer, 2013
Yardımcı Kaynaklar ve Okuma Listesi	 Aaker, D., (2010), Güçlü Markalar Yaratmak, İstanbul: Mediacat.